

'GEZOCHT: ZIELENPOOT EN/OF HELD'

Beeldvorming over personen met een handicap in Nederlandse vrouwentijdschriften

**Maike Siepmann
Maart 2008
Master Thesis Media en Journalistiek
Erasmus Universiteit Rotterdam**

'Gezocht: Zielenpoot en/of Held'

Beeldvorming over personen met een handicap in Nederlandse vrouwentijdschriften

Maike Siepmann
Studentnummer: 307735

Master Thesis Media en Journalistiek
Richting Media en Maatschappij
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen
Erasmus Universiteit Rotterdam
Maart 2008

Begeleider: Mevr. dr. N. van Dijk
Tweede lezer: Mevr. drs. J. Engelbert



'My disability does not worry me but it worries other people'

Voorwoord

Ik kan bijna niet geloven dat ik dit voorwoord aan het schrijven ben. Want als ik dit schrijf betekent dat, dat mijn thesis af is. Na maanden van hard werken is het moment dan daar.

Met deze thesis sluit ik mijn studentenleven op een hele mooie manier af. Het is een onderwerp wat mij zeer nauw aan het hart ligt en ik heb er dan ook veel energie ingestoken al was dat lang niet altijd even makkelijk. Ik had dan ook nooit alleen al die honderden tijdschriften kunnen doorspitten. Nee, daar had ik echt hulp bij nodig en die kreeg ik dan ook in de persoon van mijn vader. Uren hebben wij samen doorgebracht in de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag. Heftig discussies voerend over alle artikelen die we tegenkwamen (om vervolgens thuis door te gaan over de thesis zelf). We waren een welbekend fenomeen. We zullen er vast en zeker gemist worden. Daarom wil ik logischerwijs allereerst mijn vader bedanken voor alle tijd en moeite die hij ook in deze thesis heeft gestoken. Zonder hem was dit niet gelukt.

Daarnaast wil ik natuurlijk ook mijn moeder bedanken. Zonder de steun van mijn ouders had ik nooit zo lang kunnen studeren. En dan mag ik ook de rest van mijn familie niet vergeten, die altijd vroegen hoe het met mijn thesis was. Mijn vriendinnen zijn ook belangrijk geweest. Ook zij hadden belangstelling voor mijn thesis en hielpen me door dipjes heen.

Een woord van dank gaat natuurlijk ook uit naar mijn begeleidster, mevrouw Van Dijk. We hebben elkaar misschien niet vaak gezien, maar het commentaar dat ik kreeg was zeer nuttig als ik me weer eens blindgestaard had.

Dank jullie wel iedereen. Voor alles.

Maike Siepman

Rotterdam, maart 2008

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Hoofdstuk 1 --- Inleiding	7
Hoofdstuk 2 --- Beeldvorming en media	12
2.1 Beeldvorming	12
2.2 Invloed van de media	13
2.3 Beelden van personen met een handicap in verschillende media	17
2.3.1 Film en televisie	17
2.3.2 Kranten	18
2.3.3 Tijdschriften	20
2.4 Taalgebruik in de media	21
2.5 Besluit	22
Hoofdstuk 3 --- Publiekstijdschriften voor vrouwen	24
3.1 Geschiedenis van vrouwenbladen	24
3.2 Behoeftte aan vrouwenbladen	26
3.3 OnderzoeksoBJECTEN	27
3.3.1 Margriet	27
3.3.2 Viva	28
3.3.3 Yes	29
Hoofdstuk 4 --- Handicap	31
4.1 Definities	31
Hoofdstuk 5 --- Onderzoeksontwerp	34
5.1 OnderzoeksmEDIUM	34
5.2 Onderzoekseenheden	34
5.3 OnderzoekSPERIODE	35
5.4 Begripsbepaling	36
5.5 Inhoudsanalyse	36
5.5.1 Kwantitatieve analyse	37
5.5.2 Kwalitatieve analyse	37
5.6 Hypothesen	40
Hoofdstuk 6 --- Resultaten	42
6.1 Aantal artikelen	42
6.2 Inhoudsanalyse	43
6.2.1 Margriet	43
6.2.2 Viva	47
6.2.3 Yes	51
6.3 Vergelijking tijdschriften	54
6.3.1 Verklaring verschillen	56

Hoofdstuk 7 --- Conclusie	58
7.1 Hypotheses	59
7.2 Verklaringen	60
7.3 Terugblik en aanbevelingen	62
Bronnen	65
Literatuur	65
Internet	68
Afbeelding	68

Hoofdstuk 1 --- Inleiding

‘Negative attitudes and stereotypes about people with disabilities are a major barrier to their full participation in society. The process of attitude formation is a complex one and is affected by many factors: cultural and socio-demographic background; previous contact with people with disabilities and factors relating to the disability itself. The mass media is a key element in this process, on the one hand reflecting prevailing norms and values and on the other hand providing information which, in turn, generates and affects public attitudes.’
(Auslander & Gold, 1999a: 420)

Het is deze quote die het hem deed. Precies deze. Na het lezen van dit citaat was ik compleet overtuigd van mijn thesisonderwerp. Toen ik in september 2006 met de master Media en Journalistiek begon, wist ik al dat mijn eindonderzoek te maken zou hebben met de beeldvorming rond mensen met een handicap. Uit eigen ervaring, als iemand met een lichamelijke functiebeperking en bovendien zittend in een rolstoel, merk ik te vaak dat er een compleet verkeerd beeld bestaat van een persoon met een handicap. Te vaak krijg ik opmerkingen aan mijn adres als: ‘Hoe kan jij nou autorijden?’ Of deze: ‘Nu zie ik dat ik helemaal geen medelijden met je hoeft te hebben.’ En de klassieker: ‘Jij bent eigenlijk helemaal niet zielig!’ Om nog maar te zwijgen van de starende blikken, de verschrikte blikken, de vragende blikken, de medelijdende blikken etc.. Deze factoren dragen er aan bij dat ik me geroepen voel om te onderzoeken waar deze beelden vandaan komen en waardoor ze versterkt worden. Het citaat geeft al aan dat beeldvorming een complex proces is, dat afhankelijk is van verschillende factoren. De massamedia worden echter een sleutelement genoemd in dit verband. Zie daar het onderwerp van mijn thesis. Maar hoe nu verder? Hoe pak je zoiets aan? Over beeldvorming naar andere groepen zijn talloze onderzoeken verricht. Voorbeelden hiervan zijn moslims (Shadid, 2005; van der Kroon, 2005), vrouwen (de Meulenaer, 2005; Elasmir et al., 1999), ouderen (Almerico & Thompson Fillmer, 1989) en homoseksuelen (Souverein, 2004). De zoektocht naar wetenschappelijk onderzoek over beeldvorming van gehandicapte mensen is een stuk moeilijker, zo blijkt. Het onderzoeksveld Disability Studies is in 1982 ontstaan in de Verenigde Staten met de oprichting van de Society for Disability Studies (SDS). Er wordt binnen dit onderzoeksveld getracht om een handicap in een breder perspectief te laten zien dan het medische. Daartoe wordt een handicap in sociale, culturele en politieke perspectieven geplaatst. Doel hiervan is

om mensen meer bekend te maken met handicaps, om mensen meer bewust te maken van de ervaringen van gehandicapte personen en om bij te dragen aan veranderingen (Society for Disability Studies). Sinds 1986 wordt vanuit de organisatie het wetenschappelijke tijdschrift *Disability Studies Quarterly* uitgegeven. Vanaf 2000 gebeurt dit alleen nog online (Disability Studies Quarterly).

Dit neemt niet weg dat veel wetenschappelijk onderzoek voor mij onbereikbaar lijkt en vaak ook is. Dit zorgde vaak voor de nodige frustratie. Veel artikelen zijn gedateerd waardoor de toegang online niet mogelijk is en het overgrote deel is gepubliceerd in de Verenigde Staten en niet in Nederland voorhanden. Toch heb ik via omwegen een aantal relevante artikelen gevonden. Dit neemt niet weg dat ik het grote aantal artikelen dat wel bestaat en dat zeer relevant had kunnen zijn voor deze thesis, toch graag ooit zou willen lezen. Of misschien ligt hier een missie voor de Nederlandse wetenschappers in het verschiet. Onderzoek van Nederlandse makelij heb ik vrijwel nergens kunnen vinden. Dat vind ik jammer en zegt naar mijn mening ook iets over de Nederlandse samenleving. Het onderwerp wordt misschien niet belangrijk genoeg geacht. Toch heb ik doorgezet. Juist omdat het zo belangrijk is.

Om het maatschappelijke belang van een onderzoek naar beeldvorming van mensen met een handicap in de media verder te onderstrepen, zijn dit een aantal feiten over de positie van gehandicapte personen in de samenleving.

- ✓ Meer dan 90% van de kinderen met een handicap in ontwikkelingslanden gaat niet naar school. Eén op de vijf van de 'gezonde' kinderen gaat niet naar school in ontwikkelingslanden (UNESCO).
- ✓ Wereldwijd is 97% van de volwassen gehandicapte personen analfabeet. Voor vrouwen met een handicap is dit percentage nog hoger, namelijk 99%. Voor de hele wereldbevolking ligt dit percentage aanzienlijk lager op een gemiddelde van 20% (UNDP, UNESCO).
- ✓ Kinderen met een handicap hebben 1.7 keer meer kans om het slachtoffer van geweld te worden dan kinderen zonder handicap (UN).
- ✓ In Nederland heeft bijna 40% van de arbeidsgehandicapten betaald werk tegenover ruim 60% van de totale bevolking. In de Verenigde Staten heeft ruim 37% van de personen met een handicap een baan tegenover ruim 79% van de mensen zonder handicap. Wereldwijd kan het percentage van werkloosheid onder gehandicapte personen oplopen tot 90% in ontwikkelingslanden en 70% in geïndustrialiseerde landen (CBS, Disability Statistics, UN).
- ✓ In Nederland kan 46% van de personen met een handicap of chronische ziekte niet of moeilijk rondkomen. Voor mensen zonder handicap ligt dit percentage op 17%. In de Verenigde Staten leeft ruim 25% van de mensen met een handicap in armoede tegenover ruim 9% van de mensen zonder handicap. Wereldwijd wordt erkend dat

vele mensen met een handicap in armoede leven (CG-Raad, Disability Statistics, UN).

Dit zijn slechts een paar feiten die aangeven dat de groep mensen met een handicap zich in een achtergestelde positie bevindt ten opzichte van de mensen zonder handicap. Mensen met een handicap worden op vele terreinen gediscrimineerd. Beeldvorming in de media kan aan deze discriminatie bijdragen.

Callebaut (2005) haalt in zijn thesis werk aan van Ter Haar (1992). Hij stelt dat de media in belangrijke mate bijdragen aan de beeldvorming van mensen met een handicap. Dit gebeurt expliciet door de uitspraken die men doet over personen met een handicap en impliciet door de wijze waarop er aandacht aan hen wordt geschonken.

Expliciete beeldvorming gebeurt bewust. Er worden zelf beelden gecreëerd over allerlei zaken. Zo ontstaan in dit geval ook beelden van personen met een handicap. Impliciete beeldvorming betreft beelden die opgeroepen worden door de manier waarop personen met een handicap in de media komen. Dit zijn onbedoelde en onbewuste beelden. Deze twee vullen elkaar aan en beïnvloeden elkaar. De media zijn zich volgens Ter Haar vaak niet bewust van hun bijdrage aan de beeldvorming over personen met een handicap. Toch zouden ze zich hier wel bewust van moeten zijn. Wanneer men niet of nauwelijks met personen met een handicap in aanraking komt in het dagelijks leven, is men bijvoorbeeld afhankelijk van de beelden die in de media verschijnen. Hierdoor spelen de media een grote rol in de beeldvormingsprocessen rond deze groep mensen. Het is daarom van belang dat er een 'positief' beeld van personen met een handicap in de media verschijnt. Een positief beeld is zo belangrijk omdat er zo meer mogelijkheden ontstaan om goed te integreren in de maatschappij, maar ook om zo meer mogelijkheden te ontwikkelen voor mensen met een handicap (Vannut, 2006). Ook Clogston (1989) en Nelson (2003) geven aan dat het beeld dat in de media wordt geschetst belangrijke consequenties heeft voor de mate waarin de maatschappij personen met een handicap accepteert op allerlei terreinen. Als het beeld in de media verandert, verandert ook de houding van de maatschappij ten aanzien van deze groep.

Een 'positief' beeld in de media zorgt voor meer mogelijkheden voor personen met een handicap. Dan is de volgende logische vraag: Wat is een positief beeld? Een beeld dat wordt gemist is er een van mensen met een handicap als onderdeel van het alledaagse leven. Als een gehandicapt persoon in de media verschijnt, wordt hun aanwezigheid bepaald door hun handicap. Een persoon met een handicap wordt neergezet als een onderwerp van medelijden, bewondering of als tragisch figuur, om een paar voorbeelden te noemen. Een verschijning als individu, die toevallig ook een handicap heeft, is veel minder waarschijnlijk.

De persoon wordt zo gezien door de handicap. Dit betekent niet dat mensen met een handicap hun beperkingen willen ontkennen. Ze willen benadrukken dat deze verschillen hen niet beperken in hun bestaan als individu, met andere woorden: zij zijn ook een gewoon persoon net als ieder ander (Cumberbatch & Negrine, 1992).

Mijn onderzoeksvraag zal luiden:

Hoe en hoe vaak worden personen met een handicap afgebeeld in de Nederlandse vrouwenbladen Margriet, Viva en Yes in de periode van 1978 tot en met 2005?

De keuze voor verschillende Nederlandse vrouwenbladen komt in eerste instantie voort uit eigen interesse. Als fervent bladenlezer is dit een medium dat heel dicht bij mij staat. Ook blijkt uit de wetenschappelijke publicaties die ik over de beeldvorming van personen met een handicap heb gelezen, dat tijdschriften er bekaaid vanaf komen. Film, televisie en kranten zijn in bijna alle gevallen de media die aan onderzoek op dit gebied worden blootgesteld. De drie tijdschriften vertegenwoordigen allen een andere doelgroep als het om leeftijd gaat. *Yes* vertegenwoordigt de lezeres van 15 tot 25 jaar, *Viva* die van 20 tot 35 jaar en *Margriet* die van 30 tot 55 jaar. Voor de onderzoeksperiode van 1978 tot 2005 is gekozen, omdat uit de literatuur naar voren komt dat het beeld van mensen met een handicap vanaf de jaren '90 positiever zou zijn. Hier wordt uitgebreid op ingegaan als het onderzoeksontwerp wordt besproken in hoofdstuk 5.

De formulering van de onderzoeksvraag is ruim. Er zijn verschillende aspecten die onderzocht kunnen worden. Ook dit zal duidelijk worden in de onderzoeksopzet.

Deze master thesis bestaat uit zeven hoofdstukken. In dit inleidende hoofdstuk is het onderwerp van deze thesis besproken en het belang hiervan. Hoofdstuk 2 betreft het theoretische kader van beeldvorming en media. Het kader bestaat uit verschillende delen: beeldvorming, invloed van de media, beelden van personen met een handicap in verschillende media en taalgebruik in de media. Dit onderzoek gaat over beeldvorming in vrouwentijdschriften. Daarom gaat hoofdstuk 3 over vrouwentijdschriften. De geschiedenis van vrouwenbladen wordt besproken evenals de behoefte hieraan. Ook wordt een beschrijving gegeven van de drie tijdschriften *Margriet*, *Viva* en *Yes*. Onderzocht in deze thesis wordt beeldvorming van mensen met een handicap. Hoofdstuk 4 behandelt het begrip handicap om deze reden. In hoofdstuk 5 wordt de methode van dit onderzoek verantwoord. Aan het einde van het hoofdstuk worden de hypotheses naar aanleiding van de onderzoeksvraag duidelijk. De resultaten van het onderzoek worden gepresenteerd in

hoofdstuk 6 waarna over kan worden gegaan tot de conclusie in hoofdstuk 7. Hierin wordt ook teruggeblikt op het onderzoek en worden aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek.

Hoofdstuk 2 --- Beeldvorming en media

De media dragen in belangrijke mate bij aan de beeldvorming van personen met een handicap. Als het beeld in de media verandert, verandert ook de houding van de maatschappij ten aanzien van deze groep. Dit hoofdstuk bestaat uit vijf paragrafen. In paragraaf 2.1 wordt beeldvorming besproken. Paragraaf 2.2 gaat over de invloed die de media hebben. In paragraaf 2.3 worden beelden van personen met een handicap in verschillende media beschreven. Paragraaf 2.4 behandelt taalgebruik in de media ten aanzien van personen met een handicap. Tenslotte wordt in paragraaf 2.5 de relevantie van de theorie voor het onderzoek zichtbaar.

2.1 Beeldvorming

Beeldvorming is voor de meesten van ons een bekend woord, maar wat het precies betekent is vaak moeilijk te omschrijven. Volgens *Van Dale* betekent beeldvorming 'het ontstaan van voorstellingen met betrekking tot personen, zaken, feiten en dergelijke.' (college Beeldvorming en Media, EUR, 2007) Binnen de sociologie bestaat er een bredere definitie van beeldvorming, namelijk 'een cultureel proces waarbij individuen en/of sociale groeperingen op basis van contacten en relaties met "omgevingsobjecten" "de werkelijkheid" waarbinnen deze objecten zich bevinden interpreteren en dit "beeld" vervolgens aan de eigen "werkelijkheid" toetsen.' (college Beeldvorming en Media, EUR, 2007) Beeldvorming draait aldus om interpretatie en toetsing van de werkelijkheid. In het culturele proces vinden er interpretaties plaats van voorstellingen. Hier wordt vervolgens betekenis aan gegeven en zo wordt een werkelijkheid geconstrueerd. Zonder beeldvorming kan er dus geen betekenisvolle werkelijkheid worden geconstrueerd. Ook zonder communicatie is er geen werkelijkheid.

Carey (1992: 13-36) noemt communicatie een symbolisch proces waarin (de) werkelijkheid wordt geproduceerd, in stand gehouden, hersteld en getransformeerd. Er zijn twee manieren waarop communicatie kan worden gezien: als transmissie of als ritueel. Communicatie als transmissie ziet communicatie als een middel is om informatie over te dragen. Communicatie als ritueel ziet communicatie als een middel om de massa te bedienen. Er wordt in de situatie niets nieuws geleerd, maar een bepaald beeld wordt neergezet en bevestigd. Dit wordt constant herhaald. Ons persoon wordt op deze manier ook telkens bevestigd, waardoor wij deelgenoot worden gemaakt van een gemeenschap.

Tennekes (1990: 18-28) heeft het over de culturele werkelijkheid in ons alledaagse leven. Hij omschrijft cultuur als een systeem van betekenissen waarmee individuen of sociale groepen zich oriënteren op de natuurlijke en sociale wereld waarin zij leven. Cultuur kan worden

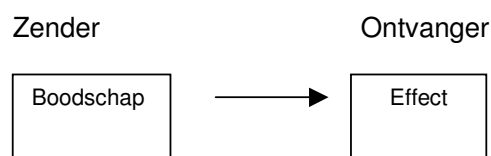
ingedeeld in drie niveaus. Op het eerste niveau wordt cultuur gezien als een menselijk product. Een levenswijze is voor het overgrote deel niet door natuurlijke aanleg gedicteerd, maar door de mens zelf ingericht. Het feit dat de mens in zijn handelen feiten creëert, wordt externalisatie genoemd. Op het tweede niveau wordt cultuur ook gezien als een objectieve werkelijkheid buiten ons. De wereld waarin wij worden geboren hebben wij niet zelf bepaald. We hebben deze niet zelf gemaakt en kunnen er niet al teveel meer aan veranderen. De feiten gaan deel uitmaken van structuren en processen, institutionalisering, waar de mens zelf geen vat meer op heeft. Het derde niveau veronderstelt cultuur ook als een subjectieve werkelijkheid in onszelf. We worden pas mens als we ons de cultuur waarbinnen we geboren zijn eigen hebben gemaakt. Onze cultuur zijn we zelf door ons denken, ervaren, handelen en onze visie op de werkelijkheid. Dit eigen maken van cultuur, door de inzichten waarmee men in aanraking komt, heet internalisatie.

De media spelen een belangrijke rol in dit geheel. Zij maken gebruik van symbolische vormen, waarmee cultuur wordt overgedragen en gedeeld. Het publiek kan de media gebruiken om zich deelgenoot te maken van een bepaalde groep in de samenleving. In deze master thesis gaat dit om personen met een handicap. Door middel van artikelen in vrouwentijdschriften over deze groep, kan het publiek zich inleven in de groep en een beeld vormen.

2.2 Invloed van de media

De media kunnen invloed uitoefenen op het publiek. Andere theorieën draaien dit juist om en zeggen dat het publiek de media beïnvloedt. Dan is er ook nog de tussenweg die ervan uitgaat dat de twee samenhangen.

De eerste wetenschappers die zich bezighielden met de werking van de media, gingen ervan uit dat de media grote invloed hadden op hun publiek. De stromingen die hiervan uitgaan, zijn samengevat onder de naam 'almacht van de media-theorie' (De Boer & Brennecke, 1999: 15). De theorie heeft verschillende kenmerken. De massamedia bereiken iedereen, het beïnvloedingsproces is eenrichtingsverkeer (van zender naar ontvanger), er is een direct verband tussen inhoud van de boodschap en invloed op de ontvanger, de ontvanger is in staat en bereid alle boodschappen op te nemen, de ontvanger neemt de inhoud van de boodschap passief en kritiekloos over, de invloed van de media wordt niet betwijfeld, er zit geen 'filter' tussen zender en ontvanger en de 'massa' is meer ontvankelijk voor de invloed van de media dan de elite. Het model is als volgt:

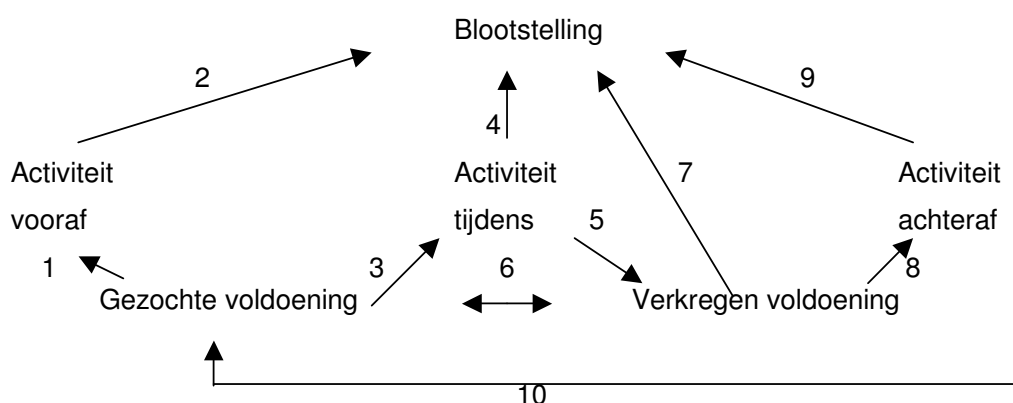


Een voorbeeld van één van de theorieën die ervan uitgaat dat de media machtig zijn, is de 'zwijgspiraaltheorie' van Noelle-Neumann (1974: 43-51). Volgens haar hebben de media een slechte invloed op het publiek. Omdat het publiek bang is voor sociale isolatie, wordt de heersende publieke opinie sterk in de gaten gehouden. Dit gebeurt voornamelijk de massamedia op de voet te volgen. Deze verspreiden echter vrijwel allemaal dezelfde heersende beelden en opvattingen. Steeds meer mensen zullen deze volgen, waardoor het moeilijk wordt om tegen deze publieke opinie in te gaan. Het is moeilijk om als enkeling een andere mening te verspreiden dan de massa.

Inmiddels is men erachter dat de theorieën die alle macht aan de media toeschrijven in de zuiverste vorm bijna nooit opgaan. Er zijn verschillende factoren te noemen die deze theorieën (deels) ontkrachten. Zo bereiken de massamedia bijvoorbeeld lang niet iedereen en is de aangeboden hoeveelheid informatie tegenwoordig zo groot, dat een ontvanger niet in staat is om alle boodschappen op te nemen. Er wordt dan ook wel gesproken van beperkte effecten (De Boer & Brennecke, 1999: 38).

Een andere stroming is die van de macht van het publiek. De ontvanger bepaalt het effect van een mediaboodschap. Het publiek is bovendien geen massa, maar bestaat uit individuen. Eén van de belangrijkste theorieën binnen de stroming is de 'uses and gratifications-benadering' (Katz et al., 1974: 509-523). Het gebruik van media wordt gekoppeld aan de behoeften die men bevredigd wil zien en aan de voldoening die men denkt te verkrijgen. Het is dus niet de inhoud die moet worden bestudeerd, maar de voorafgaande behoeften en verwachtingen van het publiek. De belangrijkste kenmerken van deze benadering zijn het doelgerichte mediagebruik en het actieve publiek. Ook wordt er van uitgegaan dat er een verband bestaat tussen de behoeften van de mens en zijn of haar mediakeuze. Het mediagebruik kan deze behoeften bevredigen. De voldoening van mediagebruik kan voortkomen uit de media-inhoud, de blootstelling aan de media als zodanig en/of de situatie waarin de blootstelling plaatsvindt.

Het model voor deze benadering is dan ook wat ingewikkelder dan het model van de almachtige media:



De belangrijkste kritiek op deze stroming betreft het concept van het actieve publiek. Een actief publiek kan op vele manieren worden opgevat. Daarom kan ook niet zomaar over een actief publiek worden gesproken.

De laatste stroming besteedt aandacht aan het publiek én de media-inhoud. Deze benaderingen vallen onder de naam 'audience cum content' (De Boer & Brennecke, 1999: 135). Zowel het publiek (audience) als de media-inhoud (content) worden onderzocht. Eén van de benaderingen is de 'culturele-indicatorenbenadering' (Gerbner, 1998: 175-194). In deze benadering worden de massamedia, met name de televisie, gezien als *cultivators* van de samenleving. De kracht van de massamedia zit in de *public-making ability* ervan. De media maken iets publiek en ze maken een publiek. Vooral televisie weet een groot publiek te bereiken en de heterogeniteit van het publiek voor een groot deel op te heffen. Deze mogelijkheid van de televisie zorgt ervoor dat ze de rol van cultuurverspreider op zich heeft genomen. Televisie is de *storyteller* van onze tijd geworden, waar deze taak vroeger toebehoorde aan rondtrekkende gemeenschappen en later aan instituties zoals de kerk en het onderwijs. Al deze functies maken dat de televisie zorgt voor de socialisatie en cultivering binnen de westerse samenleving. Andere uitgangspunten zijn het non-selectieve kijkgedrag van het publiek en het verschil tussen de echte werkelijkheid en de televisiewerkelijkheid. Massacommunicatie is geen eenzijdig, lineair proces. Opvattingen van het publiek worden bepaald door media-inhoud, maar ook delen van de opvattingen van het publiek komen terug in mediaproductie (De Boer en Brennecke, 1999: 140).

De culturele-indicatorenbenadering past het best bij het onderzoeksthema van deze master thesis. Mensen vormen hun mening over personen met een handicap onder anderen door middel van beelden die in de media verschijnen (Callebaut, 2005; Clogston, 1989; Nelson,

2003), maar tegelijkertijd is er ook interactie tussen de media en haar publiek. De vrouwentijdschriften die voor deze thesis worden onderzocht, hebben de binding met hun lezeressen hoog aangeschreven staan. Interactie met hun lezeressen is erg belangrijk. De slogans van de tijdschriften geven dit aan. Zo 'deelt *Margriet* emoties', 'houdt *Yes* rekening met wat jij wilt lezen' en 'nemen in *Viva* persoonlijke verhalen een grote plaats in' (www.123tijdschrift.nl). Het blijkt ook uit de verschillende rubrieken waarin lezeressen centraal staan. Dit zijn bijvoorbeeld brievenrubrieken of adviesrubrieken, maar ook metamorfoses of reportages. Ook worden er regelmatig activiteiten voor lezeressen georganiseerd zoals de 'Margriet Winter Fair' of de 'Yes Roltrap Race'. Aanbiedingen, kortingen of cadeautjes voor lezeressen zijn ook een regelmatig terugkerend fenomeen. De drie tijdschriften hebben bovendien een actief forum op internet, waarop naast interactie tussen lezeressen ook interactie plaatsvindt tussen de redactie en de lezeressen. Dit onderzoek zal echter alleen een analyse bevatten van de media-inhoud en geen publieksonderzoek. Er zal een inhoudanalyse worden gemaakt van de artikelen die gaan over personen met een handicap.

Naar de invloed van de media op de beeldvorming van personen met een handicap is nog weinig onderzoek gedaan. Elliot & Byrd (1984: 330-332) deden onderzoek aan de hand van opgenomen afleveringen van een televisieserie op videoband. Deze afleveringen werden bekeken door twee groepen studenten. Hieruit komt naar voren dat, in combinatie met discussie, correcte weergave van de handicap ervoor kan zorgen dat de houding van kijkers tegenover mensen met een handicap positief wordt beïnvloed. Dit duidt erop dat de massamedia een belangrijke rol kunnen spelen bij het vormen van positieve opvattingen door het publiek door mensen met een handicap correct af te beelden.

Uit een discussiegroep die Cumberbatch & Negrine (1992: 112-113) opzetten naast hun onderzoek naar beeldvorming van mensen met een handicap op de Britse televisie kwam naar voren dat het algemene publiek van mening is dat er sprake is van onderrepresentatie van gehandicapten in de verschillende televisiegenres. Een grote meerderheid vindt verder dat gehandicapten voor zouden moeten komen in alle soorten programma's en niet alleen binnen bepaalde genres.

Farnall & Smith (1999: 659-672) onderzochten reacties van mensen op mensen met een handicap. Ze vergeleken hiervoor het effect van persoonlijk contact met een persoon die een handicap heeft met het effect van beelden in de media van gehandicapten. Het blijkt dat positieve beelden van gehandicapten op televisie en in films eraan bijdragen dat mensen vaker discriminatie van deze groep herkennen en dat er minder vaak negatieve reacties bij hen opkomen. Persoonlijk contact zorgt ook voor minder negatieve reacties, maar zorgt er niet voor dat discriminatie vaker wordt herkend.

2.3 Beelden van personen met een handicap in verschillende media

2.3.1 Film en televisie

Longmore (1987: 65-78) is één van de eerste wetenschappers die onderzoek deed naar het beeld van gehandicapten in de media. Hij richtte zich hierbij op televisie en films. Het resultaat is een beschouwing van de meest voorkomende beelden van mensen met een handicap in deze media, door hem stereotypen genoemd. Ook probeert hij onderliggende bedoelingen van de beelden te ontrafelen. Hij wil aantonen dat er een relatie is tussen veranderende beelden over gehandicapten in de media en opvattingen over gehandicapten in de maatschappij. Als één van de stereotypen die vaak wordt gebruikt noemt hij die van een lichamelijke gehandicapte als slecht, misdadig persoon. Voorbeelden hiervan zijn Dr. No en Dr. Strangelove (Longmore, 1987: 66). Hierdoor worden vooroordelen over gehandicapten in stand gehouden: je handicap is je straf voor je slechte gedrag, gehandicapten zijn bitter over hun lot en gehandicapten verachten niet-gehandicapten. Ook het 'monsterbeeld', zoals Quasimodo uit de Klokkenuider van de Notre Dame, is een gerelateerd stereotype. Dit beeld zorgt voor stigmatisering van een gehandicapte. Een gehandicapte wordt niet als volwaardig mens gezien. Het grenst aan een ander beeld. Het beeld van de dood als verlossing, omdat het leven niet volwaardig is (Longmore, 1987: 68). Afhankelijkheid is het onvermijdelijke lot evenals uitsluiting van de maatschappij. Een ander stereotype dat Longmore beschrijft is dat van de lichamelijke gehandicapte persoon die zijn of haar situatie nooit heeft geaccepteerd. De persoon wordt neergezet als een verbitterd iemand die zwelgt in zelfmedelijden. Uiteindelijk draagt een niet-gehandicapte persoon een gehandicapte op om zich niet langer zo te gedragen. De gehandicapte persoon stopt met klagen en past zich aan aan de situatie (Longmore, 1987: 70). In de meeste verhaallijnen gaat het erom dat een gehandicapte persoon zelf leert omgaan met vooral de emotionele consequenties van de beperkingen. De mate van acceptatie bepaalt of het leven succesvol wordt of mislukt, niet allerhande stigma's of discriminatie door anderen. Het gaat dus vooral om de eigen houding tegenover de handicap. Gelieerd aan dit stereotype zijn de thema's 'compensatie' en 'heroïek'. Een persoon met een handicap heeft een gebrek, maar wordt hiervoor gecompenseerd door bijvoorbeeld een speciale gave. 'Heroïek' verwijst naar verhalen die gebaseerd zijn op 'het echte leven'. Het zijn verhalen over mensen die hun handicap overwinnen. Hier worden nog twee stereotypes aan toegevoegd door Cumberbatch & Negrine (1992: 90); een handicap wordt neergezet als lachobject of om medelijden te creëren. Ook een handicap als object van liefdadigheid is een stereotype. Het beeld van mensen met een handicap op de Britse televisie is uitvoerig onderzocht door Cumberbatch & Negrine (1992). Zij wilden vaststellen hoe adequaat mensen met een handicap worden neergezet op televisie, zowel op een kwalitatieve als op een kwantitatieve

manier. In non-fictieprogramma's komen in 16% van de gevallen mensen met een handicap voor. Dit percentage stijgt tot 24% als nieuwsprogramma's worden inbegrepen. In actualiteitenrubrieken komen gehandicapten dan weer niet voor. Ook in spelprogramma's is dit niet het geval. De focus ligt in non-fictieprogramma's meestal op de medische behandeling van de handicap. In andere non-fictieprogramma's (programma's die niet makkelijk kunnen worden gedefinieerd) ligt de focus in de meeste gevallen op de (speciale) prestaties van mensen met een handicap. Over gehandicapten wordt veelal met sympathie gesproken. Slechts een ½ procent van alle karakters in fictieprogramma's is gehandicapt. Het overgrote deel hiervan heeft motorische handicaps, gedragsstoornissen of verminkingen. Dit komt waarschijnlijk doordat deze handicaps duidelijk zichtbaar zijn. Andere handicaps zijn moeilijk zichtbaar te maken. De tegenstelling met speelfilms is in dit verband groot. In speelfilms komt in meer dan de helft van de gevallen een gehandicapt personage voor. Het beeld neigt dan naar stereotype. Het meest gebruikelijk is om een gehandicapt personage neer te zetten als een crimineel, als een subpersoon of als een zielig hoopje mens. Om deze reden worden deze personages doorgaans in de verhaallijnen opgenomen. Niet omdat ze eigenlijk heel gewoon zijn, maar precies vanwege het tegenovergestelde. De status van gehandicapte personages is lager dan die van niet-gehandicapte personages. Ze zijn bijvoorbeeld veel vaker werkeloos. Gehandicapte personages roepen andere gevoelens op bij kijkers dan niet-gehandicapte personages. Sympathie voor- en betutteling van gehandicapten staat tegenover respect en aantrekkelijkheid voor niet-gehandicapte personages. Gehandicapte personages hebben minder vaak een relatie dan niet-gehandicapte personages (Cumberbatch & Negrine, 1989: 135-141). Besemer (2002a) hield een enquête onder mensen met een handicap of chronische ziekte. Zij zijn van mening dat mensen met een handicap of chronische ziekte niet voldoende gerepresenteerd worden door het medium televisie. Het merendeel vindt het beeld dat wordt gebracht stereotype. Stereotype beelden die worden genoemd zijn het overdadig verschijnen in medische programma's, het aan het woord laten van zogenoemde 'experts' over mensen met een handicap of chronische ziekte in plaats van de persoon zelf en de gehandicapte of chronisch zieke persoon als slachtoffer, zielenpoot of superheld.

2.3.2 Kranten

Biklen (1987: 79-95) beschrijft vanuit welke frames (invalshoeken) de journalistiek verslag doet over gehandicapten. Volgens hem zijn deze frames tragiek, liefdadigheid en de bijbehorende emoties, medelijden of de strijd en prestatie. Daarbij beschreven emoties zijn wanhoop, pijn, verdriet en mislukking. De berichtgeving is eenzijdig. Over de mogelijkheden die gehandicapten hebben wordt meestal niet bericht. Verder dan het recht om te leven komen de media volgens Biklen (1987: 81) niet. Het ontbreekt aan breder perspectief en een

realistische kijk op het dagelijks leven van gehandicapten. Dit gebrek aan perspectief is niet alleen het centrale probleem in de populaire media, maar ook in het grootste deel van de maatschappij, aldus Biklen.

Ook Clogston (1994: 45-57) deed onderzoek naar de berichtgeving over gehandicapten in kranten. Hij deed dit in zestien Amerikaanse kranten. De berichtgeving kan volgens hem worden ingedeeld in twee typen modellen: traditionele en progressieve (Clogston, 1994: 46). De traditionele modellen leggen de nadruk op de verschillen met anderen in de maatschappij, de progressieve modellen leggen de nadruk op het omgaan van de maatschappij met gehandicapten. Het traditionele perspectief ziet gehandicapten als disfunctioneel. Er moet voor ze worden gezorgd op medisch en economisch vlak. Hieronder valt ook het zogenaamde 'supercripmens'. De nadruk ligt hier op het lichamelijke aspect van de handicap en hoe er, ondanks de handicap, op een 'bovenmenselijke' of 'wonderlijke' manier toch 'normaal' kan worden gefunctioneerd (Clogston, 1994: 46). Het progressieve perspectief ziet gehandicapten als disfunctioneel door toedoen van de onwil van de maatschappij om deze leefwereld voor iedereen toegankelijk te maken. Berichtgeving omvat bijvoorbeeld artikelen over de rechten van minderheden en cultureel pluralisme. Dit wil zeggen dat de handicap slechts als één aspect van vele anderen van de persoon wordt beschouwd. Uit het onderzoek bleek dat berichtgeving in vier categorieën traditioneel te noemen was. Het ging hier dan om het soort onderwerpen, de rol van individuen met een handicap, de gebruikte taal in de koppen en de taal in de tekst van het bericht. In bijna 60% van de gevallen was het onderwerp van het bericht traditioneel, iets meer dan 40% had een progressief onderwerp. Personen met een handicap werden bijna even vaak in traditionele rollen als in progressieve rollen neergezet. Toch overheersten de traditionele rollen. De gebruikte taal in de koppen was vaker traditioneel dan progressief, maar ook hier ontlopen de twee elkaar niet veel. Maar 40% van alle berichten bevatten geen traditioneel taalgebruik. Onderzoek naar de redacteurs van de berichten wijst uit dat schrijfstijl (traditioneel of progressief model) kan worden beïnvloed door twee factoren: stijlvoorschriften op de redactie als het gaat om berichtgeving over gehandicapten en redacteurs die een gehandicapte collega hebben of zelf gehandicapt zijn. In het eerste geval wordt de berichtgeving traditioneler, in het tweede geval progressiever. Dit houdt in dat veranderingen in berichtgeving op de werkvloer tot stand komen. Kranten zouden hier volgens Clogston (1994: 48-50) op in moeten springen om zo de berichtgeving te veranderen.

Keller et al. (1990: 271-282) onderzochten de berichtgeving over personen met een handicap in Amerikaanse kranten. Hieruit komt naar voren dat er, gemiddeld genomen, dagelijks wordt gerefereerd aan individuen met een handicap in Amerikaanse kranten. Deze referenties vinden hoofdzakelijk plaats in zogenaamde features of 'zacht nieuws'-artikelen. Wanneer artikelen de impact van de handicap vermelden op het leven van de persoon, wat

weinig gebeurt, wordt vaak de negatieve impact van de handicap verwoord. Bovendien ligt de focus, *als de impact* negatief wordt verwoord, meestal op de lichamelijke en mentale gesteldheid van de persoon. Over een leven in de maatschappij wordt niet gesproken. Het taalgebruik is vaak emotioneel. Onder emotioneel taalgebruik wordt taalgebruik verstaan dat stereotype en twijfelachtig is, omdat het verder gaat dan het feitelijk beschrijven van een situatie. De situatie wordt op een negatieve manier neergezet. Voorbeelden van emotioneel taalgebruik zijn slachtoffer van, lijdt aan, rolstoelgebonden etc.. Keller et al. concluderen uit hun onderzoek dat berichtgeving in kranten over personen met een handicap vaak ongepast is.

Auslander & Gold (1999a: 420-431) deden onderzoek naar de manier van berichtgeving over handicaps en personen met handicaps in kranten uit Canada en Israël. Hierbij werd gelet op de hoeveelheid berichten, het type artikel en de focus van de artikelen. Uit elk land werden hiertoe drie grote kranten onderzocht over een periode van drie maanden. Het aantal artikelen is in beide landen bijna gelijk. Berichtgeving vindt voor het grootste deel (68%) plaats in nieuwsrubrieken. Lichamelijke handicaps komen het meest voor in de artikelen, gevolgd door psychische handicaps. Het woordgebruik is vaak gevoelloos. Dit houdt in dat een gehandicapte persoon niet als een individu wordt beschreven. In Israël is dit vaker het geval dan in Canada. De focus van de artikelen is in de meeste gevallen traditioneel. Dit geldt voor beide landen. Dit geldt voor beide landen. Traditioneel wil zeggen dat gehandicapte personen disfunctioneel zijn op een medische of economische manier. Er moet voor ze worden gezorgd door de maatschappij en de bron van hun beperking ligt in hen zelf.

2.3.3 Tijdschriften

In Groot-Brittannië is een onderzoek gedaan naar tien tijdschriften en de aandacht die daarin aan gehandicapten wordt geschonken. Hierbij is alleen gelet op frequenties van het voorkomen van artikelen over gehandicapten. De tijdschriften zijn divers: van *National Geographic* tot *Good Housekeeping*. Er is maar één nummer van elk tijdschrift onderzocht. Er is alleen gekeken naar een vooraf opgestelde lijst van achttien handicaps. Byrd & Elliot (1988: 92-93) vonden 59 relevante artikelen, een gemiddelde van 5,9 artikel per tijdschrift. De meeste artikelen staan in *Newsweek*. Naar redenen voor dit betrekkelijk hoge gemiddelde wordt gegist door de onderzoeker. Het kan volgens hem komen door eigen belangstelling voor de gezondheid door de hoofdredactie, maar ook door de wil om lezers te informeren.

2.4 Taalgebruik in de media

Terminologie in de media kan ervoor zorgen dat er bepaalde beelden ontstaan.

Minderheidsgroepen, zoals personen met een handicap, zijn van mening dat woordkeuze in de media stempels op hen drukt. Dit wordt door Barnes (1992) 'disablism' genoemd en kan leiden tot vooroordelen, stereotypering of 'institutionele discriminatie' tegen gehandicapte personen. Longmore (1985: 419-423) toont aan dat personen met een handicap vaak exclusief worden geïdentificeerd aan de hand van hun handicap. De groep wordt zelden vergeleken met mensen zonder handicap. Ze zijn beperkt tot een 'gehandicaptenrol', waarin ze slechts worden gezien als medisch object. Vaak gebruikte termen als *victim* (slachtoffer), *abnormal* (abnormaal), *defective* (gebrekkig), *infirm* (zwak), *invalid* (invalide, of erger: niet geldig), *unsound* (ongezond) of *maimed* (verminkt) scheppen beelden van hulpeloosheid en afhankelijkheid. Personen met een handicap worden vaak exclusief geïdentificeerd aan de hand van hun handicap. Ze worden vaak beschreven aan de hand van medische termen zoals ziek, lijdt aan, getroffen door etc.. Een ander aspect als het gaat om gekozen terminologie is het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden als zelfstandige naamwoorden. Veel mensen refereren aan personen met een handicap als *dé dove*, *dé blinde*, etc.. Dit zorgt ervoor dat deze groep naast de groep van personen zonder handicap wordt gezet en zo niet als volwaardig mens wordt gezien. Ook draagt het bij aan stigmatisering. Een persoon met een handicap is alleen gehandicapt en anders niet. Menszijn wordt hierdoor onmogelijk gemaakt.

Naar aanleiding van de bevindingen van o.a. Longmore heeft Finlon Dajani (2001: 196-209) nieuwsberichten onderzocht die personen met een handicap vermeldden of die gingen over zaken die direct betrekking hadden op personen met vijftien verschillende handicaps. Deze nieuwsberichten waren afkomstig van de nieuwsdiensten *AP* (Associated Press) en *DNS* (the Disability News Service). Ze zijn gezocht op de indexen *disability* (lichamelijke ongeschiktheid), *the disabled* (de invaliden) en *handicapped* (gehandicapten). *AP* publiceerde in de tweede helft van 1999 41 berichten over personen met een handicap. In deze berichten komen 119 referenties voor naar de personen met een handicap. De beschrijving *the disabled* (de invaliden) wordt het vaakst gebruikt, namelijk in 25% van alle gevallen. Personen met een beperking wordt gebruikt in 18% van alle beschrijvingen. *DNS* publiceerde in dezelfde periode 108 nieuwsberichten. Daarin komen 337 referenties voor. De beschrijving *person (persons, people) with (a) disability(ies)* (persoon met een beperking) wordt hier het vaakst gebruikt, in 60% van de gevallen.

Ook Auslander & Gold (1999b: 1395-1405) hebben onderzoek gedaan naar gebruikte terminologie in artikelen over handicaps en personen met een handicap. Ze onderzochten hiervoor artikelen in zes kranten, drie in Israël en drie in Canada, over een periode van drie

maanden in 1998. Beschrijvingen werden onderzocht in de koppen en in het artikel zelf. Hierbij werd gekeken of het taalgebruik het individu van de personen weergaf. Correct taalgebruik is taalgebruik waarbij het individu wordt benadrukt (*person with a disability*: persoon met een handicap). Hieronder vallen ook termen als *deaf child* (doof kind) of *blind woman* (blinde vrouw). Incorrect taalgebruik is dat wat refereert aan personen door middel van hun handicap (*the disabled*: de gehandicapten). Termen als *patient* (patiënt) en *victim* (slachtoffer) zijn ook incorrect. Neutraal taalgebruik is ook mogelijk. Hierbij is de hoofdpersoon niet specifiek gekenmerkt als gehandicapt, maar komt uit de tekst naar voren dat er mensen met een handicap in voorkomen. In de 427 artikelen wordt in meer dan de helft van de gevallen (56,7%) op een incorrecte manier gerefereerd naar personen met een handicap. De verschillen tussen de landen onderling zijn niet groot in deze categorie: Canada 55,8% en Israël 57,6%. Een volgens Auslander & Gold correcte manier wordt gehanteerd in 27,4% van de artikelen. Hier zijn de verschillen tussen de landen wel groot: 19,6% in Canada om 36,0% in Israël. In Canada wordt vaker (24,6%) neutraal dan correct taalgebruik gehanteerd. Dit gebeurt in Israël 6,4% van de gevallen.

Taalgebruik in het televisienieuws over personen met een handicap is in meer dan een derde van de verslagen (38,5%) 'niet menselijk' (*impersonal*). Cumberbatch & Negrine (1992: 33) bedoelen hiermee uitdrukkingen als *the disabled* (de invaliden) en *the handicapped* (de gehandicapten). Andere categorieën die zij hanteren zijn 'neutral' ('neutraal') en 'derogatory' ('minachtend'). Bij neutraal taalgebruik wordt er met naam of zonder referentie naar de handicap naar de persoon verwezen. Ook *person with a disability* (persoon met een handicap) of *disabled person* (gehandicapte persoon) zijn neutraal. Minachtend taalgebruik bevat termen als *cripples* (kreupelen) en *dummies* (sufferds). Deze laatste categorie kwam niet voor in de steekproef. Dit betekent dat in 61,5% van de verslagen neutraal taalgebruik wordt gehanteerd.

2.5 Besluit

Uit de theorie is gebleken dat het publiek de media kan gebruiken om zich deelgenoot te maken van een bepaalde groep in de samenleving. Het publiek kan door middel van de media een beeld vormen van de groep personen met een handicap. Hierdoor kunnen de media invloed uitoefenen op het beeld dat van deze groep ontstaat bij het publiek. Het publiek kan echter zelf ook de media-inhoud beïnvloeden. Door middel van interactie met de redacties, kan het publiek ook invloed hebben op de onderwerpen die in de media aan bod komen. Redacties doen oproepen aan lezers om in hun tijdschrift te verschijnen. Dit kan op allerlei manieren binnen het door het tijdschrift zelf vastgestelde kader. Het idee voor een item kan komen van de redactie, maar ook van de lezer zelf.

Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat personen met een handicap vaak op een stereotype manier worden afgebeeld in de media. Veel voorkomende stereotypen zijn de persoon met handicap als slecht, misdadig persoon (crimineel), 'monster', verbitterd individu, zielig hoopje mens, superheld die zijn of haar handicap overwonnen heeft of object van liefdadigheid. Een invalshoek die meestal wordt gekozen is tragiek of overwinning. De focus van de berichten ligt vaak op het beperkende (negatieve) aspect van de handicap. Er is totaal geen aandacht voor het 'normale' dagelijkse leven van de persoon met handicap. Als personen met een handicap in de media verschijnen gebeurt dit vaak in medische programma's of rubrieken. Wanneer dit niet het geval is, wordt een persoon met een handicap juist vaak neergezet als 'onderscheidend' object. Hij of zij is 'speciaal' en 'anders als de rest'. De terminologie die wordt gebruikt in de media kan bijdragen aan stigmatisering van de groep. Door termen als invalide, gehandicapte of de blinde worden personen met een handicap geïdentificeerd aan de hand van hun beperking. Zowel gehandicapte als niet-gehandicapte personen zijn van mening dat er onderrepresentatie in de media plaatsvindt van personen met een handicap.

Ik zal met behulp van deze literatuur gaan onderzoeken hoe en hoe vaak personen met een handicap worden afgebeeld in drie vrouwentijdschriften -- *Margriet*, *Viva* en *Yes* -- in de periode van 1978 tot 2005. Dit gebeurt aan de hand van een inhoudsanalyse van de artikelen in de tijdschriften die gaan over mensen met een handicap. Er zal geen publieksonderzoek plaatsvinden. Het aantal artikelen waarin personen met een handicap voorkomen zal worden geteld. Cumberbatch & Negrine (1992), Clogston (1994), Keller et al. (1990), Auslander & Gold (1999a) en Byrd & Elliot (1988) telden ook hoe vaak personen met een handicap worden afgebeeld in verschillende media. Ook zal worden onderzocht hoe mensen met een handicap worden afgebeeld. Dit gebeurt onder anderen door het voorbeeld van Clogston (1989) te volgen en te onderzoeken of de focus van een artikel traditioneel, progressief of gemengd te noemen is. Ook wordt er onderzocht of de terminologie in een artikel correct, niet-correct, correct en niet-correct of neutraal is aan de hand van het model dat Auslander & Gold (1999b) hiervoor hanteren. Andere aspecten die door mij worden onderzocht komen wel in de literatuur voor, maar zijn niet specifiek uit de literatuur gehaald.

In dit hoofdstuk is de theorie besproken die van belang is voor dit onderzoek. In het volgende hoofdstuk wordt het onderzoeksobject, het vrouwentijdschrift, beschreven.

Hoofdstuk 3 --- Publiekstijschriften voor vrouwen

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het onderzoeksobject van deze thesis, het vrouwentijdschrift. Ongeveer 27 % van alle tijdschriften die er vandaag de dag op de markt zijn, kunnen worden omschreven als vrouwentijdschriften. In paragraaf 3.1 wordt de geschiedenis van het medium beschreven. Hierop volgt paragraaf 3.2 waarin wordt uitgelegd waarom er behoefte is aan vrouwenbladen. Paragraaf 3.3 geeft een omschrijving van de drie onderzochte tijdschriften.

3.1 Geschiedenis van vrouwenbladen

‘Een vrouwentijdschrift is een periodiek, gericht op vrouwelijk publiek. Een periodiek is een drukwerk dat regelmatig verschijnt, in ieder geval meer dan eens per jaar maar niet dagelijks.’ (Hülsken, 2005: 1)

Een tijdschrift is een fenomeen waarmee iedereen vandaag de dag in aanraking komt. Of het nu thuis is, in de boekhandel, op het station of bij de kapper, een leven zonder tijdschriften is eigenlijk niet meer in te denken. Al sinds het einde van de achttiende eeuw verschijnen er bladen die zich bezighouden met een bepaald onderwerp en voor een bepaalde doelgroep worden gemaakt.

Het eerste tijdschrift speciaal voor de vrouw verschijnt ongeveer tweehonderdvijftig jaar geleden in Nederland. Toen waren het vooral bladen met een moralistische inslag, de zogenaamde spectators, die zich ook speciaal richtten op het vrouwelijk publiek. Vanaf de jaren tachtig van de achttiende eeuw ontstonden de eerste tijdschriften die geheel voor de vrouw waren gemaakt. Zo waren er *Algemeene Oeffenschool der Vrouwen* (1784-1785), *De dames-post* (1785), *Geschenk voor de juffrouwen* (1792-1793) en *Weekblad voor Vrouwen* (1795). De inhoud van deze en andere damesbladen was zeer divers, omdat er geen vast redactiestramien bestond. De meesten waren mede daardoor geen lang leven beschoren (Hülsken, 2005: 2).

In de negentiende eeuw gaat het beter met dit specifieke soort tijdschriften. Dit is relatief laat kijkend naar de ontwikkeling van landen om ons heen. Buitenlandse magazines werden in Nederland ook gelezen en door het kleine Nederlandse taalgebied was er eigenlijk niet eerder behoefte aan meer tijdschriften. In de veertig en vijftiger jaren van de negentiende eeuw groeide het publiek en nam ook de diversiteit toe, terwijl in landen als Engeland, Duitsland en Frankrijk al in de tweede helft van de achttiende eeuw een groei was waar te nemen. In deze periode zijn de vrouwentijdschriften in te delen in drie categorieën: handwerk- en modebladen, godsdienstige tijdschriften en populariserende amusementsbladen (Jensen, 2006: 88).

Door de eerste feministische golf die tussen 1870 en 1920 plaatsvindt, komt er een nieuw soort vrouwentijdschrift op de markt. Twee daarvan, *Ons Streven* en *Onze Roeping*, staan geheel in het teken van de emancipatie van de vrouw (Jensen, 2006: 88).

Lange tijd waren tijdschriften in het algemeen en dus ook die voor vrouwen alleen beschikbaar voor een bepaald deel van de bevolking. Je moest over geld, vrije tijd en ook voldoende opleiding beschikken wilde je je deze luxe kunnen veroorloven. Vanaf de jaren zestig van de negentiende eeuw kwam hier verandering in doordat papier goedkoper werd en de druktechnieken verbeterden. Ook de afschaffing van het dagbladzegel in 1869 betekende een doorbraak voor het medium tijdschriften. Aan de vraagkant veranderde ook het een en ander: een steeds groter deel van de bevolking leerde lezen. Met de komst van de massapers werd het mogelijk bladen ook voor de nieuwe arbeidersklasse toegankelijk te maken. Voor de vrouwentijdschriften vonden ook veranderingen plaats. Er werd vanaf dit moment geschreven voor verschillende doelgroepen. In de tijd van de verzuiling had iedere vereniging of club haar eigen tijdschrift. Nu tijdschriften door steeds meer mensen werden gelezen, raakten de adverteerders ook geïnteresseerd in dit medium (Hülsken, 2005: 3). De jaren dertig zijn belangrijke jaren voor vrouwentijdschriften. In 1934 verschijnt *Libelle* en *Margriet* volgt in 1938. Deze bladen waren neutraal van religie en richtten zich op een breed publiek. De Tweede Wereldoorlog betekende voor veel tijdschriften het einde van hun bestaan. Degenen die overleefden kregen in de jaren vijftig te maken met een groeiende economie en een daardoor toenemende welvaart.

In vrouwentijdschriften zien we deze ontwikkelingen terug door de vele advertenties voor producten die het huishouden gemakkelijker maken en het leven prettiger. Maatschappelijke veranderingen in deze tijd en in de jaren zestig brengen heel wat te weeg in de Nederlandse samenleving. Tijdschriften zoals *Margriet* en *Libelle* besteden aandacht aan onderwerpen als ontkerkelijking en vrouwenemancipatie. Ook mode, muziek en woontrends worden steeds populairdere onderwerpen in deze tijdschriften. Door de ontzuiling verdwijnen in deze periode veel bladen die zich specifiek richtten op een bepaalde levensbeschouwing. De ontwikkelingen in de maatschappij zetten zich voort in de jaren zeventig. Het feministische tijdschrift *Opzij* maakt haar intrede en bestaat tot op de dag van vandaag. De jaren tachtig brengen nieuwe bladen voor de carrièrevrouw zoals *Avanta*, maar ook uitgaven speciaal voor jonge meiden, zoals *Tina* (Hülsken, 2005: 4). Ook in de laatste jaren van de twintigste eeuw en de eerste van de eenentwintigste eeuw blijven nieuwe tijdschriften hun intrede doen. Steeds meer aandacht wordt er besteed aan de lay-out en het kleurgebruik. Met de toenemende welvaart neemt ook de vraag naar luxere tijdschriften toe en de eerste glossy's ontstaan. Met de komst van zogenaamde I-magazines, die opgericht zijn door bekende personen, zoals *Linda* en *O* van Oprah Winfrey, is het duidelijk dat de tijdschriftenmarkt nog niet verzadigd is. Nieuwe exemplaren zullen blijven verschijnen, terwijl

anderen ten onder gaan. Wat dat betreft is er de laatste 250 jaar eigenlijk niets veranderd op het gebied van dit specifieke medium.

Ongeveer 27 % van alle tijdschriften die er vandaag de dag op de markt zijn, kunnen worden omschreven als vrouwentijdschriften (Van Hove, 2004: 3). Ondanks dat mannenbladen sinds de jaren negentig van de vorige eeuw in populariteit toenemen en er ook steeds meer special interest magazines bijkomen, blijven de damesbladen goed verkopen. Een wekelijkse oplage van ruim 1,3 miljoen exemplaren bewijst dit. Een van de vier tijdschriften die over de toonbank gaan is nog altijd een zogenaamd damesblad. Hoewel ook de tijdschriften te maken hebben met concurrentie van andere media, hebben veel vrouwen nog altijd een abonnement op een magazine uit deze categorie. Wat verder opvalt, is dat vrouwen meer lezen dan wie dan ook, en ook vaak meerdere bladen naast elkaar regelmatig doorbladeren. Binnen de groep vrouwentijdschriften bestaan verschillende soorten, die ruwweg in drie categorieën in te delen zijn. Zo zijn er de wekelijkse, relatief goedkope geïllustreerde tijdschriften die gericht zijn op een vrij algemeen vrouwelijk publiek. Dit zijn de traditionele vrouwenbladen, zoals *Margriet*, *Libelle*, maar ook *Flair* en *Viva*. Daarnaast zijn er ook duurdere, wat luxere bladen, die meestal een keer per maand verschijnen. Voorbeelden van deze glossy's zijn *Elle*, *Marie Claire* en *Cosmopolitan*. Als derde groep zijn er dan ook nog de feministische tijdschriften, waarvan *Opzij* verreweg de bekendste is. Deze bladen wijken vooral qua inhoud af van de andere twee categorieën, doordat ze de heersende man-vrouw verhoudingen bekritisieren (Hülksen, 2005: 1-2).

3.2 Behoeftte aan vrouwenbladen

Waarom lezen vrouwen eigenlijk vrouwenbladen? Er zijn verschillende redenen aan te wijzen die verklaren waarom vrouwenbladen worden gelezen.

Volgens Hermes (1993: 97-128) maakt een lezer(es) gebruik van verschillende interpretatieve repertoires als een vrouwenblad wordt gelezen. Repertoires worden door Hermes omschreven als een magazijn van mogelijke overeenkomsten, legitimaties en evaluaties die op verschillende teksten kunnen worden toegepast. Makkelijker gezegd gaat het om de betekenissen die aan teksten kunnen worden toegekend. Er worden ten aanzien van de vrouwenbladen vier repertoires genoemd: twee beschrijvende en twee inhoudelijke. Het eerste beschrijvende repertoire noemt Hermes het 'makkelijk weg te leggen' repertoire. Het lezen van vrouwenbladen wordt gezien als een activiteit die heel makkelijk 'even tussendoor' kan worden gedaan. Het neemt niet veel tijd in beslag, vraagt niet veel aandacht en wordt gezien als onderdeel van de alledaagse routine. Het andere beschrijvende repertoire is het 'lezen voor ontspanning' repertoire. Heel vaak wordt aangegeven dat een vrouwenblad alleen wordt gelezen om een moment van ontspanning te creëren. Volgens de

beschrijvende repertoires is er geen achterliggende gedachte als een vrouwenblad wordt gelezen. Er is geen diepere betekenis aanwezig.

Een inhoudelijk repertoire is het repertoire van 'praktische kennis'. Door in een vrouwenblad tips 'op te pikken' (recepten, huishoudelijke artikelen, schoonmaakadvies, uitgaansideeën, naaipatronen etc.) wordt praktische kennis opgedaan die in het dagelijks leven goed van pas kan komen. Het andere inhoudelijke repertoire is het repertoire van het 'emotioneel leren en begrijpen'. Hier gaat het om menselijke emoties en hoe hiermee moet worden omgegaan. In sommige bladen gaat het voornamelijk om problemen en emoties van andere mensen, in andere bladen draait het juist om de lezer(es) zelf en zijn of haar emoties. Hoofdzaak in dit repertoire is het lezen over ervaringen van anderen. Door te lezen over de ellende en problemen van anderen, valt eigen sores in het niet en ontstaat een ideaalbeeld van het eigen leven. Beide inhoudelijke repertoires zorgen volgens Hermes voor de creatie van fantasiebeelden bij lezers. Er wordt een ideaalbeeld van het zelf gecreëerd aan de hand van artikelen in de bladen, een zogenaamd perfect persoon. Vrouwenbladen worden volgens deze repertoires vooral gelezen om een beter gevoel over jezelf te krijgen. Het gevoel dat je je eigen leven volledig onder controle hebt en de ander niet. In dit verband noemt Hermes nog een overlappend repertoire, het repertoire van het melodrama. In dit repertoire wordt vooral het tragische aspect van het leven benadrukt. Het gaat over tegenspoed, onrecht en pech en had jou makkelijk ook kunnen overkomen. In dit repertoire wordt de persoon in het artikel neergezet als overwinnaar, maar toch op een manier dat het medelijden opwekt. Je mag blij zijn dat het je zelf niet is overkomen. Inhoudelijke repertoires gaan er vanuit dat er wel een diepere betekenis zit achter het lezen van vrouwenbladen. Een vrouwenblad fungeert als een soort spiegel die je jezelf kunt voorhouden.

3.3 Onderzoeksubjecten

3.3.1 *Margriet*

Eén van de populairste Nederlandse vrouwentijdschriften, *Margriet*, verschijnt voor het eerst op 30 september 1938. De Geïllustreerde Pers brengt het blad op de markt met de ondertitel Weekblad voor Vrouwen en Meisjes. Als snel wordt dit veranderd in Weekblad voor dames. De inhoud bestond uit recepten, artikelen over kinderverzorging en moederschap, patronen, ingezonden brieven, verhalen, mode, interviews, tips, wedstrijden en columns. Op de cover meestal een vrouwengezicht. Deze formule bleek uitermate succesvol en wordt nu nog steeds grotendeels gehanteerd (Hülksen, 2006: 94).

Tijdens de Tweede Wereldoorlog, van april 1943 tot oktober 1945, verschijnen er een tijdje geen Margrietten. In november 1945 verschijnt het blad weer op de markt. Het duurt dan tot 1949 voordat er weer sprake is van een wekelijkse uitgave. In 1948 wordt het zelfstandige

tijdschrift *Moeder en Kind* een onderdeel van *Margriet*. Later, in 1950 wordt ook *Cinderella* toegevoegd. De geschiedenis van het stripblad *Donald Duck* begint in 1952 bij *Margriet*. Op 25 oktober zit het eerste Nederlandstalige nummer van dit weekbad bij het damesblad (www.wikipedia.nl).

Na de oorlog bevat *Margriet* huishoudelijke rubrieken en gratis knippatronen. De toon is ingetogen en zedelijk tijdens de wederopbouw van Nederland. In de jaren zestig is er economische groei en welvaart en worden elektronische apparaten beschikbaar voor een breed publiek. Dit is ook in *Margriet* zichtbaar (Hülsken, 2006; 94).

In 1964 fuseert de uitgeverij van *Margriet* met De Spaarnestad, die *Libelle* uitgeeft. Samen worden zij de Verenigde Nederlandse Uitgeversbedrijven (VNU).

Vanaf midden jaren zestig verandert de maatschappelijke positie van de vrouw in Nederland. Hier speelt *Margriet* ook op in met een nieuw, meer journalistiek karakter. De eerste enquêtes die ingaan op het privé-leven van de Nederlandse vrouw verschijnen in het blad. De eerste vrouwelijke hoofdredacteur wordt Hanny van den Horst in 1970. De koers wordt dan opnieuw gewijzigd. De positie van vrouwen moest verder worden verbeterd. De jaren tachtig en negentig worden gekenmerkt door een teruglopende oplage. Toch is *Margriet* in haar segment nog steeds één van de best verkopende bladen met een oplage van ruim 345.000 exemplaren (Hülsken, 2006: 95). De doelgroep is vrouwen van alle leeftijden. Later wordt dit vrouwen van 30 tot 55 jaar (Vegt, 2004: 4).

In 2001 wordt de gehele VNU overgenomen door het Finse bedrijf Sanoma (www.wikipedia.nl).

3.3.2 Viva

Het eerste geëmancipeerde massaweekblad voor de jonge vrouw verschijnt in 1972. *Viva* ligt dan voor het eerst in de schappen. Ze is een voortzetting van *Eva*, de redelijk tuttige voorganger, die uitgegeven werd van 1942 tot 1972 (Vegt, 2004: 5). Het blad wordt uitgegeven door de Geïllustreerde Pers, die onderdeel is van VNU. In het blad staan werk, vrouwenemancipatie en seks centraal. Deze onderwerpen worden afgewisseld met luchtigere items als mode, vrijetijdsbesteding, uitgaande en bekende mensen. De lay-out is niet erg afwisselend. Teksten zijn lang en de kleuren vooral zwart-wit (Vegt, 2006: 154).

Het blad ondergaat door de jaren heen regelmatig veranderingen. Eén van de grote veranderingen vindt plaats begin jaren negentig. Meer en meer vrouwen zijn gaan werken, mede door het feminisme. Daarom wordt de redactieformule gewijzigd. De eigentijdse vrouw heeft het motto: "Overdag ben je elkaars gelijke om 's avonds te genieten van het verschil". Zij combineert haar werk met haar gezin. De doelgroep is vrouwen van 20 tot 35 jaar (Vegt, 2006: 154).

Dat het gezinsleven nu ook een pijler is, blijkt uit de uitgave van *Viva&Co* ('voor jou en je kind') in 1994. In 2003 verschijnt *Viva Baby*, wat eind 2006 omgedoopt wordt tot *Viva Mama*. Ook de lay-out is veranderd. Het blad is kleurrijk geworden en bevat veel foto's. Een open mind, nuchterheid en zelfspot zijn tegenwoordig van belang in *Viva*. Het motto anno 2007 luidt dan ook "Recht op de vrouw af". De oplage bedraagt ruim 100.000 exemplaren (www.wikipedia.nl).

Door de jaren heen is de relatie met het lichaam een item dat veel aandacht krijgt in *Viva*. *Viva* beeldt graag modellen af die niet teveel afwijken van het Nederlands gemiddelde. Een positief zelfbeeld is erg belangrijk. Vrouwelijke vormen zijn iets om trots op te zijn. Het bekendste voorbeeld hiervan is de rubriek *Any Body*. Hierin gaan lezeressen alleen of met hun partner/vriendin/zus etc. naakt en onherkenbaar op de foto en vertellen over hun lichaam. Thema's variëren, maar mode en relaties zijn gebleven. Anderen zijn lekker eten, reizen en gezondheid. Bekende rubrieken door de jaren heen zijn *Help!*, *Viva Weekjournaal*, *Man in Bed*, *Man over Vrouw*, *Bijblijven*, *Pak je Pen*, *Via Viva* en *Kortom* (Vegt, 2006: 155). *Viva* wordt vanaf 2001 uitgegeven door Sanoma (www.wikipedia.nl).

3.3.3 Yes

Als *Yes* voor het eerst verschijnt in 1986, is er eerst een paar maanden gesleuteld aan de juiste bladformule. *Yes* is een voortzetting van het meisjesweekblad *Anita*, waarvan de laatste uitgave uitkomt in december 1985. *Anita* richtte zich op meiden van 12 tot 16 jaar (Vegt, 2004: 12). *Oberon* is de eerste uitgever van *Yes*. Van 1990 tot 2000 is dit *Spaarnestad* als onderdeel van *VNU*. *Sanoma* wordt het vanaf 2001. De doelgroep ten tijde van de lancering is 'de jonge vrouw die zich thuis voelt in een grote groep'. Zij is vijftien tot twintig jaar en een doorsnee vrouw, die later zal overstappen op *Libelle* of *Margriet*. Alles wat 'in' is verschijnt in *Yes*. Dit zijn bijvoorbeeld verliefdheid, vriendjes en mode (Hemels, 2006: 178).

Yes is door de jaren heen steeds opgebouwd volgens een vaste formule. Hierdoor is het blad heel herkenbaar. Vraagbaken en adviesrubrieken doen het erg goed en zijn erg populair. Er wordt veel aandacht besteed aan mode en schoonheid, maar er wordt ook informatie gegeven over maatschappelijke onderwerpen zoals studie en besteding van je geld. Andere onderwerpen zijn vakantiebestemmingen, popmuziek, televisie, films, relaties en liefdesverdriet. Interviews met bekende personen verschijnen met regelmaat. De vormgeving verandert met de jaren mee. Teksten worden korter, er komen meer beelden en ook het kleurgebruik neemt toe. *Yes* doet door de jaren heen aan klantenbinding door middel van aanbiedingen, acties, kortingen, verlotingen en kleine extraatjes bij het tijdschrift. Toch daalt de laatste jaren de oplage zonder plausibele verklaring. Op dit moment bedraagt de oplage zo'n 77.000 exemplaren (Hemels, 2006: 179).

In dit hoofdstuk is het onderzoeksobject van deze thesis, het vrouwentijdschrift, aan de orde geweest. Het volgende hoofdstuk behandelt het begrip handicap.

Hoofdstuk 4 --- Handicap

Het begrip handicap laat zich niet makkelijk omschrijven. In de media komt voortdurend het woord gehandicapt voorbij, maar daar wordt niet bij vermeld wat deze benaming eigenlijk inhoudt. Wanneer is een persoon gehandicapt? En wanneer niet? Waarom valt men in deze categorie? En waarom niet? Vragen die essentieel zijn voor dit onderzoek. Dit onderzoek betreft namelijk berichtgeving over personen met een handicap. Daarom is het noodzakelijk dit begrip eerst nader te definiëren. Dit gebeurt dan ook in dit hoofdstuk.

4.1 Definities

Voor een definiëring kan worden gekeken naar de *International Classification of Functioning, Disability and Health* (ICF) van de WHO (2001). De Wereldgezondheidsorganisatie (*World Health Organization*, WHO) is een gespecialiseerd orgaan van de Verenigde Naties die tot doel heeft wereldwijde aspecten van de gezondheidszorg in kaart te brengen, activiteiten op het gebied van gezondheidszorg te coördineren en de gezondheid van de wereldbevolking te garanderen (www.wikipedia.nl). De ICF, die de WHO voor het eerst heeft opgesteld in 1980, heeft tot doel een gestandaardiseerde taal en een gestandaardiseerd kader voor de omschrijving van gezondheidsproblemen te creëren. Alle componenten zijn neutraal geformuleerd en kunnen op een positieve en negatieve manier worden uitgedrukt. Hierdoor kunnen problemen duidelijk worden, maar ook niet-problematische aspecten. Dit gaat niet dan ook niet alleen om mensen met aandoeningen, maar om alle mensen. Er wordt ook gesteld dat het hebben van een gezondheidsprobleem niet meteen hoeft te leiden tot een participatieprobleem. Er is niet per definitie een causaal verband aanwezig (SCP, 2007: 25).

Gezondheidsproblemen zijn sinds 2001 gestructureerd rond drie gebieden:

- *Body functions* (lichaamsfuncties) en *body structures* (lichaamsbouw)
- *Activities and participation* (activiteiten en participatie)
- *Environmental factors* (omgevingsfactoren)

Het eerste gebied heeft betrekking op het medisch-biologische aspect van het gezondheidsprobleem. Door de laatste twee gebieden in de loop der jaren toe te voegen, erkent de ICF andere componenten die het hebben van een gezondheidsprobleem omvat en dan met name de sociale component. De drie gebieden worden eerst allemaal op dezelfde manier uitgedrukt op een alfanumerieke schaal (*b* voor *body functions*, *s* voor *body structures*, *d* voor *activities and participation* en *e* voor *environmental factors*). De aandoening volgt dan op numerieke schaal. Het probleem wat van de aandoening wordt ondervonden wordt uitgedrukt op generieke schaal. Op schaal nul wordt geen probleem ervaren, schaal één is ervaring van een licht probleem, schaal twee een gemiddeld

probleem, schaal drie een ernstig probleem en schaal vier een totaal probleem. Deze schaalnormering is onderzocht en bepaald door onderzoek. Zodra er op welk aspect van deze gebieden dan ook een één, twee of drie kan worden ingevuld, wordt gesproken van een *impairment* (beschadiging) in het geval van het eerste gebied (lichaamsfuncties en lichaamsbouw), van een *limitation/restriction* (beperking) in het geval van het twee gebied (activiteiten & participatie) of van een *barrier* (barrière) in het geval van het laatste gebied (omgevingsfactoren). Dan wordt er gesproken van een *disability* (handicap). De handicap kan zich uiten 'in individuele beperkingen als ook hindernissen bij het uitvoeren van activiteiten in en deelname aan de samenleving' (WHO, 2001). Een handicap hoeft dus niet per definitie een beperking of barrière op te leveren.

Besemer (2002b: 11) omschrijft mensen met een handicap als 'mensen die een lichamelijke beperking hebben als gevolg van het verlies van een of meer lichaamsfuncties'. Hij noemt iemand gehandicapt als 'hij of zij niet de kans krijgt om als gelijke aan de samenleving deel te nemen.' Hij laat hiermee de verstandelijk gehandicapten volkomen buiten beschouwing en gaat alleen uit van fysieke kenmerken.

De Verenigde Naties (VN) hebben op 13 december 2006 een verdrag aangenomen omtrent de rechten van personen met een handicap. Hierin staat de volgende definitie: 'Personen met een handicap omvat personen met langdurige fysieke, mentale, intellectuele of zintuiglijke beperkingen die hen in wisselwerking met diverse drempels kunnen beletten volledig, effectief en op voet van gelijkheid met anderen te participeren in de samenleving.' (Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap, VN, 2006: 4) Het uiteindelijke doel is een toename van de maatschappelijke participatie van mensen met beperkingen. Een artikel uit dit verdrag is in het kader van het onderwerp van deze scriptie ook noemenswaardig. Het betreft artikel acht over bevordering van bewustwording. Partijen die het verdrag ondertekenen zijn volgens dit artikel onder andere verplicht onmiddellijk doeltreffende en passende maatregelen te nemen om de bewustwording ten aanzien van personen met een handicap te bevorderen binnen de hele maatschappij. Om dit te bereiken zijn er een aantal maatregelen omschreven. Eén van de maatregelen luidt als volgt: 'het aanmoedigen van alle onderdelen van de media, personen met een handicap te portretteren op een wijze die verenigbaar is met het doel van dit Verdrag.' (Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap, VN, 2006: 8) Het doel van het verdrag is 'het bevorderen, beschermen en waarborgen van alle mensenrechten en fundamentele vrijheden op voet van gelijkheid van personen met een handicap.' (Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap, VN, 2006: 4)

Ook artikel zes dient genoemd te worden in het licht van het onderzoeksontwerp van deze scriptie. Voor de scriptie worden artikelen onderzocht uit de zogenaamde vrouwentijdschriften. De VN benoemt in dit verdrag specifiek vrouwen en meisjes met een

handicap. De Staten die Partij zijn erkennen dat vrouwen en meisjes met een handicap onderworpen zijn aan meervoudige discriminatie en nemen in dat verband maatregelen om hen op voet van gelijkheid het volledige genot van alle mensenrechten en fundamentele vrijheden te garanderen.' (Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap, VN, 2006: 7)

In het boek *Trots en treurnis: Gehandicapt in Nederland* (1995) wordt getracht de betekenis van een handicap vanuit nieuwe perspectieven te zien. Een handicap is niet slechts een medisch-technisch aspect meer. Er is ook een sociale en politieke kant. Problemen die worden ondervonden zijn niet meer alleen het gevolg een medisch 'defect', maar ook van een maatschappij die niet gericht is op gehandicapte mensen. De samenleving weigert mensen met een handicap als volwaardige burgers te zien, waardoor er geen gelijke kansen worden gerealiseerd (Van Wijnen, 1995a). Het medische model ziet een handicap met de bijbehorende functiebeperking als een abnormaal verschijnsel. Het probleem ligt in deze functiebeperking en niet in de maatschappij. Die hoeft niet te worden aangepast. De gehandicapte individu moet zich aanpassen (Van Wijnen, 1995b). Het sociaal-politieke model onderscheidt fysieke eigenschappen van personen en hun positie in de maatschappij en status. Problemen die gehandicapten in de maatschappij ondervinden, worden niet veroorzaakt door de functiebeperking, maar door de samenleving. Zo kan worden verklaard dat de achtergestelde maatschappelijke positie van gehandicapten slechts voortkomt uit reacties van de maatschappij. Een gebouw of het openbaar vervoer is ontoegankelijk, omdat er bij het ontwerp geen rekening wordt gehouden met de diversiteit aan behoeften van alle burgers. Een handicap wordt een sociale constructie en als volgt gedefinieerd: 'Handicap is een functie van de relatie tussen mensen met een functiebeperking en hun omgeving'. (Van Wijnen, 1995b) Mensen met een functiebeperking worden volgens dit model gehandicapt gemaakt door de samenleving. Met een functiebeperking word je geboren, gehandicapt word je later pas door toedoen van de maatschappij.

In dit hoofdstuk is het begrip handicap gedefinieerd. In het volgende hoofdstuk wordt de methode van dit onderzoek verantwoord en worden er hypothesen opgesteld.

Hoofdstuk 5 --- Onderzoeksontwerp

De onderzoeksvraag van deze thesis luidt:

Hoe en hoe vaak worden personen met een handicap afgebeeld in de Nederlandse vrouwenbladen *Margriet*, *Viva* en *Yes* in de periode van 1978 tot en met 2005?

Om te onderzoeken hoe mensen met een handicap worden afgebeeld in verschillende vrouwenbladen, wordt de inhoud van drie tijdschriften -- *Margriet*, *Viva* en *Yes* -- aan een analyse onderworpen.

Dit hoofdstuk bestaat uit zes paragrafen. In paragraaf 5.1 wordt de keuze voor het medium toegelicht. Paragraaf 5.2 gaat over de keuze voor de verschillende tijdschriften. Paragraaf 5.3 beschrijft de onderzoeksperiode, terwijl in paragraaf 5.4 wordt bepaald welke definiëring er wordt gegeven aan het woord handicap in dit onderzoek. In paragraaf 5.5 wordt de inhoudsanalyse van de artikelen verantwoord. De inhoudsanalyse vindt plaats door middel van een kwantitatieve en kwalitatieve analyse. Tenslotte worden in paragraaf 5.6 de hypothesen op een rijtje gezet.

5.1 Onderzoeksmedium

Voor dit onderzoek worden vrouwentijdschriften geanalyseerd. De keuze voor tijdschriften is gebaseerd op het literatuuronderzoek dat is verricht. Daaruit komt naar voren dat verschillende media zijn geanalyseerd op dit gebied. Dit zijn echter voornamelijk televisie, film en kranten. Tijdschriften zijn zelden onderzocht. Hülksen (2005: 6) bevestigt deze constatering. Volgens haar staan tijdschriften in het algemeen pas de laatste tien à vijftien jaar in de belangstelling van de wetenschap. Vrouwenbladen vormen een groot aandeel van de bladenmarkt. Ruim één op de vier tijdschriften is een vrouwenblad. 40% van de losse verkoop in de bladenmarkt komt ook nog eens voor rekening van de vrouwenbladen. Daarmee is zij de grootste categorie in de losse verkoop (Van Hove, 2004: 1).

5.2 Onderzoekseenheden

Er is gekozen voor de vrouwentijdschriften *Yes*, *Viva* en *Margriet*. Dit zijn vrouwenbladen in de algemene categorie. Ze zijn gericht op een algemeen vrouwelijk publiek. Van Hove (2004: 3) noemt ze '*general interest-bladen*'. Deze verschijnen wekelijks en zijn relatief goedkoop. Breed van opzet spelen ze serieus in op verschillende onderwerpen die vrouwen interesseren. Als lezeres kun je al je problemen en ervaringen kwijt in deze bladen. Ze

fungeren als het ware als een 'vriendin'. 'De onderwerpen die aan bod komen zijn over het algemeen immaterieel van aard en hebben een duidelijke link met het dagelijks leven van de vrouw' (Van Hove, 2004: 3). Dit aspect is in het kader van dit onderzoek heel interessant. Uit de literatuur blijkt dat een beeld wat wordt gemist er één is van mensen met een handicap als onderdeel van het dagelijkse leven. Dit is dan ook één van de belangrijkste redenen voor de keuze van deze drie algemene vrouwenbladen. De drie bladen vertegenwoordigen allen een andere doelgroep (Vegt, 2004). *Yes* vertegenwoordigt de lezeres van 15 tot 25 jaar, *Viva* die van 20 tot 35 jaar en *Margriet* die van 30 tot 55 jaar. Wellicht is er een verschil in berichtgeving, omdat ze verschillende doelgroepen vertegenwoordigen.

5.3 Onderzoekperiode

Dit onderzoek bevat artikelen van verschillende jaargangen. Voor *Margriet* en *Viva* betreft dit de jaargangen 1978, 1987, 1996 en 2005. Voor *Yes* betreft dit de jaargangen 1987, 1996 en 2005. Farnall & Smith (1999: 660) halen in hun artikel een onderzoek van Longmore aan. Die stelt dat er vanaf eind jaren tachtig, begin jaren negentig (van de vorige eeuw) meer gevarieerde en positievere beelden van mensen met een handicap in de media verschijnen. Ook Nelson (2003: 183) beschrijft een verandering in beeldvorming vanaf begin jaren negentig. Stereotypering van mensen met een handicap in de media is niet langer geaccepteerd. Nieuwe beelden waarin mensen met een handicap als 'normaal persoon' deelnemen aan het 'gewone' leven verschijnen steeds vaker. Daarom is gekozen voor twee momenten voor begin jaren negentig en twee momenten na begin jaren negentig. Het eerste exemplaar van *Yes* verscheen in augustus 1986. De eerste volledige jaargang *Yes* is dus 1987. Daarom is 1987 als richtjaar gebruikt. Aan de hand daarvan zijn de andere drie onderzoeksjaren ook willekeurig bepaald, één ander moment voor 1990 en twee andere momenten na 1990. Tussen de momenten zit bewust wat ruimte. Omdat *Yes* in 1986 pas voor het eerst verscheen, zijn er van *Yes* drie jaargangen onderzocht in plaats van vier. Er zijn hele jaargangen gebruikt. Dit is gedaan, omdat de verwachting was dat er niet veel berichtgeving bestaat over mensen met een handicap in publiekstijschriften van voor de jaren negentig. Alle tijdschriften verschijnen wekelijks. Dit houdt in dat er in totaal elf jaargangen van 52 nummers zijn onderzocht. Dit komt neer op een steekproef van 556 tijdschriften.¹ De tijdschriften zijn onderzocht in de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag.

¹ In de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag is *Yes* voor het eerst in het archief opgenomen vanaf nummer 17 1987. Dit houdt in dat er van 1987 voor dit tijdschrift geen 52 nummers zijn onderzocht, maar 36 nummers.

5.4 Begripsbepaling

Om te bepalen welke artikelen in het onderzoek dienen te worden opgenomen is allereerst de volgende definitie gehanteerd: 'Personen met een handicap omvat personen met langdurige fysieke, mentale, intellectuele of zintuiglijke beperkingen die hen in wisselwerking met diverse drempels kunnen beletten volledig, effectief en op voet van gelijkheid met anderen te participeren in de samenleving.' (Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap, VN, 2006: 4) Daarbij moet nog een aantal aanvullingen worden gemaakt. Elk artikel dat op enige manier een beperking ter sprake brengt, wordt geanalyseerd. Hierdoor zijn de beperkingen zeer uiteenlopend. Alle rubrieken zijn deel van het onderzoek op de medische invalshoek na. Medische rubrieken, rubrieken waarin dokters over een beperking praten etc. worden buiten beschouwing gelaten. Advertenties doen ook niet mee in dit onderzoek. Afbeeldingen bij de relevante artikelen wel. Wanneer dit alles in acht wordt genomen, blijft het woord handicap een lastig gegeven. Het woord handicap blijft een subjectieve constructie, waarin altijd ruimte voor discussie zal blijven bestaan.

5.5 Inhoudsanalyse

Om te onderzoeken hoe mensen met een handicap in de vrouwenbladen *Margriet*, *Viva* en *Yes* worden afgebeeld van 1978 tot 2005 zullen alle relevante artikelen aan een inhoudsanalyse worden onderworpen. Daartoe zal dit onderzoek bestaan uit een kwantitatieve analyse en een kwalitatieve analyse. De kwantitatieve analyse is bedoeld om de artikelen op een objectieve manier te beschrijven. In de kwalitatieve analyse zullen de artikelen op verschillende aspecten worden beoordeeld en geïnterpreteerd. Het gaat hier om een interpretatie van de betekenissen van de artikelen. In dit geval zijn het verschillende aspecten die aangeven hoe mensen met een handicap worden afgebeeld in de tijdschriften.

5.5.1 Kwantitatieve analyse

Onderzoeksaspect	Uitleg
Tijdschrift	Margriet, Viva of Yes
Jaargang	1978, 1987, 1996 of 2005
Nummer	Nummer van het tijdschrift
Plaats	(Eerste) pagina waarop het artikel staat
Rubriek	Rubriek waarin het artikel verschijnt: interview, reportage, ingezonden brieven, column, vaste rubriek, overig
Lengte artikel	Lengte van het artikel in alinea's
Afbeelding aanwezig bij artikel	Ja of nee
Handicap zichtbaar op afbeelding	Ja of nee
Kop boven artikel	De letterlijke kop boven het artikel

5.5.2 Kwalitatieve analyse

Onderzoeksaspect	Uitleg
Soort handicap	Soort handicap waarover in het artikel gesproken wordt: lichamelijk, verstandelijk, psychisch, combinatie, niet-specifiek
Main character	Figuur/personage die in het artikel aan het woord komt: persoon met handicap, familie van persoon met handicap, vriend(en) van persoon met handicap, werk met persoon met handicap, instelling gelieerd aan persoon met handicap, maatschappij voor persoon met handicap, goed doel voor persoon met handicap, combinatie, anders
Sekse	Sekse van de persoon met handicap waar het artikel om draait: man, vrouw, man en vrouw
Terminologie	Terminologie die in het artikel toegepast wordt: correct, niet-correct, correct en niet-correct, neutraal
Focus	Focus van het artikel: progressief, traditioneel, gemengd

5.5.2.1 Soort handicap

Voor een indeling naar het soort handicap is gekeken naar twee publicaties. Allereerst is er voor een algemene indeling gebruik gemaakt van de classificatie die het Sociaal Cultureel Planbureau hanteert in hun verschillende rapportages over gehandicapten die zij sinds 1994 frequent publiceren (SCP, 2007; SCP, 2006; SCP, 2002). Zij maken onderscheid tussen lichamelijk gehandicapten, verstandelijk gehandicapten, psychisch gehandicapten en combinaties hiervan. Er is een categorie niet-specifiek door mij toegevoegd. In deze

categorie vallen artikelen waarin over mensen met een handicap in het algemeen wordt geschreven. Om te bepalen in welke categorie welke handicap valt, is gebruik gemaakt van de 10^e versie van de *International Statistical Classification of Diseases and Health Related Problems* (WHO, 2007). Deze lijst wordt gepubliceerd en beheerd door de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) en behoort tot de familie van de internationale classificaties op het gebied van gezondheid die de WHO publiceert. Hier valt ook de *International Classification of Functioning, Disability and Health* (ICF) onder.

5.5.2.2 Main character

Dit betreft de figuur/personage die in het artikel aan het woord komt. Dit kan een persoon zijn die zelf een handicap heeft, maar ook een familielid of vriendin van een persoon met een handicap en zo zijn er nog meer mogelijkheden. Voorbeelden zijn een moeder die over haar blinde zoon praat, een reportage over een manege waar gehandicapte kinderen leren paardrijden en waar de instructrice dan wordt geïnterviewd of een jonge vrouw die over haar ziekte vertelt. Combinaties zijn ook mogelijk. Een vrouw vertelt bijvoorbeeld over haar ziekte in een interview, maar vestigt hiermee ook de aandacht op een goed doel waarvoor men geld wil ophalen.

5.5.2.3 Sekse

Hier gaat het om de sekse van de persoon of personen met handicap waar het artikel om draait. Als een moeder over haar zieke zoon wordt geïnterviewd is de sekse dus man. Als het artikel over personen met een handicap als groep of in het algemeen gaat, is de sekse man en vrouw.

5.5.2.4 Terminologie

Woordkeus in de artikelen is gelabeld volgens drie categorieën. Dit zijn de categorieën correct, niet-correct en neutraal. Hiermee wordt het voorbeeld gevolgd van Auslander & Gold (1999b: 1395-1405). Daarbij wordt in de analyse gekeken of de nadruk bij het taalgebruik ligt op het individu van de persoon met handicap. Correct taalgebruik is taalgebruik waarbij het individu wordt benadrukt. Voorbeelden hiervan uit de tijdschriften zijn termen als gehandicapt persoon, gehandicapte vrouw, doof kind, blinde jongen etc.. Niet-correct taalgebruik is dat wat refereert aan personen door middel van hun handicap. Voorbeelden in de tijdschriften zijn een gehandicapte, de dove, de blinde, de zwakzinnige etc.. Termen als patiënt, slachtoffer en invalide zijn ook niet-correct. In het geval van neutraal taalgebruik is de persoon met handicap niet specifiek gekenmerkt als gehandicapt, maar komt uit de tekst naar voren dat er iemand met een handicap in voorkomt. Een voorbeeld uit *Margriet* is een jongen die wordt omschreven als zorgenkind, maar nooit als beperkt of gehandicapt. Er is

door mij een vierde categorie toegevoegd. De combinatie van correct en niet-correct taalgebruik is ook mogelijk. Dit is bijvoorbeeld het geval als woorden als de (groep) gehandicapten en een gehandicapte schoolverlater in hetzelfde artikel worden gebruikt. Als een artikel bijna alleen correct taalgebruik bevat, maar er toch één keer de uitdrukking de gehandicapte wordt gebruikt, zal het artikel in de categorie correct en niet-correct taalgebruik vallen. Omgekeerd geldt hetzelfde. Als een artikel niet-correct taalgebruik bevat, maar er toch een keer over de blinde jongen gesproken wordt, is de categorie ook correct en niet-correct taalgebruik.

5.5.2.5 Focus

Berichtgeving over mensen met een handicap kan volgens Clogston (1994: 47) worden ingedeeld in twee verschillende typen: traditionele modellen en progressieve modellen. De traditionele modellen leggen de nadruk op de verschillen van een persoon met een handicap met anderen in de maatschappij. Progressieve modellen leggen de nadruk op het omgaan van de maatschappij met een bevolking die ook personen met een handicap bevat. In het traditionele perspectief zijn personen met een handicap disfunctioneel op een medische of economische manier. De bron van hun beperking ligt in het individu zelf. Er moet voor ze worden gezorgd door de maatschappij of ze worden als *'supercrips'* gezien die 'een wonder' verrichten als ze iets alledaags doen. In extreme gevallen wordt de persoon als minder dan een mens beschouwd vanwege de handicap. Voorbeelden zijn artikelen waarin de focus (alleen) ligt op het (beperkende) aspect van de handicap, de persoon als slachtoffer of als 'wonder' wordt neergezet, speciaal werk, speciaal onderwijs, liefdadigheid of overheidssteun en revalidatie. Een voorbeeld uit de tijdschriften is een verhaal van een vrouw die met een depressieve man getrouwd is. Het hele artikel gaat alleen over zijn ziekte en hoe zij daar onder lijdt. In het progressieve perspectief ligt het beperkende aspect van een persoon met een handicap in de maatschappij. Die is niet in staat om een omgeving te creëren waarin ook mensen kunnen functioneren die lichamelijk anders zijn. Voorbeelden zijn artikelen over discriminatie, bewustzijn, integratie, mensenrechten, zelfstandig wonen en artikelen die de persoon met handicap als individu beschouwen waarvan de beperking slechts één aspect is van velen. Een voorbeeld uit de tijdschriften is een blinde vrouw die werkt als therapeut en over haar werk vertelt. Ook artikelen die verschijnen in vaste rubrieken, zoals bijvoorbeeld een metamorfose, zijn in ieder geval progressief. In deze rubrieken zie je zelden personen met een handicap. Verder is naar het voorbeeld van Auslander & Gold (1999a: 424) een gemend model toegevoegd. Artikelen kunnen volgens dit model traditionele en progressieve elementen bevatten. Een voorbeeld uit de tijdschriften is een artikel over de invoering van een arbeidswet voor gehandicapten, een progressief element. Vervolgens wordt er in het artikel verteld hoe er weinig tot geen oplossingen zijn voor problemen op de werkvloer, een

traditioneel element. Om te bepalen of een artikel een traditionele, progressieve of gemengde focus had, is gekeken waar het zwaartepunt van het artikel lag. Op welke punten werd, met andere woorden, de meeste nadruk gelegd. Bij hoofdzakelijk traditionele punten (ziekte, wat men allemaal niet kan en mist) is de focus traditioneel. Als er in de laatste zin nog even iets wordt geschreven over een eigen huis ondanks de ziekte, is het artikel toch nog traditioneel. Bij hoofdzakelijk progressieve punten (inzet voor het goede doel, wat men wel doet naast de beperking) is de focus progressief. Als de traditionele en progressieve punten elkaar redelijk uitbalanceren, is de focus gemengd.

5.6 Hypotheses

Naar aanleiding van de onderzoeksvraag en de literatuur zijn door mij hypothesen opgesteld. Een eerste algemene hypothese is dat het aantal artikelen waarin over personen met een handicap wordt gesproken met de jaren toeneemt. Nelson (2003: 183) beschrijft hoe beelden in de media van personen met een handicap veranderen vanaf begin jaren negentig.

Stereotypering van deze groep wordt niet langer geaccepteerd. Er verschijnen nieuwe beelden waarin mensen met een handicap als 'normaal persoon' deelnemen aan het 'gewone' leven. Ook neemt de aandacht toe. Farnall & Smith (1999: 660) refereren aan een onderzoek van Longmore. Hij stelt dat er vanaf begin jaren negentig meer gevarieerde en positievere beelden van mensen met een handicap in de media verschijnen.

Er zijn door mij verder hypothesen opgesteld naar aanleiding van de bevindingen van Nelson en Longmore. Met betrekking tot de rubrieken is de verwachting dat personen met een handicap ook steeds vaker in vaste rubrieken verschijnen. Vaste rubrieken zijn rubrieken die met regelmaat verschijnen. In *Margriet* zijn voorbeelden hiervan 'Anders uit' en 'Dit doe ik vrijwillig'. *Viva* heeft vaste rubrieken als 'Any Body' en 'Hier sta ik voor'. In *Yes* zijn vaste rubrieken 'Mijn stijl' en 'Mijn vriendin en ik'. Deze rubrieken veranderen over het algemeen door de jaren heen, maar sommige rubrieken blijven bestaan zoals 'Any Body'. Brieven zijn niet aangemerkt als vaste rubriek. Ingezonden brieven is een aparte categorie.

De lengte van de artikelen zal met de jaren toenemen.

Er zullen steeds meer afbeeldingen bij de artikelen worden geplaatst, waarop bovendien de beperking zichtbaar is.

Er zullen steeds meer personen met een handicap zelf aan het woord komen in de artikelen. Omdat het onderzoek artikelen uit vrouwenbladen bevat, zal de sekse van de perso(o)n(en) met handicap voor het merendeel vrouwelijk zijn.

De gebruikte terminologie in de artikelen zal met de jaren vaker correct worden.

De focus zal vaker progressief of gemengd zijn.

In dit hoofdstuk is de methode van dit onderzoek verantwoord en zijn hypothesen opgesteld. In het volgende hoofdstuk wordt overgegaan tot een bespreking van de resultaten van het onderzoek.

Hoofdstuk 6 --- Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek besproken. Aan de hand van deze resultaten wordt duidelijk hoe vaak en hoe personen met een handicap worden afgebeeld. Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is gebruik gemaakt van een kwantitatieve en kwalitatieve analyse. Allereerst wordt in paragraaf 6.1 het aantal artikelen besproken, vervolgens wordt de inhoudsanalyse per tijdschrift beschreven in paragraaf 6.2 en uiteindelijk worden de onderzoeksresultaten van de tijdschriften met elkaar vergeleken in paragraaf 6.3.

6.1 Aantal artikelen

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Margriet	9	9	15	33	66
Viva	3	16	14	26	59
Yes	*	**	6	27	33
Totaal	12	25	35	86	158

* De eerste uitgave van Yes verscheen in 1986.

** In Yes van 1987 was er nog geen interesse voor human interest-onderwerpen. Onderwerpen waren toen voornamelijk mode, geschreven verhalen, strips en hulprubrieken.

In elf jaargangen (556 tijdschriften) zijn 158 artikelen gevonden over personen met een handicap. Dit is gemiddeld 14,3 artikelen per jaargang. Grofweg houdt dit in dat er om de vier nummers een artikel in deze tijdschriften staat over mensen met een handicap. Dit gaat echter niet op, omdat het aantal artikelen in het algemeen met de jaren flink toeneemt. Er zijn een paar interessante ontwikkelingen af te lezen. Ten eerste kan in het algemeen worden gesteld dat het aantal artikelen over gehandicapte personen met de jaren toeneemt. In *Margriet* staan in 2005 net zoveel artikelen als in 1978, 1987 en 1996 bij elkaar. Het aantal uitgaven (wekelijks) is in al die jaren gelijk. Ten opzichte van 1996 is het aantal artikelen in 2005 meer dan verdubbeld. In *Viva* ligt dit anders. Het aantal artikelen neemt in eerste instantie toe. Daarna neemt het iets af. Uiteindelijk wordt het aantal weer bijna verdubbeld. In *Yes* is het aantal artikelen over 2005 ten opzichte van 1996 meer dan verviervoudigd. Vooral de toename tussen 1996 en 2005 is opmerkelijk. Over alle tijdschriften samen is een toename te meten van het aantal artikelen met bijna 150%. Er verschijnen door de jaren heen steeds meer artikelen over personen met een handicap. Vooral de laatste jaren stijgt het aantal explosief.

Margriet plaatst gemiddeld genomen de meeste artikelen per jaar, 16,5. In *Viva* zijn dit er gemiddeld 14,8 en in *Yes* gemiddeld 11. *Margriet* plaatst bijna altijd de meeste artikelen per jaar. Alleen in 1987 wordt ze door *Viva* overtroffen.

6.2 Inhoudsanalyse

6.2.1 *Margriet*

In *Margriet* verschijnen in vier jaargangen (208 tijdschriften) 66 artikelen over personen met een handicap.

6.2.1.1 Rubrieken

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Ingezonden brief	6 (67%)	2 (22%)	4 (26%)	24 (73%)	
Interview	1 (11%)	4 (45%)	6 (40%)	2 (6%)	
Overig	-	-	1 (7%)	-	
Reportage	-	3 (33%)	1 (7%)	5 (15%)	
Vaste rubriek	2 (22%)	-	3 (20%)	2 (6%)	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

Wat hier opvalt, is het relatief grote aantal artikelen in de rubriek ingezonden brieven. Brieven van lezers zijn van oudsher een speerpunt geweest voor het tijdschrift. Vele rubrieken met inzendingen van lezers zijn door de jaren heen in *Margriet* verschenen. Voorbeelden hiervan zijn 'Goud voor uw brief', 'Margriet weet raad' en tegenwoordig 'Letters'. Veel lezers doen hierin dan ook nog steeds hun verhaal. In 1978 was dit in tweederde van alle artikelen het geval. In 1987 en 1996 verschijnen er relatief meer artikelen in andere rubrieken, maar in 2005 is de ingezonden brief ongekend populair. Bijna driekwart van de artikelen die over personen met een handicap gaat is een ingezonden brief. Het interview, dat in 1987 en 1996 nog populair bleek, is sterk teruggelopen.

6.2.1.2 Lengte artikelen in alinea's

	1978	1987	1996	2005	Totaal
< 5	8 (89%)	2 (22%)	7 (47%)	18 (55%)	
5 – 9	-	-	3 (20%)	4 (12%)	
10-14	-	2 (22%)	-	5 (15%)	
15-19	1 (11%)	3 (34%)	3 (20%)	3 (9%)	
= >20	-	2 (22%)	2 (13%)	3 (9%)	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

De artikelen zijn in veel gevallen korter dan vijf alinea's. Dit is een direct gevolg van de rubriek waarin een artikel verschijnt. Veel artikelen verschijnen namelijk in de rubriek ingezonden brieven. En deze zijn meestal niet lang, ofwel korter gemaakt door de redactie. Dit verklaart dan ook de relatief hoge aantallen in deze lengte in vergelijking met de rest. Alleen in 1987 zijn de lengtes echt variërend, artikelen zijn in de meeste gevallen tussen de vijftien en negentien alinea's lang, maar er zijn dan ook relatief weinig artikelen uit de rubriek ingezonden brieven. Er zijn vaker interviews in 1987.

6.2.1.3 Afbeelding

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Ja	3 (33%)	7 (78%)	12 (80%)	8 (24%)	
Nee	6 (67%)	2 (22%)	3 (20%)	25 (76%)	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

Wat betreft de aanwezigheid van een afbeelding bij een artikel is er een aparte ontwikkeling af te lezen. In 1978 is er in 33% van de gevallen wel een afbeelding bij het artikel geplaatst, in 1987 is dat aantal maar liefst 78%, in 1996 80% om vervolgens in 2005 weer te dalen tot 24%. Ook dit hangt samen met de rubrieken waarin artikelen verschijnen. In 1987 en 1996 verschijnen er relatief weinig artikelen in de vorm van een ingezonden brief, maar meer interviews en reportages. Hier worden afbeeldingen bij geplaatst en bij de ingezonden brieven gebeurt dit zelden. Dit verklaart deze aantallen.

6.2.1.4 Afbeelding: handicap zichtbaar

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Ja	3	3	5	1	
Nee	6	6	10	32	
Totaal	9	9	15	33	66

In 1978 is op alle geplaatste afbeeldingen ook de handicap daadwerkelijk zichtbaar. Een score van 100% dus. Daarna neemt het percentage alleen maar af. Het gaat van 43% (drie op zeven) in 1987 naar 42% (vijf op twaalf) in 1996 om uiteindelijk te belanden op een percentage van 12 ½ (een op acht) in 2005. Hierbij moet de kanttekening worden gemaakt dat lang niet elke handicap ook zichtbaar is op een afbeelding. Voorbeelden zijn een dove jongen, mensen met een lichte beroerte, kinderen met leerproblemen, mensen met nierproblemen etc..

6.2.1.5 Soort handicap

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Lichamelijk	2 (22%)	3 (33%)	8 (53%)	13 (40%)	
Verstandelijk	2 (22%)	3 (33%)	4 (27%)	9 (27%)	
Psychisch	-	-	1 (7%)	2 (6%)	
Combinatie	3 (34%)	1 (11%)	2 (13%)	7 (21%)	
Niet-specifiek	2 (22%)	2 (23%)	-	2 (6%)	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

Over het algemeen kan worden gezegd dat alle soorten handicaps voorkomen op een redelijk verdeelde manier. In 1978 en 1987 is er nog geen artikel te vinden over personen met een psychische handicap. Later, in 1996 en 2005, wordt de verhouding iets schever en komt er meer aandacht voor personen met een lichamelijke handicap.

6.2.1.6 Main character

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Persoon met handicap	1 (11%)	1 (11%)	3 (20%)	7 (21%)	
Familie/vrienden van persoon met handicap	5 (56%)	3 (34%)	8 (53%)	19 (58%)	
Werk met persoon met handicap	1 (11%)	2 (22%)	1 (7%)	5 (15%)	
Instelling	-	-	-	-	
Maatschappij	2 (22%)	-	1 (7%)	1 (3%)	
Goed doel	-	1 (11%)	-	-	
Combinatie	-	2 (22%)	2 (13%)	1 (3%)	
Anders	-	-	-	-	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

In alle jaargangen is het percentage artikelen waarin een familielid of vriend over een persoon met een handicap vertelt het grootst. *Margriet* heeft een doelgroep van vrouwen van 30 tot 55 jaar. Veelal zijn er in de artikelen vrouwen aan het woord die over hun gehandicapte kind vertellen. Dit is een tendens die met de jaren niet verdwijnt. Eigenlijk blijft de algehele tendens door de jaren heen redelijk hetzelfde. Het percentage personen met een handicap die zelf hun verhaal vertellen stijgt iets.

6.2.1.7 Sekse

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Man	3 (33%)	3 (33%)	8 (53%)	12 (36%)	
Vrouw	3 (34%)	2 (22%)	5 (33%)	16 (49%)	
Man en vrouw	3 (33%)	4 (45%)	2 (14%)	5 (15%)	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

In de eerste jaargangen zijn de verhoudingen tussen de seksen heel gelijkmatig. In 1996 is meer dan de helft van de personen met handicap van de mannelijke sekse. Daarna krijgt de vrouwelijke sekse de overhand al heeft de mannelijke sekse ook nog steeds een groot percentage. De grote vertegenwoordiging van de mannelijke sekse in het vrouwenblad is opmerkelijk te noemen. Het kan worden verklaard. De ontwikkeling hangt samen met de main character in de artikelen. In *Margriet* komen vaak familieleden of vrienden van de persoon met handicap aan het woord. De persoon met handicap zelf is in dit geval ook vaak een man in de vorm van een echtgenoot, zoon, vriend etc..

6.2.1.8 Terminologie

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Correct	1 (11%)	6 (67%)	12 (80%)	29 (88%)	
Niet-correct	2 (22%)	-	-	1 (3%)	
Correct en niet-correct	4 (45%)	3 (33%)	2 (13%)	3 (9%)	
Neutraal	2 (22%)	-	1 (7%)	-	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

Het gebruik van correcte terminologie in de artikelen stijgt. Achtereenvolgens is de ontwikkeling 11% in 1978, 67% in 1987, 80% in 1996 en 88% in 2005. Een logisch gevolg is dat het niet-correcte taalgebruik daalt. Het gaat dan vooral om de combinatie correct en niet-correct taalgebruik. Niet-correct taalgebruik komt bijna niet voor. Neutraal taalgebruik komt eerst nog wel wat voor, maar daarna bijna niet meer.

6.2.1.9 Focus

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Traditioneel	7 (78%)	8 (89%)	12 (80%)	25 (76%)	
Progressief	1 (11%)	-	1 (7%)	4 (12%)	
Gemengd	1 (11%)	1 (11%)	2 (13%)	4 (12%)	
Totaal	9 (100%)	9 (100%)	15 (100%)	33 (100%)	66

De focus van de artikelen is voor het overgrote deel traditioneel al is er de laatste jaren een dalende trend in deze categorie te zien. De focus krijgt vaker progressieve elementen. Zowel de gemengde als de progressieve categorie vertoont een stijging.

6.2.1.10 Besluit

In *Margriet* verschijnen artikelen over personen met een handicap vooral in de rubriek ingezonden brieven. Het interview was ook een populaire rubriek, maar deze loopt in 2005 weer terug. Daarmee hangt de lengte van de artikelen samen. Veel artikelen zijn korter dan vijf alinea's. Dit komt omdat het vaak om ingezonden brieven gaat. Het aantal afbeeldingen dat bij een artikel staat fluctueert. Ook dit wordt veroorzaakt door de rubriek waarin het artikel verschijnt. Bij de rubriek ingezonden brieven verschijnt zelden een afbeelding. Als dit percentage daalt, daalt het percentage afbeeldingen ook. Een handicap is steeds vaker niet zichtbaar op afbeeldingen. Alle soorten handicaps komen redelijk gelijkmatig verdeeld voor. De laatste jaren wordt de verhouding schever en er wordt meer geschreven over lichamelijke handicaps. Het percentage artikelen waarin een familielid of vriend over een persoon met een handicap vertelt, is het grootst. Dit is al die jaren zo gebleven. De persoon (met een handicap) waarover het artikel gaat is de eerste jaargangen relatief vaak een man als in ogeschouw wordt genomen dat het om een vrouwenblad gaat. Later verandert dit en neemt de vrouwelijke sekse meer de overhand. Correct taalgebruik in de artikelen neemt met de jaren toe. De focus van de artikelen blijft heel vaak traditioneel. Toch wordt ze langzaam progressiever.

6.2.2 Viva

In *Viva* verschijnen in vier jaargangen (208 tijdschriften) 59 artikelen over mensen met een handicap.

6.2.2.1 Rubrieken

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Ingezonden brief	2 (67%)	2 (12%)	1 (7%)	5 (19%)	
Interview	-	3 (19%)	10 (71%)	12 (46%)	
Overig	1 (33%)	3 (19%)	1 (7%)	-	
Reportage	-	7 (44%)	2 (15%)	7 (27%)	
Vaste rubriek	-	1 (6%)	-	2 (8%)	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

Artikelen verschijnen door de jaren heen in de verschillende rubrieken. Viva heeft niet echt een vast patroon. In 1978 verschijnen in de rubriek ingezonden brieven relatief de meeste

artikelen, in 1987 zijn het de reportages en in 1996 en 2005 de interviews. Een hele duidelijke voorkeur is alleen in 1996 aanwezig als het interview een populaire rubriek is met een percentage van 71% van alle artikelen. Dat is het in 2005 nog steeds, maar in de rubrieken van reportages en ingezonden brieven verschijnen ook weer meer artikelen.

6.2.2.2 Lengte artikelen in alinea's

	1978	1987	1996	2005	Totaal
< 5	3 (100%)	5 (32%)	2 (14%)	5 (19%)	
5 – 9	-	2 (12%)	-	3 (12%)	
10-14	-	3 (19%)	3 (21%)	7 (27%)	
15-19	-	2 (12%)	4 (29%)	7 (27%)	
= >20	-	4 (25%)	5 (36%)	4 (15%)	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

In 1978 zijn de artikelen kort. Daarna begint de lengte van de artikelen te verschillen en dit blijft zo. Er is geen duidelijke voorkeur meer waar te nemen, al zijn er niet veel artikelen met een lengte van vijf tot negen alinea's.

6.2.2.3 Afbeelding

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Ja	1 (33%)	13 (81%)	4 (29%)	7 (27%)	
Nee	2 (67%)	3 (19%)	10 (71%)	19 (73%)	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

Hier is een opvallende ontwikkeling aan de gang. Het percentage afbeeldingen dat bij een artikel wordt geplaatst bedraagt in 1978 33%. In 1987 is dit gestegen tot ruim 80%. Er wordt veel vaker wel dan niet een afbeelding geplaatst. Daarna draait dit weer radicaal om. Bij ruim 70% van de artikelen wordt geen afbeelding geplaatst. Deze ontwikkeling zet door in 2005. Het hoge percentage afbeeldingen in 1987 wordt onder andere veroorzaakt doordat veel artikelen verschijnen als reportage. Bij de reportages worden in dit geval, en ook in het algemeen, vaak afbeeldingen geplaatst. Bij de interviews gebeurt dit minder.

6.2.2.4 Afbeelding: handicap zichtbaar

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Ja	-	4	-	2	
Nee	3	12	14	24	
Totaal	3	16	14	26	59

Meteen valt hier op dat de handicap op de afbeeldingen heel vaak niet zichtbaar is. De percentages zijn laag. 31% in 1987 en 29% in 2005. In 1978 en 1996 is de handicap

helemaal niet zichtbaar. Wederom kan hierbij worden aangemerkt dat veel handicaps niet zichtbaar zijn, ook niet op afbeeldingen. Voorbeelden hiervan zijn in dit geval dyslexie, borstkanker, een hartafwijking, ME en transplantaties van organen. Vaak wordt in *Viva* bij een artikel ook een algemene afbeelding geplaatst (van een persoon). Deze factoren kunnen de lage percentages mede verklaren.

6.2.2.5 Soort handicap

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Lichamelijk	2 (67%)	13 (82%)	8 (57%)	13 (50%)	
Verstandelijk	-	2 (12%)	2 (14%)	1 (4%)	
Psychisch	-	-	3 (22%)	11 (42%)	
Combinatie	-	-	-	-	
Niet-specifiek	1 (33%)	1 (6%)	1 (7%)	1 (4%)	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

Er is een duidelijk overwicht van artikelen die gaan over lichamelijke handicaps. Vanaf 1996 gaan er meer artikelen over psychische handicaps. Lichamelijke handicaps blijven het meest voorkomen, maar de aandacht voor psychische handicaps neemt toe. Zo is er in 2005 een serie van vijf artikelen gewijd aan psychische handicaps.

6.2.2.6 Main character

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Persoon met handicap	2 (67%)	6 (38%)	8 (57%)	18 (69%)	
Familie/vrienden van persoon met handicap	-	3 (19%)	1 (7%)	2 (8%)	
Werk met persoon met handicap	-	3 (19%)	-	1 (4%)	
Instelling	-	-	-	-	
Maatschappij	1 (33%)	2 (12%)	1 (7%)	-	
Goed doel	-	-	-	-	
Combinatie	-	2 (12%)	4 (29%)	5 (19%)	
Anders	-	-	-	-	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

In de artikelen worden in alle jaargangen het vaakst personen met een handicap zelf aan het woord gelaten. In 1978 is dit het geval in twee van de slechts drie artikelen, wat neerkomt op een percentage van 67%. In 1987 is dit percentage gezakt tot 38%, maar dit is nog steeds het hoogste percentage in vergelijking met de andere categorieën. Daarna stijgt het percentage weer. Steeds vaker vertellen personen met een handicap zelf hun verhaal in het artikel.

6.2.2.7 Sekse

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Man	-	2 (12%)	-	3 (12%)	
Vrouw	2 (67%)	10 (63%)	11 (79%)	19 (73%)	
Man en vrouw	1 (33%)	4 (25%)	3 (21%)	4 (15%)	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

Vrouwen zijn in alle gevallen de meest vertegenwoordigde sekse als het gaat om de gehandicapte personen in de artikelen. Het percentage blijft bovendien door de jaren heen redelijk gelijk. Percentages variëren van 63 tot 79%. Veel vrouwen vertellen hun eigen verhaal in het blad.

6.2.2.8 Terminologie

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Correct	3 (100%)	9 (56%)	9 (64%)	24 (92%)	
Niet-correct	-	2 (13%)	2 (14%)	-	
Correct en niet-correct	-	5 (31%)	3 (22%)	2 (8%)	
Neutraal	-	-	-	-	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

In 1978 wordt er alleen correcte terminologie gebruikt in de artikelen, een score van 100%. Daarna, in 1987, is dit nog steeds in de meeste artikelen het geval met een percentage van 56%. In de jaren erna stijgt dit percentage door tot maar liefst 92% in 2005. Een ander opvallend aspect is het geringe gebruik van niet-correcte terminologie.

6.2.2.9 Focus

	1978	1987	1996	2005	Totaal
Traditioneel	2 (67%)	10 (62%)	14 (100%)	18 (69%)	
Progressief	1 (33%)	3 (19%)	-	3 (12%)	
Gemengd	-	3 (19%)	-	5 (19%)	
Totaal	3 (100%)	16 (100%)	14 (100%)	26 (100%)	59

De focus blijft de eerste jaren vaak traditioneel. Dit is vooral zichtbaar in 1996 als alle artikelen een traditionele focus hebben. In 2005 verandert deze trend en krijgen meer artikelen een progressieve of gemengde focus. Over het algemeen blijft de focus traditioneel in *Viva*.

6.2.2.10 Besluit

De artikelen over personen met een handicap in *Viva* staan in verschillende rubrieken door de jaren heen. Het ene jaar is een bepaalde rubriek in trek, het andere jaar een andere. Over het algemeen scoren de rubrieken reportage en interview de hoogste aantallen, al is dit in 1978 weer helemaal niet het geval. De lengte van de artikelen verschilt ook. Alleen in 1978 zijn de artikelen allemaal korter dan vijf alinea's. Of er wel of niet een afbeelding bij een artikel staat geplaatst varieert van jaar tot jaar. Op de geplaatste afbeeldingen is de handicap heel vaak niet of in sommige jaargangen helemaal nooit zichtbaar. Er is een duidelijke voorkeur voor artikelen over mensen met een lichamelijke handicap in alle jaren. Wel wordt er de laatste jaren ook steeds meer aandacht geschonken aan mensen met psychische handicaps. Er worden in alle jaargangen het vaakst personen met een handicap zelf aan het woord gelaten al variëren de percentages wel. Vrouwen zijn duidelijk de meest vertegenwoordigde sekse. Correct taalgebruik is vrij gewoon. In 1978 is dit in alle artikelen het geval. Daarna zakken de percentages iets in om vervolgens weer te stijgen tot 92% in 2005. Daarentegen hanteert *Viva* wel vaak een traditionele focus. Het percentage loopt zelfs op in 1996. In 2005 daalt het weer en wordt de focus progressiever.

6.2.3 Yes

In *Yes* verschijnen in drie jaargangen (140 tijdschriften) 33 artikelen over mensen met een handicap. In het tijdschrift *Yes* van 1987 is nog geen persoonlijk verhaal te vinden. Er zijn rubrieken over mode, schoonheid, muziek, sterren en vakanties. Verder barst *Yes* van de hulprubrieken waarbij de vragen heel vaak over seks gaan. Er staan ook korte fictieverhalen in. Die zijn door de redactie geschreven. Het favoriete onderwerp van *Yes* in 1987 is het vriendje van de lezeres. Talloze artikelen worden gewijd aan deze persoon. En elke week is er weer andere invalshoek op dit onderwerp bedacht. In 1987 is er geen enkel artikel gevonden over mensen met een handicap.

6.2.3.1 Rubrieken

	1996	2005	Totaal
Ingezonden brief	4 (67%)	1 (4%)	
Interview	2 (33%)	23 (85%)	
Overig	-	-	
Reportage	-	3 (11%)	
Vaste rubriek	-	-	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

Waar eerst de meeste artikelen verschijnen in de rubriek ingezonden brieven, verschuift deze voorkeur in 2005 overduidelijk naar interviews. Maar liefst 85% van de artikelen is dan een interview.

6.2.3.2 Lengte artikelen in alinea's

	1996	2005	Totaal
<5	4 (67%)	5 (18%)	
5-9	-	7 (26%)	
10-14	2 (33%)	14 (52%)	
15-19	-	1 (4%)	
= >20	-	-	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

Als de lengte van de artikelen tegen de rubrieken afgezet wordt, is een hoop duidelijk. In 1996 zijn veel artikelen kleiner dan vijf alinea's. Dit zijn in dit geval ingezonden brieven. Interviews zijn in de meeste gevallen tussen de tien en veertien alinea's. Deze rubriek is populair in 2005 en daarom ook deze lengte. Als het interview geen tien tot veertien alinea's lang is, scoort een lengte van negen alinea's hoog. Op deze regel zijn maar een handjevol uitzonderingen.

6.2.3.3 Afbeelding

	1996	2005	Totaal
Ja	2 (67%)	16 (59%)	
Nee	4 (33%)	11 (41%)	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

In 1996 plaatst Yes vaker niet dan wel een afbeelding bij een artikel. Deze ontwikkeling is in 2005 bijna 180 graden gedraaid als er vaker wel dan niet een afbeelding wordt geplaatst.

6.2.3.4 Afbeelding: handicap zichtbaar

	1996	2005	Totaal
Ja	1	3	
Nee	5	24	
Totaal	6	27	33

Het percentage afbeeldingen waarop een handicap zichtbaar is, daalt. Het gaat van één op twee (50%) naar drie op zestien (19%). Ook hierbij dient te worden opgemerkt dat veel handicaps niet zichtbaar zijn. Voorbeelden hiervan zijn in dit geval burnout, ME, hypermobiliteit, hypochondrie, diabetes, taaislijmziekte en epilepsie.

6.2.3.5 Soort handicap

	1996	2005	Totaal
Lichamelijk	5 (83%)	18 (67%)	
Verstandelijk	-	-	
Psychisch	-	6 (22%)	
Combinatie	-	3 (11%)	
Niet-specifiek	1 (17%)	-	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

In zowel 1996 als 2005 is er een duidelijke voorkeur te bespeuren voor lichamelijke handicaps. Wel zijn in 2005 de psychische handicaps in opkomst. Waar in 1996 nog geen enkel artikel ging over iemand met een psychische handicap, is dit in 2005 veranderd.

6.2.3.6 Main character

	1996	2005	Totaal
Persoon met handicap	5 (83%)	24 (89%)	
Familie/vrienden van persoon met handicap	-	2 (7%)	
Werk met persoon met handicap	-	-	
Instelling	-	-	
Maatschappij	-	-	
Goed doel	-	-	
Combinatie	-	1 (4%)	
Anders	1 (17%)	-	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

Eigenlijk worden bijna alleen maar mensen met een handicap zelf aan het woord gelaten in de artikelen. De enkele keer dat dit anders is, betreft het een reportage die door een redactrice is geschreven, een ingezonden brief met een mening en twee interviews waarin familie en vrienden vertellen.

6.2.3.7 Sekse

	1996	2005	Totaal
Man	-	-	-
Vrouw	6 (100%)	26 (96%)	
Man en vrouw	-	1 (4%)	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

Hier spreken de cijfers eigenlijk voor zich. Vrouwen maken de dienst uit. Bijna altijd vertellen vrouwen met een handicap hun eigen verhaal.

6.2.3.8 Terminologie

	1996	2005	Totaal
Correct	4 (67%)	22 (81%)	
Niet-correct	2 (33%)	1 (4%)	
Correct en niet-correct	-	4 (15%)	
Neutraal	-	-	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

Correct taalgebruik stijgt. Het gaat van 67 naar 81%. In 1996 komt de combinatie correct en niet-correct taalgebruik niet voor. In 2005 is dit wel het geval.

6.2.3.9 Focus

	1996	2005	Totaal
Traditioneel	4 (66%)	22 (81%)	
Progressief	1 (17%)	1 (4%)	
Gemengd	1 (17%)	4 (15%)	
Totaal	6 (100%)	27 (100%)	33

De focus van de artikelen wordt procentueel gezien vaker traditioneel. De traditionele focus stijgt van 66 naar 81%. In veel artikelen wordt alleen maar gepraat over de handicap en de impact van de handicap op het leven. Zelden wordt er verteld over het leven apart van de handicap.

6.2.3.10 Besluit

In 1987 verschijnen er *Yes* geen artikelen over personen met een handicap. De voorkeur voor een rubriek verschuift van een ingezonden brief naar een interview. De lengte van de artikelen hangt samen met de rubriek. In 1996 wordt er vaker niet dan wel een afbeelding bij een artikel geplaatst, in 2005 is dit omgedraaid. Het percentage zichtbare handicaps op afbeeldingen daalt. Er is een duidelijke voorkeur voor lichamelijke handicaps ten opzichte van de andere handicaps al wordt er wel ook meer aandacht besteed aan psychische handicaps in 2005. Er worden voor het overgrote deel mensen met een handicap zelf aan het woord gelaten in de artikelen. Dit is een voortdurende trend. Mannen met handicaps komen niet voor in *Yes*. Vrouwen zijn bijna altijd aan het woord in de artikelen. Correct taalgebruik stijgt. Artikelen krijgen vaker een traditionele focus.

6.3 Vergelijking tijdschriften

Het aantal artikelen dat in de tijdschriften verschijnt over personen met een handicap neemt elke jaargang in elk van de tijdschriften toe op één uitzondering na. *Viva* heeft een kleine

afname in 1996 ten opzichte van 1987. Voor alle tijdschriften geldt dat er in 2005 een explosieve groei van het aantal artikelen is waar te nemen ten opzichte van 1996. Er is tussen 1996 en 2005 een duidelijke ommezwaai zichtbaar. Er is anno 2005 veel meer aandacht voor personen met een handicap in alle drie de vrouwenbladen. *Margriet* plaatst gemiddeld genomen de meeste artikelen per jaar, gevolgd door *Viva* en dan *Yes*.

De rubriek ingezonden brieven doet het over het algemeen goed in *Margriet* door de jaren heen, maar ook veel artikelen worden als interview geplaatst. *Viva* plaatst artikelen over personen met een handicap in verschillende rubrieken door de jaren heen. Favorieten zijn de ingezonden brieven in 1978, de reportages in 1987 en interviews in 1996 en 2005. *Yes* heeft in 1996 een voorkeur voor de ingezonden brieven, in 2005 een duidelijke voorkeur voor de interviews. De voorkeur voor rubrieken wisselt dus door de jaren heen voor de drie tijdschriften. Over het algemeen kan worden gezegd dat de meeste artikelen blijven verschijnen in de rubrieken ingezonden brieven en interviews. Het aantal artikelen in vaste rubrieken is al klein en neemt in *Margriet* zelfs af. De lengte van de artikelen in *Margriet* blijft door de jaren heen vaak kort, de lengte van de artikelen neemt zelfs af. *Viva* blijft door de jaren heen variëren in de lengte van de artikelen, zowel kort als lang. In *Yes* neemt de lengte van de artikelen toe. *Viva* wijdt in alle jaren de meeste ruimte op de pagina's aan de artikelen. De plaatsing van afbeeldingen bij de artikelen maakt in alle tijdschriften een andere ontwikkeling door. In 1978 plaatsen zowel *Margriet* als *Viva* vaker niet dan wel afbeeldingen bij een artikel. In 1987 plaatsen beiden vaker wel dan niet een afbeelding. 1996 toont weer een andere ontwikkeling. *Viva* en *Yes* hebben vaker niet dan wel een afbeelding geplaatst. *Margriet* plaatst echter nog steeds vaker wel dan niet een afbeelding bij een artikel. In 2005 hebben *Margriet* en *Viva* vaker niet dan wel een afbeelding bij een artikel. In *Yes* verschijnt vaker wel dan niet een afbeelding. Er is, kortom, in elk tijdschrift een verschillende ontwikkeling aan de gang. De handicaps zijn vaak onzichtbaar op de afbeeldingen. Alleen *Margriet* heeft in 1978 een score van 100% met drie uit drie. Daarna daalt de zichtbaarheid. Ook in *Yes* is eenzelfde trend van dalende zichtbaarheid op te merken. *Viva* heeft over het algemeen een laag percentage. Veel handicaps zijn ook onzichtbaar. In alle tijdschriften is een duidelijke voorkeur aanwezig voor personen met lichamelijke handicaps. De enige uitzondering hierop vormt *Margriet* de eerste jaargangen (1978 en 1987). In die jaren is er aandacht voor alle soorten handicaps. In zowel *Viva* als *Yes* komt de laatste jaren meer aandacht voor psychische handicaps. Veelal worden in *Margriet* familieleden of vrienden aan het woord gelaten in de artikelen. In *Viva* en *Yes* zijn dit meestal personen met een handicap zelf. In alle tijdschriften stijgt het percentage artikelen waarin de persoon met handicap zelf aan het woord is de laatste jaargangen. Vrouwen zijn in *Viva* en *Yes* overduidelijk de meest vertegenwoordigde sekse. In *Margriet* wordt de mannelijke sekse ook niet vergeten.

Het gebruik van correcte terminologie stijgt in alle tijdschriften met de jaren. Er is één uitzondering. *Viva* scoort in 1978 al 100%. Daarna daalt dit percentage om vervolgens weer te stijgen. De focus van de artikelen is overwegend traditioneel in alle tijdschriften. In *Viva* wordt de focus zelfs vaker traditioneel. Daarna winnen de progressieve en gemengde focus heel langzaam terrein. In *Margriet* en *Yes* is deze trend, een langzame toename van artikelen met een progressieve of gemengde focus, vanaf het begin van de onderzoeksperiode zichtbaar.

6.3.1 Verklaring voor verschillen

De drie tijdschriften zijn gekozen vanwege de verschillende doelgroepen die ze allen vertegenwoordigen. Wellicht is er daardoor een verschil in berichtgeving waar te nemen. Duidelijk is geworden dat *Margriet* gemiddeld de meeste artikelen heeft geplaatst per jaar, gevolgd door *Viva* en dan *Yes*. *Margriet* plaatst ook in bijna alle gevallen de meeste artikelen per jaar. De ontwikkeling die hier plaatsvindt is: hoe ouder de doelgroep, hoe meer artikelen er gemiddeld genomen worden geplaatst. Dit heeft naar mijn mening te maken met veranderende interesses en levenservaring. Als een persoon meer volwassen wordt, dan krijgt hij of zij over het algemeen een bredere belangstelling en doet die meer levenservaring op. Jongere personen hebben doorgaans andere interesses en houden zich minder bezig met leed van anderen, zoals dit vaak wordt beschreven in artikelen over personen met een handicap.

Er zijn verder verschillen tussen de tijdschriften waar te nemen in de lengte van de artikelen. In *Margriet* blijft de lengte kort, maar worden wel de meeste artikelen geplaatst. In *Viva* blijft de lengte variëren, maar wordt over het geheel genomen de meeste ruimte op de pagina's gewijd aan de artikelen. In *Yes* neemt de lengte van artikelen toe, nadat er eerst vrij weinig ruimte op de pagina's aan personen met een handicap was gewijd. Dit heeft te maken met redactioneel beleid met betrekking tot het format van de verschillende tijdschriften en niet met de verschillende doelgroepen die zij vertegenwoordigen.

Het plaatsen van afbeeldingen bij de artikelen toont verschillende ontwikkelingen voor alle tijdschriften. Ook dit heeft te maken met redactioneel beleid en niet met de verschillende doelgroepen.

Viva en *Yes* gaan de laatste jaren meer aandacht besteden aan psychische handicaps. *Margriet* doet dit minder. Er komt in het algemeen meer belangstelling voor psychische handicaps, maar ik kan niet verklaren waarom *Margriet* deze trend niet volgt.

Margriet laat in tegenstelling tot *Viva* en *Yes* vaak familieleden of vrienden aan het woord in de artikelen. Dit heeft te maken met de verschillende doelgroepen. *Margriet* heeft een doelgroep van vrouwen van 30 tot 55 jaar. Veelal zijn er in de artikelen vrouwen aan het

woord die over hun gehandicapte kind vertellen. *Viva* en *Yes* vertegenwoordigen jongere doelgroepen. In deze doelgroepen is het hebben van een kind nog minder aan de orde. De vertegenwoordiging van de mannelijke sekse in *Margriet* is eerder verklaard. Deze hangt samen met de main character in de artikelen. In *Margriet* komen vaak familieleden of vrienden van de persoon met handicap aan het woord. De persoon met handicap zelf is in dit geval ook vaak een man in de vorm van een echtgenoot, zoon, vriend etc.. De ontwikkeling heeft indirect met de doelgroep te maken.

Nu de resultaten bekend zijn, zal in het volgende hoofdstuk uit deze resultaten een conclusie worden getrokken.

Hoofdstuk 7 --- Conclusie

De media dragen in belangrijke mate bij aan de beeldvorming van mensen met een handicap (Callebaut, 2005; Clogston, 1989; Nelson, 2003; Auslander & Gold, 1999a). Door beelden die in de media worden geschetst, vormt het publiek een beeld van deze groep.

Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat veel beelden over personen met een handicap in de media stereotype zijn (Longmore, 1987; Cumberbatch & Negrine, 1992; Biklen, 1987), traditioneel (Clogston, 1989; Clogston, 1994; Cumberbatch & Negrine, 1992; Auslander & Gold, 1999a) of ongepast (Keller et al, 1990). Vaak laat ook de gebruikte terminologie in de berichtgeving te wensen over (Longmore, 1985; Finlon Dajani, 2001; Auslander & Gold, 1999b). Mensen met en zonder handicap zijn bovendien van mening dat personen met een handicap niet voldoende worden gerepresenteerd in de media (Cumberbatch & Negrine, 1992; Besemer, 2002a). Het is echter van groot belang dat er een positief beeld van personen met een handicap in de media verschijnt. Een positief beeld zorgt ervoor dat men positiever staat tegenover mensen met een handicap (Farnall & Smith, 1999; Elliot & Byrd, 1984). Het draagt bij aan de acceptatie, integratie en houding van de maatschappij tegenover deze groep mensen (Vannut, 2006; Clogston, 1989; Nelson, 2003).

Vanaf eind jaren tachtig, begin jaren negentig van de vorige eeuw zou de representatie van personen met een handicap in de media veranderd zijn. Uit Amerikaans onderzoek blijkt dat beelden gevarieerder en positiever worden (Farnall & Smith, 1999; Nelson, 2003). Deze ontwikkeling hangt samen met de invoering van de wet 'Americans with Disabilities Act' in 1990. In deze wet werd discriminatie op grond van handicap verboden in de Verenigde Staten. Dit roept de vraag op of een dergelijke ontwikkeling ook in Nederlandse media zichtbaar is.

In deze thesis is onderzocht hoe en hoe vaak mensen met een handicap worden afgebeeld in verschillende jaargangen van de vrouwentijdschriften *Margriet*, *Viva* en *Yes*. Daarvoor zijn vier complete jaargangen onderzocht. Dit zijn de jaren 1978, 1987, 1996 en 2005. Door middel van een kwantitatieve en kwalitatieve inhoudsanalyse zijn verschillende aspecten onderzocht.

In paragraaf 7.1 wordt gekeken welke hypothesen zijn uitgekomen en welke niet. In paragraaf 7.2 worden verklaringen gegeven voor de uitkomsten van het onderzoek. Tenslotte wordt in paragraaf 7.3 teruggeblikt op het onderzoek en worden aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek.

7.1 Hypotheses

Als naar de hypotheses wordt gekeken, zijn er een aantal uitgekomen, maar ook een aantal niet.

Het aantal artikelen waarin over personen met een handicap wordt gesproken neemt met de jaren toe.

Het aantal artikelen over personen met een handicap is inderdaad met de jaren toegenomen. Vooral tussen 1996 en 2005 gebeurde dit explosief.

Personen met een handicap verschijnen steeds vaker in vaste rubrieken.

De artikelen zijn niet vaker in vaste rubrieken verschenen. Integendeel zelfs. In *Margriet* neemt het aantal zelfs af, in *Viva* blijft het percentage erg laag en in *Yes* is er zelfs geen enkel artikel te vinden in een vaste rubriek.

De lengte van de artikelen zal met de jaren toenemen.

Wat betreft de lengte van de artikelen neemt deze in *Margriet* en *Viva* in eerste instantie toe, maar daarna weer af. In *Yes* neemt de lengte van de artikelen wel toe.

Er zullen steeds meer afbeeldingen bij de artikelen worden geplaatst, waarop bovendien de beperking zichtbaar is.

Er worden in *Margriet* de eerste jaren wel steeds vaker afbeeldingen bij de artikelen geplaatst. In 2005 is het percentage echter fors teruggelopen. In *Viva* loopt dit percentage vanaf 1996 terug. In *Yes* is het percentage in 2005 ook teruggelopen. Dit is geheel tegen de verwachting in. Handicaps worden niet vaker zichtbaar zoals verwacht, maar minder vaak.

Er zullen steeds meer personen met een handicap zelf aan het woord komen in de artikelen.

Het klopt dat er de laatste jaren steeds vaker personen met een handicap zelf aan het woord komen in de artikelen in alle drie de tijdschriften.

Omdat het onderzoek artikelen uit vrouwenbladen bevat, zal de sekse van de perso(o)n(en) met handicap voor het merendeel vrouwelijk zijn.

De sekse is in *Viva* en *Yes* inderdaad overduidelijk veel vaker vrouwelijk. In *Margriet* is er ook aandacht voor het mannelijke geslacht, al stijgt het percentage van de vrouwelijke sekse aanzienlijk in 2005.

De gebruikte terminologie in de artikelen zal met de jaren vaker correct worden.

In bijna alle gevallen, op één uitzondering na, stijgt het percentage van het gebruik van correcte terminologie.

De focus zal vaker progressief of gemengd zijn.

Een progressieve of gemengde focus van de artikelen wint inderdaad terrein, maar dit gebeurt slechts heel langzaam. Veel artikelen blijven een traditionele focus behouden.

7.2 Verklaringen

Dat de aandacht voor personen met een handicap in de media de laatste jaren toeneemt, is naar mijn mening niet verrassend. Er zijn verschillende verklaringen aan te voeren die aantonen waarom de aandacht is toegenomen. Eén daarvan is een veranderd overheidsbeleid.

In Nederland is in 2003 de Wet gelijke behandeling op grond van handicap of chronische ziekte ingevoerd. Deze is vanaf 1 januari 2005 van kracht. In de Verenigde Staten is de aandacht voor personen met een handicap in de media toegenomen vanaf begin jaren negentig, gelijktijdig met de invoering van eenzelfde soort wet aldaar. Een dergelijke ontwikkeling vindt nu kennelijk in Nederland plaats.

Een tweede verklaring is de functie die vrouwentijdschriften hebben. Hermes (1993) beschrijft dat vrouwentijdschriften onder anderen worden gelezen 'om emotioneel te leren en begrijpen'. Er wordt graag gelezen over problemen en ellende van anderen. Zo worden eigen zorgen vergeten en ontstaat een beter gevoel over jezelf. Melodrama, waarover Hermes het ook heeft, hangt hiermee samen. Hoe tragischer het verhaal, hoe beter. Je mag ontzettend blij zijn dat zo iets jou niet overkomt. Verhalen over personen met een handicap hebben deze aspecten bij uitstek in zich. Een persoon met een handicap wordt nog vaak als 'buitengewoon' gezien. Anders dan de norm. Anders dan dat we gewend zijn. Het leven loopt vaak anders, niet van een leien dakje en er moeten vaak hordes worden genomen. In dit licht is het dan ook niet verwonderlijk dat personen met een handicap meer aandacht krijgen. Deze trend is niet alleen terug te zien in vrouwentijdschriften. Ook op televisie is de norm om vooral anders te zijn. Onderscheidend. Niet alledaags. Op televisie kom je als mens, omdat je iets bijzonders meegemaakt hebt of iets bijzonders gedaan hebt. Programma's als 'Het mooiste meisje van de klas' of 'De Reünie' staan er bekend om dat ze niet naar een klas zoeken, maar eerst naar een 'bijzonder' persoon. Een persoon die iets bijzonders gedaan of meegemaakt heeft. Daar wordt dan vervolgens de klas bij gezocht.

Een derde verklaring voor de toegenomen aandacht voor personen met een handicap is de opkomst van reality-tv vanaf eind jaren negentig. We kijken graag met mensen mee in hun dagelijks leven, de zogenaamde persoonlijkheidscultus. Dit gold in eerste instantie voor *Big Brother*, maar later lieten ook steeds meer beroemdheden hun leven volgen op televisie. Mensen zijn geïnteresseerd in het wel en wee van hun beroemde en minder beroemde medemens. Voorbeelden hiervan zijn bijvoorbeeld *Man bijt hond*, *De weddingplanner* of *De Voedselbank*. Beroemdheden laten zich volgen in programma's als *De Bauers* of *Gewoon Jan Smit*. Een variant hiervan vinden we terug in tijdschriften. Veel tijdschriften hebben meerdere columnisten die schrijven over hun dagelijks leven. Ook deze columnisten zijn bekend en minder bekend. Er is vanaf begin deze eeuw een enorm toegenomen interesse in

de persoonlijke levens van elk individu. Personen met een handicap zijn hier geen uitzondering op. Zij komen ook in de belangstelling, omdat ze anders en onderscheidend zijn.

De initiatieven van Lucille Werner mogen in dit verband ook niet worden vergeten. In 2006 en 2007 organiseerde zij een Mis(s)-verkiezing op televisie. Hierin werden jonge vrouwen met een beperking geëtaleerd als Miss. Door dit soort initiatieven neemt de aandacht voor personen met een handicap ook toe.

Het informerende aspect is een volgende verklaring voor de toegenomen aandacht voor personen met een handicap. Mensen volgen ook de media, omdat ze nieuwe informatie willen opdoen. Mensen weten in het algemeen weinig over personen met een handicap. Dit wordt onder andere veroorzaakt, doordat mensen met een handicap van jongs af aan worden afgescheiden van de 'gewone' wereld. Daardoor zijn ze niet zichtbaar. Ze gaan naar instellingen of speciale scholen al is dit ook aan het veranderen. Doordat personen met een handicap lang zijn afgescheiden van 'het gewone leven', is er weinig bekend. Nu zij steeds meer deelnemen aan dit 'gewone leven' is kennis gewenst. Mede door middel van de media kan kennis worden opgedaan.

Personen met een handicap verschijnen niet vaker in vaste rubrieken in de onderzochte tijdschriften. Een reden hiervoor zou kunnen zijn, dat je hiervoor vaak moet opgeven als lezer. Die drempel is misschien nog wat hoog voor mensen met een handicap. Bovendien is het voor sommige rubrieken zo dat je naar een studio of redactie moet komen en voor sommige personen met een handicap is vervoer niet altijd even makkelijk (te regelen) of te vermoeiend.

De lengte van de artikelen is in *Margriet* en *Viva* de laatste jaren weer afgenomen. In *Yes* is de lengte juist toegenomen. Ik denk dat dat onder andere te maken heeft met het vaste format dat tijdschriften tegenwoordig hanteren. Interviews staan in *Yes* bijvoorbeeld standaard op twee pagina's en bevatten ongeveer vijftien alinea's. Vaak wordt voor allerlei artikelen zo'n soort opmaak gehandhaafd. De lengte van de artikelen hangt ook erg samen met de rubriek waarin het artikel staat. Daarom ben ik van mening dat de lengte van de artikelen er in dit verband niet zo toe doet. Het zegt niet zoveel.

Dat er minder vaak afbeeldingen bij de artikelen worden geplaatst, waarop de beperking bovendien ook nog minder vaak zichtbaar is, druist tegen de verwachtingen in. Media zouden steeds meer gericht zijn op beeld, maar dat komt hier niet in terug. Toch kan het ook deels worden verklaard. Ten eerste zijn niet alle handicaps zichtbaar en ten tweede kunnen beelden van personen met een handicap door sommige mensen nog steeds als confronterend worden ervaren. Men ziet het liever niet. Een ander gehoord commentaar is

dat men bang is voor een 'freakeffect'. De Mis(s)-verkiezing, die door Lucille Werner werd georganiseerd is ook lang en wordt soms nog steeds als freakshow bestempeld.

Er komen steeds meer personen met een handicap zelf aan het woord in de artikelen. Meer personen met een handicap vertellen zelf hun verhaal. Dit heeft ook te maken met de deelname van personen met een handicap aan 'het gewone leven'. Mensen met een handicap worden minder vaak afgescheiden. Daardoor groeit de zichtbaarheid van deze groep in de samenleving. Hierdoor ontstaat het besef, dat mensen met een handicap eigenlijk 'heel gewoon' zijn en uitstekend in staat om zelf hun mannetje te staan. Dat zie je in deze ontwikkeling terug. Mensen met een handicap worden steeds vaker zelf aan het woord gelaten.

De hiervoor beschreven ontwikkelingen hebben ook betrekking op de terminologie die vaker correct wordt. Personen met een handicap worden steeds vaker gezien als mensen die deelnemen aan 'het gewone leven'. Ze zitten niet langer alleen maar in een instelling. Hierdoor wordt er ook op een 'normale' manier omgegaan met mensen met een handicap. Er wordt niet langer over ze gepraat in termen als 'mismaakt', 'gebrekkig' of 'lamme'. Ze zijn 'volwaardig' in de maatschappij.

De focus van de artikelen blijft vaak traditioneel. Deze ontwikkeling is ook mede terug te voeren op de repertoires van Hermes (1993). Er wordt graag gelezen over problemen en ellende van anderen. Zo worden eigen zorgen vergeten en ontstaat een beter gevoel over jezelf. Hoe tragischer het verhaal, hoe beter. Een 'standaardleven' verschijnt niet in de bladen. Het moet bijzonder en speciaal zijn. Daarom ook zal er altijd worden blijven gehamerd op de impact van de handicap op het leven, het negatieve, het beperkende. Of er wordt doorgeslagen naar het verhaal van 'de overwinnaar', 'de supercrip'. Ondanks alles heeft men het toch gered. Ook dit valt onder een traditionele focus. Het publiek bepaalt mede hoe een verhaal in de media verschijnt. Dit is wat men graag leest en zo krijgt men het ook van de redactie. Anders wordt het betreffende medium niet gelezen, beluisterd of bekeken en dat is vanuit het oogpunt van de producent weer niet wenselijk. Vooral in een tijd waarin oplage-, kijk- en luistercijfers van groot belang zijn.

7.3 Terugblik en aanbevelingen voor verder onderzoek

Een theoretische achtergrond voor dit onderzoek - over beeldvorming van personen met een handicap - creëren was niet makkelijk. Veel wetenschappelijk onderzoek is gepubliceerd in de Verenigde Staten, moeilijk verkrijgbaar en vaak ook gedateerd. Daar komt bij dat wetenschappelijk onderzoek over personen met een handicap vaak wordt gedaan vanuit een medische of psychologische invalshoek. Een sociaal-wetenschappelijke benadering is zeldzaam.

Een ander aspect dat in mijn onderzoek aangehaald is, is de betekenis van het woord handicap. In de vele onderzoeken ontbrak dit bijna altijd. Er werd bijvoorbeeld geschreven dat artikelen werden inbegrepen als deze refereerden aan een specifieke handicap of een handicap in het algemeen. Wanneer hiervan sprake was, werd echter niet duidelijk. Dit was in mijn ogen een duidelijk mankement. Dat werd vooral zichtbaar zodra met het onderzoek begonnen was. Daarom is aan de definiëring van het woord handicap een hoofdstuk in mijn thesis aan gewijd.

Met betrekking tot de terminologie is een categorie toegevoegd. In eerder onderzoek naar gebruikte terminologie waren er de categorieën correct, niet-correct en neutraal. In de neutrale categorie is een persoon met een handicap niet specifiek gekenmerkt als gehandicapt, maar komt uit de tekst naar voren dat het een persoon met een handicap betreft. Door deze categorisering kunnen artikelen waarin correct en niet-correct taalgebruik worden gehanteerd niet worden ingedeeld. Daarom is er een categorie correct en niet-correct taalgebruik toegevoegd.

Door de jaren heen verandert de terminologie en bijbehorende connotatie. Vroeger was *mongooltje* een geaccepteerd woord, tegenwoordig zeg je het syndroom van Down en is *mongooltje* beledigend. Vroeger was het geaccepteerd als er een vereniging werd opgericht die de naam *Vereeniging tot verzorging van gebrekkige en mismaakte kinderen in Nederland* kreeg. Tegenwoordig echt niet meer. Wat correct is en niet-correct is dus veranderlijk. Voor het onderzoeksgedeelte naar de terminologie van artikelen is echter geen rekening gehouden met deze veranderende betekenis.

Als het om de terminologie of focus van een artikel ging, was het in andere onderzoeken niet altijd even duidelijk wanneer een artikel in welke categorie viel en waarom. Er is geprobeerd dit zoveel mogelijk te verduidelijken. Niettemin heb ik tijdens mijn eigen onderzoek ontdekt dat er op deze punten altijd ruimte zal blijven voor discussie. Het zijn subjectieve categorieën.

In sommige onderzoeken is een controlegroep gebruikt om de onderzoeksresultaten te ondersteunen. Hoewel er in dit onderzoek geen sprake is van een controlegroep, is een groot gedeelte van de artikelen ook gelezen door een ander persoon (mijn vader -- archivaris) ter beoordeling. Zo heeft er toch nog een kleine controle plaatsgevonden.

Een suggestie voor vervolgonderzoek in Nederland zou zijn dat er, hoe vreemd dat misschien ook klinkt, überhaupt meer wetenschappelijk onderzoek plaatsvindt naar de representatie van personen met een handicap in de media. Wetenschappelijk onderzoek op dit gebied is heel dun gezaaid. Terwijl de media op belangrijke wijze bijdragen aan de beeldvorming van mensen met een handicap, wordt deze beeldvorming nauwelijks onderzocht.

In dit onderzoek is geen publieksonderzoek opgenomen. In een vervolgonderzoek zou eveneens kunnen worden onderzocht welk beeld het publiek vormt van personen met een handicap naar aanleiding van berichtgeving in de media.

Bronnen

Literatuur

- Almerico, G.M. & H. Thompson Fillmer. 1989. The Portrayal of the Elderly in the U.S. Print Media. *Literacy* 23 (2), 98-104.
- Auslander, G.K. & Gold, N. 1999a. Media reports on disability: a binational comparison of types and causes of disability as reported in major newspapers. *Disability and Rehabilitation* 21 (9), 420-431.
- Auslander, G.K. & Gold, N. 1999b. Disability terminology in the media: a comparison of newspaper reports in Canada and Israel. *Social Science & Medicine* 48 (10), 1395-1405.
- Barnes, C. 1992. *Disabling Imagery and The Media: An Exploration of the Principles for Media Representations of Disabled People*. Halifax: The British Council of Organisations of Disabled People & Ryburn Publishing Limited.
- Besemer, R. 2002a. *Er is niks op tv. Opmvattingen over de beeldvorming van mensen met een handicap of chronische ziekte door televisie*. Utrecht: CG-Raad.
- Besemer, R. 2002b. *Aan beeldvorming werken: Een handleiding voor gehandicapten- en chronisch-ziekenorganisaties*. Utrecht: CG-Raad.
- Biklen, D. 1987. Framed: Print Journalism's Treatment of Disability Issues. In: A. Gartner & T. Joe (red.). *Images of the Disabled, Disabling Images*. New York: Praeger, 79-95.
- Boer, C. de & Brennecke, S.I. 1999. *Media en publiek. Theorieën over media-impact*. Amsterdam: Boom.
- Byrd, E.K. & Elliot, T.R. 1988. Media and Disability: A Discussion of Research. In: H.E. Yunker (red.). *Attitudes toward Persons with Disabilities*. New York: Springer Publishing Company, 82-95.
- Callebaut, G. 2005. *Beeldvorming en taalgebruik over personen met een handicap in de Vlaamse kranten*. Thesis Pedagogische Wetenschappen. Universiteit Brussel, België.
- Carey, J.W. 1992. A Cultural Approach to Communication. In: *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. New York: Routledge, 13-36.
- Clogston, J.S. 1994. Disability Coverage in American Newspapers. In: J.A. Nelson (red.). *The Disabled, The Media, and the Information Age*. Westport: Greenwood Press, 45-57.
- Clogston, J.S. 1989. *A Theoretical Framework for Studying Media Portrayal of Persons With Disabilities*. Paper presented to the Mass Communication and Society Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. USA: Washington D.C..

- Cumberbatch, G. & Negrine, R. 1992. *Images of disability on television*. Londen: Routledge.
- Elasmar, M., Hasegawa, K. & Brain, M. 1999. The Portrayal of Women in US Prime Television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 36 (2), 195-208.
- Elliot, T.R. & Byrd, E.K. 1984. Attitude change toward disability through television: Portrayal with male college students. *International Journal of Rehabilitation Research* 7 (3), 330-332.
- Farnall, O. & Smith, K.A. 1999. Reactions to people with disabilities: Personal contact versus viewing of specific media portrayals. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 76 (4), 659-672.
- Finlon Dajani, K. 2001. What's in a Name? Terms Used to Refer to People With Disabilities. *Disability Studies Quarterly* 21 (3), 196-209.
- Gerbner, G. 1998. Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication & Society* 1 (3&4), 175-194.
- Hemels, J. 2006. Yes. In: Delft, M. van et al. (red.). *MAGAZINE! 150 jaar Nederlandse publiekstijdschriften*. Zwolle: Waanders Uitgevers, 178-179.
- Hermes, J. 1993. *Easily put down. Women's magazines, readers, repertoires and everyday life*. Amsterdam: University of Amsterdam.
- Hove, van, G. 2004. *De verleiding van de vrouw. De marketing van vrouwentijdschriften in de 21^e eeuw*. <http://vrouwentijdschriften.nl/pdf/hove.pdf>. Geraadpleegd 22 februari 2007.
- Hülsken, M. 2006. Margriet. In: Delft, M. van et al. (red.). *MAGAZINE! 150 jaar Nederlandse publiekstijdschriften*. Zwolle: Waanders Uitgevers, 94-95.
- Hülsken, M. 2005. *Fascinerend en veelzijdig: het vrouwentijdschrift als bron. Een leidraad voor de (beginnende) onderzoeker*. <http://vrouwentijdschriften.nl/pdf/artikelmarloes.pdf> . Geraadpleegd 22 februari 2007.
- Jensen, L. 2006. Vrouwentijdschriften. In: Delft, M. van et al. (red.). *MAGAZINE! 150 jaar Nederlandse publiekstijdschriften*. Zwolle: Waanders Uitgevers, 88-89.
- Katz, E., Blumler, L.G. & Gurevitch, M. 1974. Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly* 37 (4), 509-523.
- Keller, C.E. et al. 1990. The coverage of persons with disabilities in American newspapers. *Journal of Special Education* 24 (3), 271-282.
- Kroon, R. van der. 2005. *Moslims in de Media: Verandering in beeldvorming*. Master Thesis Media en Journalistiek. Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Longmore, P.K. 1987. Screening Stereotypes: Images of Disabled People in Television and Motion Pictures. In: A. Gartner & T. Joe (red.). *Images of the Disabled, Disabling Images*. New York: Praeger, 65-78.
- Longmore, P.K. 1985. A Note on Language and the Social Identity of Disabled People. *American Behavioral Scientist* 28 (1), 419-423.

- Meulenaer, B. de. 2005. *Vrouwen in de politiek en in de media*. Thesis Communicatiewetenschappen. Universiteit Antwerpen, België.
- Nelson, J.A. 2003. The Invisible Cultural Group: Images of Disability. In: P.M. Lester & S. Dente Ross (red.). *Images That Injure: Pictorial Stereotypes in the Media*. Westport: Praeger, 175-184.
- Noelle-Neumann, E. 1974. The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication* 24 (2), 43-51.
- Shadid, W. 2005. Beeldvorming over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 33 (4), 330-346.
- Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP). 2007. *Meedoen met beperkingen. Rapportage gehandicapten 2007*. Den Haag: SCP.
- Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP). 2006. *Jeugd met beperkingen. Rapportage gehandicapten 2006*. Den Haag: SCP.
- Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP). 2002. *Rapportage Gehandicapten 2002*. Den Haag: SCP.
- Souverein, M. 2004. *Positieve beeldvorming van homoseksualiteit in het tv-programma Think Pink: Keuzes van programmamakers*. Master Thesis Film- en Televisiewetenschappen. Universiteit Utrecht.
- Tennekes, J. 1990. Cultuur als alledaagse werkelijkheid. In: *De onbekende dimensie: over cultuur, cultuurverschillen en macht*. Apeldoorn: Garant, 18-28.
- United Nations (UN). 2006. *Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap*. New York: United Nations.
- Vannut, L. 2006. *People with Disabilities on Public Television: A comparative study on positive image building in Belgium and the Netherlands*. Master in Comparative European Social Studies. Hogeschool Zuyd Maastricht & London Metropolitan University.
- Vegt, R. 2006. Viva. In: Delft, M. van et al. (red.). *MAGAZINE! 150 jaar Nederlandse publiekstijdschriften*. Zwolle: Waanders Uitgevers, 154-155.
- Vegt, R. 2004. *Chronologisch overzicht Vrouwentijdschriften 1934-2003*. <http://vrouwentijdschriften.nl/pdf/lijstvegt.pdf>. Geraadpleegd 8 oktober 2007.
- Wijnen, A. van. 1995a. Inleiding. In: Wijnen, A. van et al. (red.). *Trots en treurnis. Gehandicapt in Nederland*. <http://www.kantel.nl/Trots%20en%20treurnis/Blad00/B0002.htm>. Geraadpleegd 31 oktober 2007.

- Wijnen, A. van. 1995b. Men wordt niet gehandicapt geboren.... In: Wijnen, A. van et al. (red.). *Trots en treurnis. Gehandicapt in Nederland*.
<http://www.kantel.nl/Trots%20en%20treurnis/Blad01/B0102.htm>. Geraadpleegd 31 oktober 2007.
- World Health Organization (WHO). 2001. *International Classification of Functioning, Disability and Health*. <http://www.who.int/classifications/icf/site/icftemplate.cfm>.
Geraadpleegd 16 oktober 2007.
- World Health Organization (WHO). 2007. *International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems. 10th Revision. Version for 2007*.
<http://www.who.int/classifications/apps/icd/icd10online/>. Geraadpleegd 20 december 2007.

Internet

- 123tijdschrift. <http://www.123tijdschrift.nl/>. Geraadpleegd 21 januari 2008.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). <http://www.cbs.nl>. Geraadpleegd 10 oktober 2007.
- Chronisch zieken en Gehandicapten Raad Nederland. <http://www.cg-raad.nl>. Geraadpleegd 10 oktober 2007.
- Disability Statistics: Online Resource for US Disability Statistics.
<http://www.ilr.cornell.edu/edi/disabilitystatistics/>. Geraadpleegd 10 oktober 2007.
- Disability Studies Quarterly. <http://www.dsq-sds.org/>. Geraadpleegd 3 september 2007.
- GRIP vzw [Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een handicap]. <http://www.gripvzw.be/>.
Geraadpleegd verschillende keren 2007 en 2008.
- SCP - Sociaal en Cultureel Planbureau. <http://www.scp.nl/>. Geraadpleegd 3 december 2007.
- Wikipedia. <http://nl.wikipedia.org>. Geraadpleegd verschillende keren 2007.
- Society for Disability Studies. <http://www.uic.edu/orgs/sds/index.html>. Geraadpleegd 3 september 2007.
- United Nations (UN). <http://www.un.org>. Geraadpleegd 10 oktober 2007.
- UN Enable – Promoting the Rights of Persons with Disabilities.
<http://www.un.org/disabilities/>. Geraadpleegd 10 oktober 2007.

Afbeelding

- Goderis, L. 2005. Applaus. <http://www.gripvzw.be/cartoons/index.asp>.