

hoe zo kredietcrisis

Een onderzoek naar framing en retoriek in de berichtgeving over de kredietcrisis in de Volkskrant en de Telegraaf



Peter Welleman

Amanda Koopman
325327

Begeleider: Jiska Engelbert
10 augustus 2009

Erasmus Universiteit Rotterdam
Master Media en Journalistiek

Inhoudsopgave

1. Inleiding	1
1.1 Aanleiding	1
1.2 Fascinerend	2
1.3 Opzet van het onderzoek	2
1.4 Doel van het onderzoek	4
1.5 Structuur van het onderzoek	5
1.6 Onderzoeksvragen	6
2. Theoretisch kader	7
2.1 Kranten	7
2.1.1 De Volkskrant	7
2.1.2 De Telegraaf	11
2.2 Media als sociaal systeem	13
2.3 De Journalistieke praktijk	14
2.3.1 Nieuwswaarden	14
2.3.2 Nieuwsbronnen en nieuwsselectie	16
2.3.3 Objectiviteit	18
2.4 Framing	20
2.5 Discours	23
2.5.1 Een definitie van discours	23
2.5.2 Van ideologie naar discours: Foucault	24
2.5.3 Discours en sociale praktijk: Fairclough	25
2.5.4 Retoriek	27

3. Onderzoeksmethode	28
3.1 Onderzoeksperiode	28
3.2 Onderzoekseenheden	30
3.3 Dataverzameling	34
3.4 Framinganalyse	36
3.4.1 Algemene informatie over de artikelen	37
3.4.2 Categorieën en topics	39
3.4.3 Methodische reflectie	46
3.5 Discoursanalyse: tekst en retoriek	47
3.5.1 Specifieke selectie	48
3.5.2 Retorische stijlmiddelen	48
3.5.3 Methodische reflectie	50
4. Framinganalyse	52
4.1 Plaats in de krant	53
4.2 Vorm	55
4.3 Auteur	58
4.4 Bronnen	61
4.5 Oorzaken	66
4.6 Oplossingen	72
4.7 Morele oordelen	79
4.8 Ideologieën	82
4.9 De frames resumerend	86
5. Discoursanalyse: tekst en retoriek	90
5.1 Niet-specifieke subjecten	91
5.2 Afwezigheid van actoren	93
5.3 Nominalisatie	95
5.4 Non-definitie	95
5.5 Definitie	97
5.6 Common sense	99
5.7 Metaforen	101
5.8 Retoriek en discours resumerend	104

6. Conclusie en reflectie	107
6.1 Conclusie	107
6.2 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	112
6.3 Kritische reflectie en aanbevelingen	113

7. Literatuur en bronnen	115
---------------------------------	-----

Bijlage I: Codeboek

Bijlage II: Artikelen uit de Volkskrant en de Telegraaf (*Op aanvraag*)

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

“We zullen opschuiven richting Russisch model” kopt het artikel van correspondent Floris van Straaten in het NRC Handelsblad op 25 oktober 2008 (Van Straaten, 25 oktober 2008). Het artikel bestaat uit een uitgebreid interview met de hoogleraar Europese politieke economie Willem Buiten over de toen net ‘uitgebroken’ kredietcrisis. Van Straaten vraagt Buiten wat er nu eigenlijk precies aan de hand is in de financiële wereld en waar het volgens hem ‘scheef is gelopen’. Het vraaggesprek beperkt zich echter niet tot alleen de kredietcrisis zelf, maar gaat ook in op het functioneren van de wereldeconomie en het huidige kapitalistische systeem van de Westerse wereld.

Dieper ingaand op het artikel valt een aantal zaken op. Te beginnen bij de introductie van Buiten door Van Straaten:

“Mopperend loopt professor Buiten zijn ruime kamer binnen (...) Het humeur van de hoogleraar Europese politieke economie klaart op, wanneer hij komt te spreken over de crisis.”.

Door deze positionering van de plaats en de sfeer van het interview, kunnen we ons inleven in die situatie. Bovendien zien we een hoogleraar voor ons, die opgewekt over de kredietcrisis gaat spreken.

Het eerste citaat van Buiten is:

“ (...) Maar zo’n catastrofale inzinking in het vertrouwen en zo’n golf van vrees en volkomen irrationeel pessimisme en paniek heb ik nog nooit eerder gezien. Je moet het echt gezien, gehoord en geproefd hebben voordat je de kracht en het onwezenlijke ervan onderkent.”.

De termen ‘catastrofaal’, ‘irrationeel’, ‘paniek’ en ‘onwezenlijk’ zijn benamingen die Buiten met de kredietcrisis associeert. De kredietcrisis is blijkbaar een ernstige en serieus te nemen zaak. Bovendien kan men volgens hem de kredietcrisis ‘zien’, ‘horen’ en ‘proeven’, en móet dat ook eigenlijk wel om de problematiek te kunnen begrijpen. Het materialiseren van het

economisch fenomeen maakt de kredietcrisis tastbaar; we kunnen het ons al bijna als 'ding' inbeelden.

De derde vraag van Van Straaten aan Buitter luidt:

“Is dit het einde van het *laisser faire*? Gaan we een periode van een veel grotere controle door de staat tegemoet?”

In de wetenschap van de vraagmethodiek staat dergelijke vraag bekend als een 'suggestieve vraag': een vraag waar de richting van het antwoord al in besloten ligt (Baarda, de Goede & Kalmijn, 2007). De ruimte voor een antwoord dat niet in lijn ligt met de richting van deze vraag is daarmee kleiner dan die voor een bevestigend antwoord. Om op deze ruimte verder te gaan, laat het antwoord van Buitter op deze vraag ook niet veel mogelijkheden over voor andere interpretaties dan de zijne:

“We zullen een meer dirigistische kant opgaan met meer staatsinvloed en bemoeienis (...) We zullen opschuiven in de richting van het Russische of het Singaporese model.”

Hij denkt en verwacht het niet alleen: het *is* zo.

1.2 Fascinerend

Na het lezen van dit artikel in het NRC Handelsblad rijst er bij mij een aantal vragen: Is dit een gangbare manier om over de kredietcrisis te berichten? Wat wordt er allemaal over de kredietcrisis geschreven? Wie worden er aan het woord gelaten? Op welke wijze wordt de kredietcrisis in een bredere context geplaatst? Maar vooral, hoe kan een krant ogenschijnlijk probleemloos iemand citeren die meent de waarheid en werkelijkheid te representeren; iemand die dergelijk grote uitspraken over 'de wereld' doet zonder dat hij met steekhoudende argumenten of bewijzen komt? Wat zegt dit over de berichtgeving over de kredietcrisis in de Nederlandse journalistiek? Kortom, vele vragen en verwonderingen om een onderzoek te doen naar de berichtgeving over de kredietcrisis in Nederlandse kranten.

1.3 Opzet van het onderzoek

Voorgaand voorbeeld komt uit het NRC Handelsblad, maar in dit onderzoek worden berichten over de kredietcrisis geanalyseerd in twee andere kranten: De Telegraaf en de Volkskrant. Dit is ten eerste gedaan om te kijken of die onderzoeksresultaten aansluiten bij de individuele bevindingen in het NRC-artikel, of dat dit artikel op zichzelf staat. Daarnaast is de keuze voor deze twee kranten gemaakt omdat deze kranten bij het Nederlandse publiek ver uiteenlopende reputaties en connotaties hebben. De Volkskrant wordt over het algemeen gezien als een serieuze krant met een (oorspronkelijke) linkse oriëntatie. De Telegraaf is in de volksmond vaak populistisch, sensationeel en rechts. Er is hier onderzoek naar gedaan, onder andere door politicoloog André Krouwel van de Vrije Universiteit. Eén van zijn onderzoeksbevindingen was:

“Wat opvalt, is dat De Telegraaf zich duidelijk profileert als rechtse krant. Door bijvoorbeeld te schrijven dat ‘Nederlanders worden opgejaagd om op tijd belasting te betalen’. Er is geen linkse tegenhanger die het linkse verhaal net zo hard opschrijft als De Telegraaf het rechtse. De Volkskrant schrijft wel iets linkser, maar is niet zo links als De Telegraaf rechts is.”

(Sennema, 2 juli 2008)

Dit onderzoek kijkt ook naar eventueel rechts-links verschil, maar voornaamste doel is of en hoe de manier waarop er over de kredietcrisis wordt geschreven per krant verschilt, en hoe eventuele verschillen zich verhouden tot het profiel van de krant.

Kranten zijn onderdeel van het journalistieke veld. Door de opkomst van nieuwe media is dit veld aan veranderingen onderhevig. Er is meer concurrentie en daardoor is er een toename van de noodzaak van het snel brengen van nieuws én het aantrekken van zoveel mogelijk lezers. Dit heeft zijn invloed op het selectieproces op de redacties en daarnaast is het aannemelijk dat het van invloed is op de inhoud en kwaliteit van de berichten in de krant (Jansen, 1987). Het maakt voor dit onderzoek niet uit wélke berichten er worden geselecteerd om in de krant te komen, alleen de

berichten over de kredietcrisis worden immers onderzocht, maar wel wat de inhoud van deze berichten is. Interessant is om te zien hoe deze inhoud van de artikelen in relatie staat tot processen en praktijken binnen de journalistiek.

Het journalistieke veld en de profilering van de krant vormen dus de context van dit onderzoek, maar hiermee is het onderzoek nog niet volledig afgebakend, want een onderzoek naar 'de berichtgeving over de kredietcrisis' is nog te algemeen. In dit onderzoek wordt de berichtgeving in de Volkskrant en De Telegraaf daarom op twee punten geanalyseerd: *wat* wordt er over de kredietcrisis geschreven en *hoe* wordt dit gedaan?

Bij de analyse van *wat* er over de kredietcrisis wordt geschreven moet direct een kanttekening worden gemaakt. In eerste instantie was de bedoeling om te kijken hoe in de berichtgeving de kredietcrisis in relatie wordt gebracht met ideologieën. Uit het besproken artikel in de eerste paragraaf van dit hoofdstuk blijkt dat de kredietcrisis een precedent kan zijn om ideologieën zoals het communisme en het kapitalisme aan te halen en ter discussie te stellen. De redelijke concrete 'gebeurtenis' van de kredietcrisis wordt op deze manier in een ideologische filosofische context geplaatst. Dit is een interessant fenomeen, maar er bleek niet genoeg data om daar aan het eind van een onderzoek gefundeerde uitspraken over te kunnen doen. Daarom is de focus van dit onderzoek verbreed, maar er nog wel speciale aandacht voor ideologieën.

1.4 Doel van het onderzoek

Voortvloeiend uit de vorige paragraaf is het doel van dit onderzoek het analyseren van de berichtgeving over de kredietcrisis in de Volkskrant en De Telegraaf. Het onderwerp van de kredietcrisis is interessant, omdat door de recentelijkheid ervan, er nog niet veel onderzoek naar gedaan is. Echter in het publieke debat circuleren wel al veel beweringen over de kredietcrisis.

Daarnaast is de kredietcrisis een fenomeen met een mondiaal karakter en met een ogenschijnlijke uitwerking en effect op veel mensen en sectoren. Het is nodig om de kredietcrisis wetenschappelijk te onderzoeken. Dit kan op vele manieren, waarvan een economische benadering de meest logische zou zijn. Dit onderzoek kiest voor de berichtgeving over de kredietcrisis, omdat de

media een belangrijke informatiebron is voor het publiek om een dergelijk 'wereldprobleem' te begrijpen.

De centrale vragen in het onderzoek zijn 'Wat wordt er geschreven' en 'Hoe wordt erover geschreven?' Het streven is om verschillen in de berichtgeving tussen deze twee kranten bloot te leggen, maar ook om overeenkomsten te vinden. In eerste instantie lijkt dit een patroonmatige insteek, maar er is juist aandacht voor individuele opvallendheden in de artikelen. Deze opzet maakt dat dit onderzoek een wetenschappelijke bijdrage kan leveren, omdat deze tweeledigheid in onderzoeksmethodiek niet gangbaar is: er wordt vaak gekozen voor een van de twee methoden, ook wel te verdelen in een kwantitatieve en een kwalitatieve interpretatieve aanpak. Dit onderzoek laat zien dat de combinatie ervan minstens zo interessant is, zowel als analyse, als voor de mogelijkheid van vorming van veelomvattende onderzoeksresultaten.

De 'achterliggende' bedoeling van dit onderzoek is dat de lezer in de diepte van de artikelen wordt meegenomen en kennis maakt met manieren waarop de berichtgeving van een bepaald onderwerp is opgebouwd en wat dat kan betekenen. Eenieder ziet na het lezen van deze thesis in dat krantenberichtgeving bestaat uit tekstconstructies met betekenissen en bedoelingen. Deze zijn onbewust of bewust sturend voor hoe wij als lezer denken over in dit geval de kredietcrisis. De hoop is dan ook dat ieder die na het lezen van deze thesis een krant openslaat, dit doet met dezelfde kritische blik als die ten grondslag ligt aan dit onderzoek. Dat iedereen die bij een zin als "*iedereen vindt dat Amerika te machtig is in de financiële wereld*", denkt:

'Huh, hebben ze *mij* dat gevraagd?'

1.5 Structuur van het onderzoek

In hoofdstuk 2 (Theoretisch kader) worden er drie concepten besproken: de aspecten van het journalistieke veld, de profilering van de kranten en de objectiviteit in berichtgeving. Het blijkt dat objectiviteit op verschillende manieren kan worden gedefinieerd en dat objectiviteit een belangrijke pijler en norm is in de journalistiek. Vervolgens gaat dat hoofdstuk verder in op *framing* en *frames*: de assumpties hierachter vormen een fundamentele basis voor de

framinganalyse, uitgewerkt in het derde hoofdstuk. De framinganalyse onderzoekt binnen welke kaders er over de kredietcrisis wordt bericht en stelt vast welke informatie het publiek krijgt over dit onderwerp. Hierin is ook een focuspunt van *wie* deze informatie komt. Het laatste concept dat wordt behandeld is *discours* waarbij theorieën van Michel Foucault en Norman Fairclough aan de orde komen. De bijbehorende *discoursanalyse* wordt uitgewerkt in het vierde hoofdstuk. Deze analyse richt zich op de *retorische* manieren waarop De Telegraaf en de Volkskrant argumenten aandragen. Ook wordt het probleem van de representatie van *een* werkelijkheid alsof het *de* werkelijkheid is onderzocht. Het laatste hoofdstuk, de conclusie, geeft antwoord op de hoofd - en deelvragen en plaatst de onderzoeksresultaten in een bredere context. In de conclusie wordt tevens kritisch gereflecteerd op de uitvoering van dit onderzoek en worden aanbevelingen voor verder onderzoek gedaan.

1.6 Onderzoeksvragen

Voortvloeiende uit de aanleiding, de opzet en het doel van dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag in dit onderzoek centraal:

1. Vanuit welke kaders wordt er over de kredietcrisis geschreven en hoe wordt dat gedaan?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden zijn er aan het onderzoeksmateriaal vier deelvragen gesteld:

1.1 Wat zijn de overeenkomsten en verschillen tussen de Volkskrant en De Telegraaf met betrekking tot de gehanteerde kaders en de invulling daarvan?

1.2 Hoe kunnen de overeenkomsten en verschillen tussen de gehanteerde kaders worden verklaard vanuit het perspectief van de profilering van de kranten?

1.3 Op welke wijze wordt de argumentatie in de artikelen van respectievelijk de Volkskrant en De Telegraaf opgebouwd?

1.4 Wat zegt deze argumentatieopbouw over de berichtgeving in De Telegraaf en de Volkskrant?

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste theoretische concepten en begrippen uitgelegd. Om niet te verzanden in de complexiteit van wetenschappelijke theorieën zijn de beschreven theorieën toegespitst op de onderzoeksvraag en op het onderwerp van dit onderzoek. Dit hoofdstuk begint met een bespreking van de historie en de identiteitsprofilering van de kranten de Volkskrant en De Telegraaf. Vervolgens wordt uitgelegd hoe de media in dit onderzoek worden opgevat. De derde paragraaf behandelt de dimensies van de journalistieke praktijk; hierbij wordt ingegaan op de concepten nieuwswaarden, nieuwsselectie, nieuwsbronnen en objectiviteit. Dan verschuift dit hoofdstuk naar de theorieën achter de gebruikte analysemethoden waarbij er eerst aandacht is voor framing en frames en daarna voor het concept discours. Deze laatste paragraaf splitst zich op in een gedeelte over de definitie van discours en gaat daarna in op de fundamenteën van de theorieën over discours van Michel Foucault, op de voor dit onderzoek relevante visie van Norman Fairclough op discours en tenslotte de toepassing van discoursanalyse middels de focus op retoriek.

2.1. Kranten

Voor dit onderzoek worden De Telegraaf en de Volkskrant onderzocht. Het is in dit onderzoek voornamelijk belangrijk welke relatie er bestaat tussen wat er wordt geschreven over de kredietcrisis en de profilering en signatuur van de krant. Om deze 'identiteit' van beide kranten te analyseren is het nodig naar de geschiedenis van de oriëntatie van de krant te kijken. Immers, het verleden heeft invloed op de ontwikkeling van de krant tot welke hij vandaag de dag is. Daarnaast wordt gekeken naar de profilering die vandaag de dag door de kranten zelf wordt uitgedragen.

2.1.1 De Volkskrant

De Volkskrant werd opgericht in 1919 en is sindsdien verscheidene keren van zowel eigenaar als hoofdredacteur gewisseld. De Volkskrant heeft zich gelang de tijdsgeest ontwikkeld en dit ging gepaard met veranderingen in de

oriëntatie van waarden. De Volkskrant werd voor de Tweede Wereldoorlog als vakbondsblad gelezen in kringen van de katholieke arbeidersvereniging. De doelen van de Volkskrant waren toentertijd het opvoeden en emanciperen van de katholieke lezers tot staatsburgers, dit naast de primaire functies van het verstrekken van actuele informatie, het bieden van amusement en het bijdragen tot opinievorming. Ondank de katholieke grondslag van de krant, meenden de hoofdredacteurs in die periode dat de niet zo zeer religieuze beginselen belangrijk waren, maar voornamelijk de morele en politieke beginselen.

Na de Tweede Wereldoorlog had de verzuiling invloed op de religieuze oriëntatie. Onder invloed van kerkelijke en maatschappelijke veranderingsprocessen stelde de Volkskrant zich kritischer op tegen katholieke instituties en politieke partijen (de Katholieke Volkspartij KVP) en sloeg een links-progressieve redactionele weg in. De doelgroep veranderde hierin mee: de krant werd nu voornamelijk gelezen binnen een linkse goed opgeleide elite. Dit seculariseringproces ging niet snel en probleemloos, er was veel druk vanuit de katholieke kerk. De in 1964 aangestelde hoofdredacteur Van der Pluijm zei over deze nieuwe koers:

“Onze lijn is progressief, sociale bewogenheid, opkomen voor de underdog, streven naar een betere samenleving.(...) We willen mentaliteitbeïnvloedend werken (...) We maken een Nederlandse krant voor Nederlanders”
(Hemels, 1981, 374) .

De Volkskrant was volgens hem nu een over alles informerend dagblad, van iedereen en voor iedereen.

Hoewel de Volkskrant formeel nog wel eigendom was van de katholieke arbeidersbeweging, was ze van financiering steeds minder zeker. Dit had invloed op de economische positie van de krant, die aansluiting moest zoeken bij een ander dagblad. In 1968 werd de Volkskrant samen met Het Parool ondergebracht in de Perscombinatie NV, waarbij wel de intentie was om de redactionele onafhankelijkheid te behouden. De oriëntatie op de linkerflank van de samenleving bleef behouden en werd ook versterkt uitgedragen in de identiteitsprofilering van de krant (Hemels, 1981). Het

redactiestatuut van de Volkskrant schreef in die tijd voor dat belangrijke doelen waren:

“het brengen van nieuws in een breder kader, de samenleving positief benaderen, niet politiek gebonden zijn en functioneren als spiegel van de samenleving” (Hemels, 1981, 379)

De geschiedenis van de heroriëntatie van de Volkskrant is in de huidige tijd nog relevant, omdat er in de recente identiteitsverklaring naar wordt verwezen:

“De Volkskrant is een landelijk ochtendblad dat zich tot taak stelt de lezers eerlijk en zo veelzijdig mogelijk te informeren. Zij is voortgekomen uit de katholieke arbeidersbeweging. Mede daarom wil zij vooruitstrevend zijn en vooral opkomen voor onderdrukten en onterechten. Zij is zelfstandig in haar meningsvorming. In het bijzonder beoogt zij ontwikkelingen te bevorderen die een belofte inhouden voor een menswaardiger samenleving.” (Asscher et al, 2006, 83-84).

Uit deze recente identiteitsverklaring, opgenomen in het redactiestatuut van de krant, kan worden opgemaakt dat de geschiedenis van de Volkskrant nog duidelijk zijn stempel drukt op de huidige oriëntatie.

Sinds 1994 is de Volkskrant onderdeel van PCM Uitgevers, een uitgeversconcern dat ontstaan is door een fusie tussen de Perscombinatie, Meulenhoff & Co en de Nederlandse Dagbladunie. De Volkskrant is daarmee nu één van de vijf landelijke dagbladen die wordt uitgegeven door PCM. De centrale waarden van PCM Uitgevers worden door de organisatie geformuleerd als “Pluriformiteit, eigenheid, betrouwbaarheid en professionaliteit” (PCM, 2009) In het jaarverslag van 2007 is ook een redactieprofiel van de Volkskrant opgenomen:

“De Volkskrant speelt (...) niet alleen in op de hoge verwachtingen van de kapitaalkrachtige, hoogopgeleide lezers, maar daagt hen ook uit. Om zich in het nieuws te verdiepen, de wereld op een onbevangen, kritische manier te bekijken en zichzelf te blijven ontwikkelen. De Volkskrant is een spannende krant die geen onderwerp schuwt; eerlijk en open, serieus met een onafhankelijk oordeel. De krant is de spiegel van de samenleving die tast, kraakt en schuurt. (...) De Volkskrant verbindt het nieuws uit Den Haag graag met de werkelijkheid daarbuiten. (...) De Volkskrant is een venster op

de wereld voor een kosmopolitische burger en bekommert zich om mensen die onder druk staan, in Nederland en daarbuiten.”
(*Lezersprofiel Volkskrant, 2007*).

De motivering dat de Volkskrant doelt op een hoogopgeleide doelgroep wordt gestaafd met cijfers uit (eigen) onderzoek, waaruit blijkt dat 60 procent van de lezers een hogere beroepsopleiding of universitaire studie heeft afgerond (Volkskrant Banen, 2009).

2.1.2 De Telegraaf

De Telegraaf is opgericht in 1893 en was van oorsprong een Amsterdams Dagblad. Het krantenbedrijf, onder leiding van H.M.C. Holdert, groeide snel uit tot het grootste dagbladbedrijf van Nederland. Ten tijde van de periode voorafgaand aan de Eerste Wereldoorlog stond de positie van Holdert ter discussie, omdat deze zich met zijn krant anti-Duits zou hebben opgesteld en daarmee de Nederlandse neutraliteit in het geding zou hebben gebracht. In de Tweede Wereldoorlog kwam De Telegraaf opnieuw in opspraak, omdat zij de ruimte aan de *Deutsche Zeitung* om in haar pand de kranten te mogen drukken en omdat Holdert reeds in de beginjaren van de oorlog een nauwe band onderhield met de met de Duitsers collaborerende politieke partij NSB. Volgens Rene Vos in zijn proefschrift *Niet voor publicatie. De legale Nederlandse pers tijdens de Duitse bezetting* zijn de beweegredenen van Holdert hiervoor niet te achterhalen; het zouden ook alleen een commerciële achtergrond kunnen hebben. Duidelijk is dat De Telegraaf door samenwerking met de NSB uit Duitse handen kon blijven en haar leidende positie in de Nederlandse krantenmarkt kon behouden (Vos, 1988). De vraag of De Telegraaf nu echt gecollaboreerd heeft met de Duitsers heeft Nederland na de oorlog nog lang beziggehouden, en zelfs nu is de discussie nog gaande. (zie bijvoorbeeld de publieke discussie op wetenschapsforum.nl) Na een verschijningsverbod in het kader van perszuivering in 1945 van voor De Telegraaf kon deze in 1949 weer uitgroeien tot Nederlands grootste dagblad.

De Telegraaf Media Groep (TMG) is vandaag de dag een internationaal beursgenoteerd mediabedrijf. Naast de uitgave van het dagblad heeft het bedrijf verscheidene dochterondernemingen in print, radio en broadcasting

(TMG, 2009) In het jaarverslag van 2008 staat beschreven welke doelstellingen de holding heeft met de uitgave van De Telegraaf. Uit dit verslag komt naar voren dat commercie, oplagecijfers en advertentie-inkomsten belangrijk zijn. Een deel wordt gewijd aan de identiteitprofilering van De Telegraaf, waarbij de woorden 'onderscheidend, gezaghebbend, betrouwbaar en vernieuwend' zijn. Voor de kernwaarden van De Telegraaf Media Groep worden termen als 'gericht op het vervullen van wensen, behoeften van klanten, betrokken, integer en eigenzinnig' gebruikt. In een evaluatie van de krant over 2008 stelt dit jaarverslag:

"In 2008 was De Telegraaf op talloze gebieden, zoals politiek, misdaad, sport en entertainment, spraakmakend en vooraanstaand." (TMG, 2008)

Over het beoogde lezersprofiel is De Telegraaf iets minder expliciet dan de Volkskrant. De missie van TMG wordt in het jaarverslag gedefinieerd als "actief in vinden en binden van brede en/of specifieke publieksgroepen" (TMG Jaarverslag, 2008). Uit het lezersprofiel van de NOM-printmonitor blijkt dat de grootste groep lezers een opleiding op MBO-niveau heeft genoten, en een percentage van 20 procent een HBO of WO-opleiding volgt (NOM Printmonitor, 2008). Over een eventuele specifieke religieuze, levensbeschouwelijke of politieke achtergrond van de lezers wordt door De Telegraaf geen expliciete uitspraken gedaan.

De waarden en doelstellingen die in de officiële documenten van De Telegraaf worden uitgedragen zijn redelijk abstract. Specifieker is hoofdredacteur Sjuul Paradijs in een interview met het opinieblad Vrij Nederland, dat is afgenomen op 30 mei 2009. Al meteen in het begin van het interview reflecteert Paradijs terug op het belang van het voortzetten van de traditie van De Telegraaf, waarvan hij zegt:

"Bedenk wel dat we een geschiedenis hebben van honderdzeventien jaar. Ik sta in een traditie van prominente voorgangers. Ik heb samen met anderen de mooie opdracht om dat prachtige erfgoed te bewaren." (Vrij Nederland, 30 mei 2009).

Daarnaast doet Paradijs een aantal relevante uitspraken over De Telegraaf. Enkele daarvan zijn:

“We zijn nog altijd een nette krant. En ook geen rechtse krant.”
“We zijn een massakrant”
“Ik weet dat je soms ongenueanceerd moet denken om die (journalistieke) tegenkracht op te roepen. Wat je ermee bereikt, is dat je een discussie krijgt”
“Ach, De Telegraaf is wel een krant die alles wat uitvergroot. (...) Dan ben ik niet te beroerd om er een hoogstpersoonlijk een schepje bovenop te doen”
“Dat is waarschijnlijk het fameuze Telegraaf-gevoel (...). Aanvoelen wat mensen graag lezen”
(Vrij Nederland, 30 mei 2009).

In het interview maakt Paradijs ook een vergelijking tussen zijn krant De Telegraaf en de Volkskrant:

“ Ik ben ervan overtuigd dat het beeld van de ‘Telegraaf’-lezer het best klopt met de realiteit. Als je De Telegraaf leest, denk je: wat leven we in een geweldig interessant en sensationeel land. Bij de Volkskrant lijkt Nederland vooral grijzig, een land zonder humor. (...) Wij zien ook de leuke kant van het leven. Niet alleen dat verbetene.”
(Vrij Nederland, 30 mei 2009).

De twee kranten

Uit deze beschouwing van de identiteitsprofilering van zowel de Volkskrant als De Telegraaf komt een aantal verschillen naar voren. Voornamelijk de historie en de basis van de kranten loopt uiteen, evenals de doelgroep en het doel van de kranten. In de analyses van de artikelen van de Volkskrant en De Telegraaf zal op deze uitgedragen normen, waarden en doelen worden gereflecteerd, om zo te zien hoe dat terug te zien is in de artikelen.

2.2 Media als sociaal systeem

Om het specifieke mediatype ‘krant’ een plaats te geven binnen het hele medialandschap, is het nodig om eerst het perspectief toe te lichten waar vanuit in dit onderzoek de media worden benaderd. Een traditionele technologische benadering is om de media te beschouwen als transmitters van informatie, kennis en nieuws (Carey, 1989). In recent mediaonderzoek is dit perspectief enigszins achterhaald. De media worden nu vaker in een sociologisch daglicht geplaatst. Het idee dat media een belangrijke plaats

innemen in de maatschappij en daar ook invloed op uitoefenen is wijdverbreid en in meer of mindere mate algemeen geaccepteerd (Croteau & Hoynes, 2003).

Vanuit deze sociologische benadering kan de media, als institutie en daarom in dit geval in de enkelvoudvorm geformuleerd, zélf als een sociaal systeem worden beschouwd. De belangrijkste componenten van dit sociale systeem zijn het bestaan van drie sociale relaties. De eerste relatie die de media onderhoudt, is die met andere systemen of instituties, bijvoorbeeld de overheid en de economie. Een tweede relatie die de media kent zijn de relaties binnen de institutie zelf. Hier valt onder andere de verhouding tussen de verschillende kranten onder, maar belangrijker is dat het hier ook gaat om hoe de organisatie van de media van invloed is op de mensen die bijvoorbeeld op een redactie werken. De laatste vorm van relaties die het sociale systeem van de media heeft is de relatie tussen de media en het publiek (deFleur & Ball-Rokeach, 1989).

In de paragraaf Discours wordt nader ingegaan op het sociale aspect van de krantenorganisaties en de werking die daar vanuit gaat. Laten we nu eerst kijken naar de journalistieke praktijk.

2.3 De Journalistieke praktijk

In deze paragraaf worden drie dimensies van de journalistieke praktijk behandeld. Eerst wordt er ingegaan op het concept nieuwswaarden. Vervolgens wordt er dieper gekeken naar het proces van nieuwsgaring en nieuwsselectie van journalisten en wordt er aandacht besteed aan wie de bronnen van het nieuws kunnen zijn en welke invloed dat zou kunnen hebben op de nieuwsberichten. Dit hoofdstuk eindigt met een notie van objectiviteit en objectieve berichtgeving.

2.3.1 Nieuwswaarden

Zowel De Telegraaf als de Volkskrant verschijnt dagelijks. Er wordt over het algemeen van kranten verondersteld dat ze elke dag nieuwe informatie over de gebeurtenissen in de wereld geven, wat impliceert dat er elke dag iets *nieuws* te melden is. Al sinds het begin van wetenschappelijk

mediaonderzoek debatteert men over de vraag wat nieuws eigenlijk is. Vanuit de niet – essentialistische benadering kan worden gesteld dat nieuws in essentie geen nieuws is, maar dat het cultuurhistorisch bepaald is wat als nieuws wordt beschouwd. Nieuws wordt daarom geconstrueerd.

Reflecterende op de media als sociaal systeem, kan worden gezegd dat verschillende ‘partijen’ invloed hebben op de vraag ‘wat is nieuws?’ Vanuit een commercieel oogpunt hebben adverteerders hier invloed op, omdat zij datgene nieuws vinden wat goed verkoopt. Vanuit cultuurhistorisch ideologisch opzicht heeft het publiek hier invloed op, omdat het bepaalt wat het interessant nieuws vindt en daarvoor een bepaalde krant leest (Shoemaker & Reese, 1996). In dit onderzoek wordt voornamelijk gekeken naar wat de organisatie en de journalisten nieuws vinden, omdat dit direct af te lezen van wat er in de beide kranten is gepubliceerd.

De mediawetenschappers Galtung & Ruge schreven in 1927 al het eerste boek over Westers cultureel bepaalde nieuwswaarden: criteria waaraan gebeurtenissen moesten voldoen om nieuws te worden. Sindsdien is de lijst met nieuwswaarden door anderen ruim aangevuld, ware het niet dat het opvallend is dat de nieuwswaarden die begin deze eeuw werden ontwikkeld nu nog steeds worden genoemd. Omdat dit onderzoek niet primair gaat om het analyseren van de gehanteerde nieuwswaarden, maar omdat deze alleen contextueel dienen, is het niet relevant alle mogelijke nieuwswaarden te noemen. Wel is het interessant er een selectie uit te nemen, waarvan kan worden verwacht dat die relevant zijn om overeenkomsten en verschillen tussen de kranten De Telegraaf en de Volkskrant te kunnen duiden. Enkele algemene nieuwswaarden zijn:

- impact (hoeveel mensen zijn er mee gemoeid)
- human interest (focus op personen)
- nabijheid (hoe dichterbij, hoe meer nieuws)
- tijd (wanneer gebeurd, hoe recenter, hoe interessanter)
- ongewoon (een gebeurtenis die niet dagelijks voorkomt)
- onverwachtheid
- continuïteit (men kan er later nog *follow-up* berichten over maken)
- conflict en negativiteit (Shoemaker & Reese, 1996 en Herbert, 2000)

Een laatste nieuwswaarde die in het boek van Herbert wordt genoemd is ambiguïteit. Herbert legt dit uit als hoe minder multi-interpretabel de gebeurtenis is, hoe groter de kans is dat zij nieuws wordt. Dit is een nogal betwistbaar argument: het zegt namelijk dat bepaalde gebeurtenissen voor minder interpretaties vatbaar zijn dan andere. Om te kijken of dit criterium houdbaar is, zal deze in dit onderzoek extra aandacht krijgen,

Deze geselecteerde nieuwswaarden lijken van toepassing op elke krant. Op enkele nieuwswaarden zijn er tussen de Volkskrant en De Telegraaf verschillen zijn te verwachten. Bijvoorbeeld nabijheid (Shoemaker & Reese, 1996); de mate waarin de gebeurtenis in de nabije omgeving plaatsvindt. De Volkskrant pretendeert een krant te zijn voor de kosmopolitische burger, derhalve zou nabijheid voor haar een minder belangrijke rol kunnen spelen.

In de analyse van de artikelen in de Volkskrant en De Telegraaf wordt gekeken of er opvallende overeenkomsten of verschillen zijn te ontdekken in de gehanteerde nieuwswaarden, als contextueel onderdeel van de framinganalyse. Maar op basis van de nieuwswaarden weten we nog niet hoe het nieuws wordt verzameld. Laten we daarom kijken naar het proces van nieuwsgaring.

2.3.2 Nieuwsbronnen en nieuwsselectie

Naar aanleiding van het recent verschenen boek *Flat Earth News* (2008) van de Brit Nick Davies is er een discussie opgelaaid over de afhankelijkheid van kranten van slechts een aantal persbureaus. Gevolg hiervan is, zo stelt Davies, dat de berichtgeving over gebeurtenissen in kranten op eenzijdige en voorverpakte informatie berust, wat de pluriformiteit in geding brengt.

Daarnaast, zo stellen Hijmans et al. in hun onderzoek *Nieuwsbronnen en de kwaliteit van de journalistiek* (2009) heeft de afhankelijkheid van kranten van persbureaus invloed op de betrouwbaarheid, de transparantie, het eigen karakter en de onafhankelijkheid van de berichtgeving (Hijmans et al. 2009).

Daarnaast neemt internet een belangrijke rol voor journalisten die op zoek zijn naar nieuws. Deze technologische ontwikkeling, door Paulissen *Computer Geassisteerde Journalistiek* (CAJ) genoemd heeft invloed op de journalistieke praktijk, omdat journalisten makkelijker aan informatie kunnen

komen en minder afhankelijk zijn van officiële bronnen, zoals politici. Of deze ontwikkeling een positief effect heeft is betwistbaar, omdat men aan de ene kant kan stellen dat de journalist zo meer tijd over heeft om context en achtergrond te geven bij een gebeurtenis, maar aan de andere kant kan worden gesteld dat de betrouwbaarheid gevaar oploopt, omdat de snelheid waarmee de informatie wordt gegenereerd ten koste zou kunnen gaan van de accuraatheid. Daarnaast zou de informatie meer gebaseerd zijn op secundaire bronnen dan op rechtstreekse uitspraken van *officials* (Paulissen, 2004). Of dit van invloed is op de betrouwbaarheid en onafhankelijkheid is niet zeker, omdat volgens Shoemaker en Reese, de overheid en de politici het nieuws in grote mate kunnen brengen op de manier die voor hen het beste is (Shoemaker & Reese, 1996). Ook spindoctors, de PR-managers die in dienst zijn van de overheid en de politiek hebben de laatste jaren een fundamentele rol gekregen in de communicatie van politieke en maatschappelijke gebeurtenissen naar de media (Bennett, 2005).

Of medewerkers van de krant het nieuws grotendeels van persbureaus of internet afnemen of zelf actief 'in het veld' op zoek gaan is onderdeel van de zogenoemde 'routine': het proces van nieuwsgaring bij een krant. Deze processen zorgen voor de garantie dat er elke dag wat in de krant te melden is. In onderzoek naar deze mediaroutines worden mediaorganisaties vaak geplaatst in het licht van een bedrijf dat zo efficiënt mogelijk moet functioneren en dat daarom deze processen gestandaardiseerd zijn (Shoemaker & Reese, 1996). Voor dit onderzoek zijn van De Telegraaf en de Volkskrant dergelijke routines niet bekend, maar het is wel nodig het bestaan en de eventuele gevolgen ervan in acht te nemen. Wanneer bijvoorbeeld De Telegraaf meerdere malen artikelen plaatst die rechtstreeks van het ANP komen, kan dit wat zeggen over hun eigen profilering, maar ook over de achterliggende processen of routines die de krant doorloopt om het nieuws te vergaren.

Zowel nieuwsgaring via internet als via persbureaus of uit rechtstreekse bronnen heeft zijn weerslag op de inhoud van de artikelen over gebeurtenissen in de kranten, zo natuurlijk ook in De Telegraaf en de Volkskrant. Daarom wordt er in dit onderzoek geanalyseerd welke bronnen

van het nieuws er worden weergegeven in het artikel. Hierbij is er natuurlijk een afhankelijkheid van de transparantie van de kranten in de mate waarin zij hun bronnen weergeven. Zo zou een krant een bericht letterlijk van het ANP kunnen hebben overgenomen, maar pretenderen alsof er een correspondent zelf is geweest (quasi-verslaggeving) (Fairclough, 1992).

Binnen de mediawetenschap zijn er verscheidene onderzoeken gedaan naar de genoemde fenomenen nieuwswaarden, nieuwsgaring en nieuwsbronnen. Om deze goed te kunnen analyseren, is er een breed zicht nodig op zowel de geplaatste artikelen, als de achterliggende processen, als de externe invloeden enzovoort. Dit spectrum is mijns inziens enorm en niet in een enkel onderzoek te vangen, zeker niet als deze factoren kwantitatief uit artikelen worden gehaald (bijvoorbeeld antwoord gevend op de vraag: hoe vaak worden er *sporen* van voorverpakt nieuws gevonden?). Om zich niet aan deze complexiteit te wagen, blijven veel publicaties over deze thema's theoretisch van aard, zonder een case-studie uit te voeren.

Dit onderzoek is natuurlijk ook uitsluitend afhankelijk van de artikelen en daarom vormen de theorieën omtrent nieuwswaarden en nieuwsselectie 'slechts' een context, als achtergrond waarvan uit waarneembare gegevens uit de artikelen kunnen worden gezien en waar vanuit die gegevens kunnen worden verklaard in het licht van de profilering van de krant. Het kwalitatief interpreterende karakter van het onderzoek zorgt er ook voor dat er geen uitspraken gedaan hoeven worden over dergelijke complexe zaken. Op deze wijze vindt dit onderzoek de middenweg tussen louter theoretische veronderstellingen en (onmogelijk) empirisch bewijs voor deze veronderstellingen.

2.3.3 Objectiviteit

Hoewel journalist zijn een vrij beroep is, heeft de journalist zich wel te houden aan bepaalde gedragscodes. Deze zijn opgenomen in de Leidraad van de Raad voor de Journalistiek (2007). In deze leidraad komen onder andere zaken als hoor- en wederhoor, bronnenbescherming en privacy aan de orde. In de paragraaf 'Algemeen' worden vier algemene ethische eisen aan de journalist gesteld, waarvan er twee zeer interessant zijn. De eerste eis stelt:

“In de berichtgeving maakt de journalist een duidelijk onderscheid tussen feiten, beweringen en meningen.”.

De tweede eis luidt:

“De journalist bericht waarheidsgetrouw. Op basis van zijn informatie moeten lezers, kijkers en luisteraars zich een zo volledig mogelijk en controleerbaar beeld kunnen vormen van het nieuwsfeit waarover wordt bericht.”. (Leidraad van de Raad voor de Journalistiek 2007)

Beide eisen, waarheidsgetrouwheid en scheiding van feit, bewering en mening duiden op een concept wat in de volksmond bekend staat als objectieve berichtgeving.

Objectiviteit is een complex begrip: om dit begrip enigszins te kunnen vatten moeten men zich verdiepen in het filosofische debat dat strekt van een postmodernistische (*de* waarheid bestaat niet) tot een marxistische (visie op de wereld is bepaald door de sociale klasse) visie op waarheid, en daarmee de mogelijkheid tot objectiviteit. Voor een onderzoek als deze is dat niet werkbaar. Wel is het interessant om te kijken hoe de eisen, zoals die gesteld worden in de Leidraad worden nageleefd.

In mediaonderzoek is objectiviteit van nieuwsberichten een thema van onderzoek, hoewel veelal wordt ingezien dat men zich op een controversieel vlak begeeft. Er worden dan criteria vastgesteld die de objectiviteit zo goed mogelijk zouden kunnen meten. Zo heeft Westerstahl in zijn artikel *Objective News Reporting* een aantal operationaliseerbare criteria vastgesteld. Deze zijn bijvoorbeeld:

1. Waarheid: overeenkomstigheid met de werkelijkheid
2. Relevantie: genoemde aspecten van een gebeurtenis zijn belangrijk voor het verdere verloop van de gebeurtenis
3. Balans en onpartijdigheid: hoor en wederhoor van verschillende partijen
4. Neutraliteit: journalist mag zich niet identificeren met het subject van het nieuwsbericht (Westerstahl, 1983)

Westerstahl erkent dat ook in deze criteria epistemologische moeilijkheden zitten. Zo al bij het eerste criterium 'overeenkomstigheid met de werkelijkheid', waarbij wordt gesuggereerd wordt dat er *een* werkelijkheid bestaat.

Naar aanleiding van de criteria van Westerstahl die in de Leidraad zijn vastgesteld wordt gekeken hoe objectief de berichtgeving in De Telegraaf en in de Volkskrant is. Twee aantekeningen moeten hierbij worden gemaakt. Ten eerste wordt er in de Leidraad een speciale uitzondering gemaakt wat betreft columns, die gezien de focus van het onderzoek op opiniërende artikelen een belangrijk onderdeel van de onderzoeksartikelen vormen. De Leidraad stelt:

“Het beginsel van wederhoor geldt niet voor publicaties die kennelijk een persoonlijke mening bevatten (bijvoorbeeld columns, recensies en opiniërende bijdragen) en berichtgeving van feitelijke aard, zoals verslagen van openbare bijeenkomsten.” (Leidraad van de Raad voor de Journalistiek 2007)

Deze stelling impliceert dat er met betrekking tot wederhoor, en doorgetrokken dus de objectiviteit, andere regels gelden voor opiniërende stukken. Dit is interessant, omdat aan dit onderzoek een hypothese voorafgaat dat opiniërende stukken vaak lastig te onderscheiden zijn van niet opiniërende stukken. Dit criterium is derhalve dan lastig te toetsen.

Tweede aantekening is dat er in de profilering van de Volkskrant impliciet iets gezegd wordt over objectiviteit:

“De Volkskrant is een spannende krant die geen onderwerp schuwt; eerlijk en open, serieus met een onafhankelijk oordeel” (Lezersprofiel Volkskrant, 2009).

De krant maakt hierin al duidelijk dat er door de krant een oordeel wordt geveld over de gebeurtenissen.

2.4. Framing

Het analyseren van mediateksten middels een inhoudsanalyse is geen nieuwe onderzoeksgebied, maar de methode van framing is hierin een vrij recent fenomeen. Studies richtten zich eerder op de het concept

‘vooroordelen’, maar volgens James Tankard is dit paradigma verouderd (Tankard, 2001). Tankard ziet een verschuiving van de ‘oppervlakkige’ analyse naar een focus op het achterliggende proces van massacommunicatie.

Het paradigma van framing is nog in ontwikkeling en tussen mediaonderzoekers is het theoretische debat over wat framing inhoudt nog levend. Er is wel consistentie waar te nemen in de definitie en de kernwoorden die aan frames en framing worden toegekend. Een voor dit onderzoek hanteerbare uitleg is dat frames de informatie over een gebeurtenis organiseren, dat ze laten zien in op welke manier een gebeurtenis kan worden beschreven en dat ze een actieve rol innemen in de agendasetting van het publieke debat over een gebeurtenis. Daarom dragen frames dus bij aan de meningsvorming over een gebeurtenis. (Reese, 2001). Mediawetenschapper Robert Entman, gespecialiseerd in framing, voegt hier nog een belangrijk element aan toe: frames kunnen bepaalde informatie of argumenten benadrukken en meer laten opvallen zonder dat het publiek dit doorheeft. Gelijktijdig kan bepaalde informatie, zoals een mening over een gebeurtenis, worden afgezwakt of zelfs helemaal geëlimineerd (Entman, 1993).

Frames kunnen worden omschreven als de kaders waarbinnen een bepaalde gebeurtenis wordt beschreven. Een vaak aangehaald voorbeeld om dit principe te duiden, is dat politieke verkiezingen wordt beschreven in het *human interest* frame, waarbij er in de verslaggeving wordt ingezoomd op persoonlijke aspecten van politici. Daarnaast bestaat er voor dezelfde gebeurtenis de term *horse race* frame, waarbij de verkiezingen worden beschreven in termen van ‘wie wint er?’ Dit zijn dan herhaaldelijk aanwezige frames, terwijl andere frames die de gebeurtenis net zo goed hadden kunnen beschrijven niet zo vaak of helemaal niet voorkomen.

Frames zijn aanwezig in de tekst en worden geconstrueerd door degene die de tekst schrijft. Entman ziet naast de invloed van de uiteindelijke producent van de tekst, het medium, ook invloeden van de staat, van toonaangevende experts en het publiek op de gehanteerde frames (Entman, 2003). Dit maakt frames het eindproduct van een omvangrijk sociaal proces, waarin verscheidene partijen betrokken zijn bij de ontwikkeling van de frames

Dit is niet opmerkelijk, gezien al eerder is gesteld dat de media niet autonoom functioneert maar relaties onderhoudt met andere maatschappelijke velden, maar dit maakt de framinganalyse wel heel complex: de gebruikte frames kunnen dan immers niet worden toegeschreven aan uitsluitend het medium. Omdat in de vraag 'hoe wordt erover de kredietcrisis geschreven in de Volkskrant en De Telegraaf?' de specifieke media wel de focus van dit onderzoek zijn, zal aan deze 'invloedspartij' de grootste betekenis worden toegekend.

De complexiteit van het frame is ook door te voeren op de betekenis van het gehanteerde frame. Als een bepaald frame dominant is in de berichtgeving over een zekere gebeurtenis, dan zegt dat nog niets over de betekenis; kwantiteit is immers niet hetzelfde als importantie (alhoewel dat in vele onderzoeken als equivalent wordt weergegeven). Wanneer voornamelijk de agendasetting functie van de frames zou worden onderzocht, dan had de betekenisgeving van het publiek belangrijk geweest en dit had een receptieonderzoek vereist. Het doel van dit onderzoek is echter om te analyseren welke frames dominant zijn en wat de invulling is van deze frames, om deze vervolgens voor twee kranten te vergelijken en vanuit de context van de profilering van de krant te verklaren. Door deze context erbij te betrekken kan dit onderzoek zich met recht een framingonderzoek noemen en gaat dit onderzoek verder dan de structuralistische kwantitatieve framingmethode die binnen mediaonderzoek ook wordt gebruikt.

De frames zijn op basis van vooronderzoek vastgesteld. Waar het eerdergenoemde human interest frame een frame is dat in veel onderzoeken wordt gebruikt, zijn de frames in dit onderzoek zelf ontwikkeld, omdat zo de relevantiewaarde wordt verhoogd. De vaststelling vooraf heeft tot gevolg dat er in de analyse zelf niet zo zeer naar hegemonie van bepaalde frames wordt gezocht. De zoektocht naar dominantie vindt *binnen* de frames plaats, door te analyseren op welke manier de frames worden ingevuld. In het hoofdstuk 'Methode' wordt uiteengezet welke frames dit dan zijn en met welke *topics* deze kunnen worden ingevuld. Vanwege deze specificatie gaat het onderzoek dan dieper op de tekst in en kan er ook meer over de frames worden gezegd.

Hiermee onderscheidt dit onderzoek zich van andere framinganalyses, die de abstracte begrippen zoals human interest niet nader invullen.¹

Zijweg van de framinganalyse kan zijn om de aandacht te leggen op counterframes. Counterframes zijn kaders die ingaan tegen de dominante frames en die daarmee het gezag van de dominante frames ondermijnen. Counterframes kunnen zich ontwikkelen als bijvoorbeeld het publiek het dominante frame niet meer aanneemt als een juiste manier om over een gebeurtenis te spreken. De *persistence*, standvastigheid, van het frame wordt dan aangetast, zo stelt Reese (Reese, 2001). Dit onderzoek richt zich niet op counterframes, maar heeft wel aandacht voor frames of *topics* die afwijken van de dominante. Deze worden dan niet direct gezien als tegenbeeld, maar meer als *deviant cases*. Deze zijn wel relevant, omdat ze eventueel zouden kunnen uitgroeien naar een (topic van) een counterframe. Omdat counterframes vaak tijd nodig hebben om zich te ontwikkelen en gezag te winnen, zou om dit vast te kunnen stellen een langere onderzoekstermijn nodig zijn.

2.5. Discours

Als theoretische achtergrond bij het tweede deel van de analyse van dit onderzoek wordt het concept *discours* behandeld. Deze beschouwing gaat in eerst op een mogelijkheid tot een definitie van discours, vervolgens worden de theorieën van Michel Foucault en Norman Fairclough behandeld, om af te sluiten met het onderwerp retoriek.

2.5.1 Een definitie van discours

Nederlandse wetenschappelijk literatuur over discours probeert dit van oorsprong Franse woord te vertalen naar het Nederlands, waarbij uitkomend op het begrip 'vertoog', wat het nog niet echt duidelijker kan maken. Een definitie geven van discours blijkt sowieso problematisch, omdat het binnen verschillende wetenschappen (sociologie, politicologie) wordt gebruikt en vanuit verschillende perspectieven kan worden gezien (filosofisch, theoretisch) (Mills, 2005). Een werkbare definitie wordt hier dan ook niet

¹ zie bijvoorbeeld het onderzoek van Bosman & d'Haenens naar de framing van Pim Fortuyn (2008)

geprobeerd te vinden. Er wordt een uiteenzetting gegeven van de theoretische assumpties en dimensies van discours die relevant zijn voor dit onderzoek.

2.5.2 Van ideologie naar discours: Foucault

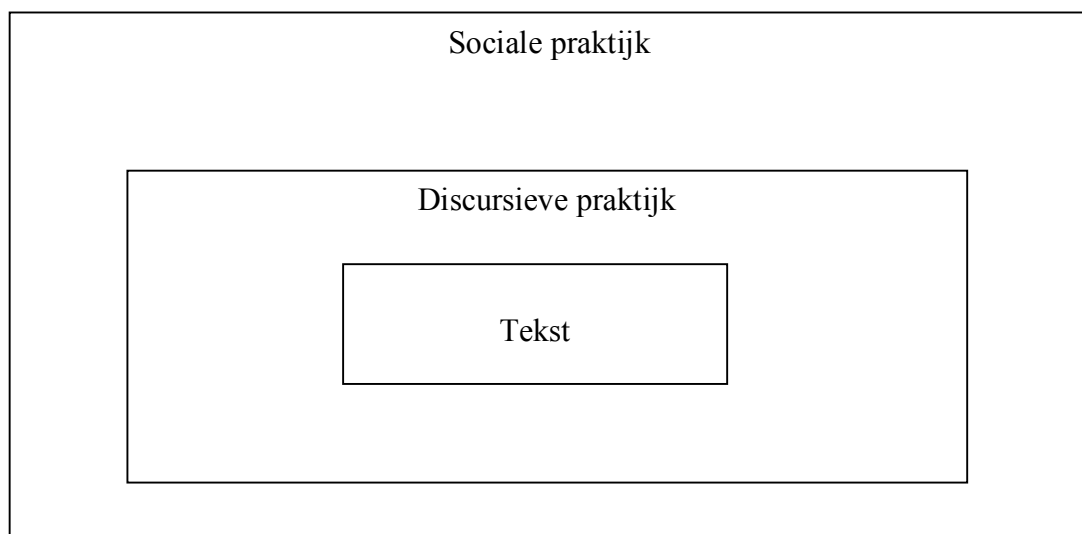
De Franse filosoof Michel Foucault staat aan de basis van de ontwikkeling van het begrip discours. Foucault had bedenkingen bij de wijze waarop in de Marxistische traditie het begrip ideologie werd uitgelegd; als wereldbeeld van de machtige kapitalistische elite, welke aan het arbeidersvolk wordt opgelegd. Foucault is het niet eens met de positionering van die laatste subjecten en stelt dat zij wel degelijk *agency* (individuele mogelijkheden) hebben om eigen concepties van de wereld te hebben en over te dragen. Binnen zijn notie van discours zijn de beelden over de wereld onderhandelbaar en is de macht van degenen die een dominant wereldbeeld exposeren continu onderhevig aan *resistance*. Discours is voor Foucault een *site of struggle* voor betekenissen en manieren om over de wereld te praten (Mills, 2005).

Deze ontwikkeling wil niet zeggen dat ideologie en discours dezelfde begrippen zijn, maar dan anders ingevuld. Waar ideologie een politiek gerelateerd concept is, richt discours zich meer op het veld van taal en communicatie. De ontwikkeling die Foucault heeft ingezet, heeft bijgedragen aan de perceptie dat het gebruiken van taal niet alleen een middel is om de wereld, de maatschappij en sociale subjecten te beschrijven, maar ook om deze vorm te geven en te construeren. Voor de basis van het begrijpen van discours is Foucault dus onmisbaar. Echter, in zijn theorieën houdt hij zich voornamelijk bezig met de machtsrelatie tussen de verschillende manier van spreken over de wereld (verschillende discoursen) en richt hij zich op discoursen van specifieke velden zoals de medische wereld (Fairclough, 1992). Omdat in dit onderzoek journalistieke teksten worden onderzocht, verschuift de verdere uiteenzetting over discours zich naar een theoreticus die zich op dit veld richt.

2.5.3 Discours en sociale praktijk: Fairclough

De bijdrage aan de wetenschap over discours van Norman Fairclough borduurt grotendeels verder op de theorieën van Michel Foucault, maar een belangrijk verschil is zijn toepassing van het concept discours op teksten. Uit zijn werk zijn drie punten voor dit onderzoek relevant: zijn driedimensionale model van sociale praktijk, discursieve praktijk en tekst, zijn opvatting dat discours een construerende functie heeft en een door hem ontwikkelde traditie van (discursieve) tekstanalyse. Dit laatste wordt in het hoofdstuk 'Methode' verder uitgewerkt.

Het driedimensionale model van discours van Fairclough ziet er zo uit:



Het model geeft (impliciet) weer hoe Fairclough taal ziet: meer als een sociale praktijk dan een individuele activiteit. Voor dit onderzoek kunnen we de journalistiek zien als die sociale praktijk, iets wat ook al in eerdere paragrafen naar voren kwam. Binnen de sociale praktijk vervullen mensen bepaalde rollen, onderhouden zij relaties, zijn er bepaalde conventies en is er daarom een sociale structuur (Fairclough, 2000). Deze structuur vormt (het functioneren van) de mensen aan de ene kant, maar anderzijds hebben zij ook ruimte om hun rol in te vullen.

De discursieve praktijk in dit model verwijst naar processen van productie, distributie en consumptie van tekst. Het proces van productie is in dit geval het meest relevant. Fairclough ziet dit als een aangelegenheid van het scheppen van wereldbeelden dat binnen de kaders van de sociale praktijk

plaatsvindt en daardoor wordt beïnvloed. Het verschilt hiervan essentieel doordat er in de discursieve praktijk gebruik wordt gemaakt van taal, interactie en communicatie. Binnen de discursieve praktijk zijn de eerdergenoemde concepten nieuwsgaring en nieuwsselectie actief. De sociale praktijk en de discursieve praktijk uit zich vervolgens in de tekst (Fairclough, 1992).

Faircloughs model laat ook zien op welke manieren discours geanalyseerd kan worden. Zo kan een macrosociologische benadering bijvoorbeeld zich richten op de relatie tussen grote sociale structuren (bijvoorbeeld man-vrouw verhoudingen) en de sociale praktijk van, in dit geval de journalistiek. In dit onderzoek wordt gekeken naar de tekst, de artikelen, en wordt gekeken hoe de sociale praktijk en de discursieve praktijk daarin 'terug' te zien zijn. Dit gebeurt, zoals later in het hoofdstuk Methode terug komt, descriptief middels de framinganalyse en interpretatief middels de discoursanalyse.

Een tweede relevante invulling die Fairclough geeft aan het concept discours is dat discours een constructieve functie heeft. Vanuit de opvatting dat taal geen spiegel is van de werkelijkheid stelt hij dat het discours, vrij vertaald als 'de manier van spreken over de wereld en de maatschappij' de wereld en de maatschappij construeert. Dit gebeurt op drie manieren: het discours construeert sociale subjecten (personen), sociale relaties (tussen personen) en kennissystemen (betekenissen en ideeën van en over de wereld) (Fairclough, 1992). Vooral dit laatste punt is relevant want terugkoppelend op dit onderzoek betekent dat er gesteld kan worden dat hoe de kranten over de kredietcrisis schrijven, de kredietcrisis en onze ideeën en kennis daarover vormt.

Bestaat de kredietcrisis dan niet en wordt deze gevormd door het discours? Is alles dan discours? Nee, want er moet wel in acht worden genomen dat het discours zich *verhoudt* tot de werkelijkheid (Fairclough, 2000). In dit onderzoek wordt discours dan ook gezien als een bepaalde manier van spreken over een bepaalde representatie van de realiteit en dat door de constructie van dit bepaalde wereldbeeld invloed wordt uitgeoefend op onze perceptie van de realiteit en de realiteit zelf. Taal wordt gezien als middel om actief perspectieven op de wereld te kunnen exposeren, waar die

wereldbeelden vervolgens worden gezien als altijd politiek (in de ruimste zin van het woord) en cultureel geladen. Omdat de (taal van de) artikelen derhalve word(t)(en) gezien als eindproduct van een sociaal proces met invloeden van politiek, cultuur, conventies en structuren kan dit onderzoek verklaren waarom de twee verschillende kranten mogelijk op verschillende manieren over de kredietcrisis spreken.

2.5.4 Retoriek

In dit onderzoek wordt gesteld dat kranten op actieve wijze door het gebruiken van taal wereldbeelden exposeren en construeren. Welke wereldbeelden dit dan zijn is interessant, maar in dit deel van onderzoek naar discours gaat het meer om *hoe* die wereldbeelden dan worden geconstrueerd en op welke manier er door de kranten wordt geprobeerd om de lezers van bepaalde wereldbeelden te overtuigen.

Hier komen we terecht bij de retoriek. Retoriek vindt haar historie al ten tijde van Plato in de Griekse oudheid. Ook Marx sloot retoriek in in zijn theorieën over ideologie, waarbij hij stelde dat retoriek een manier was voor de elite om dominante wereldbeelden te exposeren. Retoriek is voor Marx een manier om de wereld te veranderen (Billig, 1991); in dit onderzoek wordt retoriek gezien als een manier van overtuigen. Retoriek staat daarmee in nauw verband met discours zoals dit eerder is gedefinieerd, en het succes van retoriek met de *power* van een discours.

Retoriek vindt zijn plaats in de wetenschap op verschillende terreinen, zowel in de sociale psychologie (o.a. Billig), maar Norman Fairclough heeft dit concept geïntegreerd de analyse van discours. Hoe hij dit doet, en hoe de studie naar retoriek als analysemethode in dit onderzoek wordt gebruikt, wordt behandeld in het hoofdstuk Methode.

De belangrijkste theorieën en uitgangspunten van dit onderzoek zijn in dit hoofdstuk uiteengezet. In het volgende hoofdstuk komt de onderzoeksmethode aan bod, waarin deze theorieën, voornamelijk die van framing en discours, geoperationaliseerd worden en er wordt beschreven hoe de analyses van de berichtgeving over de kredietcrisis in de Volkskrant en De Telegraaf zich voltrekken.

3. Onderzoeksmethode

Voor dit onderzoek wordt de berichtgeving over de kredietcrisis in de Volkskrant en De Telegraaf geanalyseerd. Welke artikelen er zijn geselecteerd voor de analyse en welke problemen er in dit proces naar voren zijn gekomen wordt in dit hoofdstuk duidelijk gemaakt. In dit hoofdstuk wordt eerst de gekozen onderzoeksperiode toegelicht. Vervolgens gaat het hoofdstuk dieper in op de onderzoekseenheden die worden geanalyseerd. Daarna wordt uitgelegd hoe het proces van dataverzameling is verlopen. Na deze informatie van algemene aard worden de twee gebruikte analysemethoden besproken. De eerste hiervan is de framinganalyse; betreffende paragraaf gaat in op de gekozen categorieën en topics. De tweede methode is de discoursanalyse. Bij de uitleg van deze methode worden de retorische stijlmiddelen die de focus vormen voor deze deelanalyse toegelicht. Zowel als bij de uitleg van de framinganalyse als de discoursanalyse wordt gebruik gemaakt van verhelderende voorbeelden. Ook wordt er aan het einde van de twee paragrafen op beide methoden gereflecteerd.

3.1 Onderzoeksperiode

Van wanneer tot wanneer?

Sommige crises beginnen op een specifiek tijdstip of moment, zoals een gigantische overstroming het startsein kan zijn voor een humanitaire crisis. De datum waarop de overstroming plaatsvond zou dan een goed begin zijn voor het starten van een onderzoek. Bij de kredietcrisis ligt dit echter anders, want deze is niet op een dag ‘zomaar’ ontstaan. Wanneer men gaat spreken over ‘het uitbreken van de kredietcrisis’, wat interessant genoeg wél een specifieke gebeurtenis veronderstelt, is er al een lange financieel-economische periode aan vooraf gegaan die daar invloed op heeft uitgeoefend.

Een beginpunt en begindatum van de kredietcrisis is moeilijk aan te wijzen. Op het moment van het uitvoeren van dit onderzoek, medio 2009, spreken we er nog steeds over dat we ons ‘in’ de kredietcrisis bevinden. Dit impliceert dat het ook onmogelijk is om de juiste einddatum voor dit onderzoek vast te stellen.

Dit is problematisch, maar eigenlijk geldt dit voor al het wetenschappelijk onderzoek naar gebeurtenissen die zich binnen een bepaald tijdsbestek plaatsvinden. Reflecteren we terug naar een humanitaire crisis die zou kunnen uitbreken na een grote overstroming, dan is de dag van het uitbreken van die overstroming wellicht ook niet de juiste datum om een onderzoek te beginnen. Want wat ging er aan die overstroming vooraf, hoe was de humanitaire situatie daarvoor? En wanneer eindigt die humanitaire crisis, als alle getroffen mensen weer een huis hebben? Algemene valide criteria om een einde van een crisis vast te stellen zijn er niet, het is aan degene die onderzoekt om dat zelf te doen.

De keuze is gemaakt om dit onderzoek op 3 oktober 2008, de dag dat Fortis Bank Nederland volledig door de Nederlandse staat wordt overgenomen, te laten starten (Fortis, 3 oktober 2009). Het Ministerie van Financiën zegt over deze overname:

“Het Nederlands-Belgische bank- en verzekeringconcern Fortis was de eerste in Nederland, die mede als gevolg van de kredietcrisis en dalend vertrouwen van de markt, in de financiële problemen kwam. Fortis had net als andere financiële instellingen in de ontstane marktomstandigheden moeite aan kapitaal te komen (onder andere voor de financiering van de overname van ABN AMRO). Uit de koersbeweging in september 2008 bleek dat het vertrouwen in Fortis op de financiële markt tanend was. Zo ook bij de spaarders en klanten van Fortis. Ieder vals gerucht deed de koers van Fortis verder wegzakken. Fortis wankelde. Ingrijpen door de overheid was noodzakelijk. Ondanks de staatsdeelname die Nederland, België en Luxemburg op 29 en 30 september hebben aangekondigd in Fortis, stabiliseerde het vertrouwen in Fortis niet. Verder ingrijpen was onvermijdelijk.” (Ministerie van Financiën, 2009).

Deze gebeurtenis, en de verklaring die de Nederlandse overheid hiervoor geeft, toont aan dat de kredietcrisis, die voor die datum vooral in de Verenigde Staten plaatsvond, Nederland nu ook ‘treft’. Omdat de kredietcrisis sindsdien ook een Nederlandse publieke aangelegenheid wordt, en omdat dit onderzoek zicht richt op twee Nederlandse kranten, is deze datum gekozen als startdatum. Hierbij moet nogmaals worden benadrukt dat dit een kunstmatige keuze is en dat deze keuze niet pretendeert om ‘het begin’ van de kredietcrisis aan te duiden.

De einddatum is bepaald op 31 december 2008. Dit is om praktische redenen, daar de voorbereidingen voor dit onderzoek rond die tijd zijn gestart en omdat er zich zo een onderzoeksperiode van drie maanden vormt. Daarnaast is deze drie maanden een aanzienlijke periode, want er zou met betrekking tot de kredietcrisis een aantal zaken kunnen zijn gebeurd, bijvoorbeeld wetswijzigingen met betrekking tot economisch-financiële aangelegenheden, die de berichtgeving zouden kunnen beïnvloeden. Ook zou er kunnen worden verondersteld dat er in drie maanden een discussie op gang komt waarin een verloop of een ontwikkeling te zien is. Wellicht wordt er in de eerste weken gesproken over 'de Amerikaanse kredietcrisis' en later over 'de kredietcrisis', waaruit geconcludeerd kan worden dat de kredietcrisis nu niet meer een uitsluitend connotatie met Amerika heeft.

Of de gekozen onderzoeksperiode representatief is voor de gehele berichtgeving over 'de kredietcrisis', is natuurlijk betwistbaar. Dit onderzoek pretendeert dat dan ook niet te doen, evenals niet wordt geprobeerd om het onderzoek naar de berichtgeving in De Telegraaf en de Volkskrant een indicatie te laten zijn van de berichtgeving over de kredietcrisis in alle Nederlandse kranten. Dit onderzoek laat zien hoe er in een *bepaalde* periode in *bepaalde* kranten over elementen van de kredietcrisis wordt geschreven, in de veronderstelling dat deze keuzes inzichtelijke resultaten opleveren en eventueel een richting kunnen geven aan uitgebreider onderzoek naar de berichtgeving over de kredietcrisis in Nederlandse kranten.

Vanwege deze specificiteit is het doel van dit onderzoek niet om grote uitspraken te doen over *het* schrijven over de kredietcrisis. Dit is een kwalitatief onderzoek dat de diepte in gaat en ruimte biedt om individuele artikelen te analyseren, om zo gebeurtenissen en opvallendheden weer te kunnen geven en te bespreken.

3.2. Onderzoekseenheden

De doelstelling van dit onderzoek is het analyseren van de manieren waarop er over de kredietcrisis wordt geschreven in krantenartikelen in de Volkskrant en De Telegraaf. Hoe dit wordt gedaan en op welke aspecten er specifiek wordt gelet wordt niet in deze paragraaf uitgelegd; deze paragraaf laat zien

welke artikelen er zijn geselecteerd en welke criteria daaraan ten grondslag liggen.

Een mening over de kredietcrisis

De Volkskrant en De Telegraaf bestaan uit verscheidene katernen, zoals eerder al uiteen is gezet. Voorafgaand aan het selectieproces was de verwachting dat het nieuws over de financiële crisis zich in het economische katern zou bevinden, met wellicht ook artikelen in de katernen 'binnenland' en 'buitenland'. Toch was de intentie om *alleen* de artikelen uit de opiniërende katernen te selecteren, zoals uit het onderdeel 'Forum' in de Volkskrant. De verwachting was dat er in die artikelen vanuit een persoonlijke noot werd geschreven en een duidelijke mening bevatten. De persoonlijke noot en mening zijn dan ook de belangrijkste selectiecriteria voor de artikelen die in dit onderzoek zijn meegenomen. Deze keuze is nauw gerelateerd aan de twee methoden die voor de analyse worden gebruikt, de framing- en de discoursanalyse, die later dit hoofdstuk aan bod komen.

Gedurende het vooronderzoek naar de data, ofwel de artikelen, werd duidelijk dat niet alleen de artikelen uit de opiniërende katernen een persoonlijke en subjectieve mening bevatten, maar dat ook artikelen uit de economische katernen niet alleen objectief beschrijven wat het nieuws van de dag is. Een voorbeeld. Een auteur van een artikel in een economisch katern schrijft: "*Sarkozy stelde terecht dat Franse banken de kredietcrisis wel overleven*". Het artikel pretendeert "objectief" verslag te doen van bijvoorbeeld een toespraak van Sarkozy, maar de auteur laat door de toevoeging 'terrecht' in de zin toch haar of zijn persoonlijke goedkeuring van de mening van Sarkozy doorsijpelen. Omdat het is gebleken dat dit vaker gebeurt, was het niet houdbaar om alleen de artikelen uit de opiniërende katernen te gebruiken voor het onderzoek. Er is daarom gekozen om alle artikelen die over de kredietcrisis gaan op te nemen. Niet meteen voor de analyse, maar voor het selectieproces.

Immers, er zijn ook artikelen die geen expliciete mening bevatten. Een voorbeeld hiervan kan een artikel zijn dat gaat over de beursgang van bedrijven ten tijde van de kredietcrisis, waarvan strekking zou kunnen zijn dat

de beurswaarde van de ING Bank daalt doordat zij moeilijk aan kapitaal kan komen door de kredietcrisis. Of deze stelling nu waarheid is of niet (daarvoor zou een economisch georiënteerde analyse uitkomst bieden); er wordt geen mening aan toegekend. Wanneer er in ditzelfde artikel gesteld zou worden dat de ING Bank een slecht en ondoordacht financieel beleid voert waardoor zij ten tijde van de kredietcrisis moeilijk aan kapitaal kan komen, dan zou het artikel in aanmerking komen om te worden opgenomen in de analyse. De auteur bepaalt namelijk op het moment zelf dat het beleid 'slecht en ondoordacht' is.

Maar voorgaand artikel gaat over de ING bank, en niet zozeer over de kredietcrisis. Dit brengt ons op het volgende selectie criterium: het artikel moet over de kredietcrisis zelf gaan; de kredietcrisis moet het hoofdonderwerp zijn. Dit criterium zorgt ervoor dat de te analyseren artikelen aansluiten bij de hoofdvraag die aan dit onderzoek ten grondslag ligt, in gegeneraliseerde zin namelijk 'Hoe wordt er over de kredietcrisis geschreven?'. Daarnaast heeft dit criterium zichzelf wel in leven moeten roepen, omdat blijkt dat er in de berichtgeving allerhande gebeurtenissen worden gerelateerd aan de kredietcrisis. Een gekscherend voorbeeld zou een artikel met de titel "*Studenten behalen slechtere cijfers door de kredietcrisis*" kunnen zijn. Het is praktisch gezien onhaalbaar om al dit soort artikelen mee te nemen in de analyse, en bovendien zouden relevantieproblemen bij deze artikelen de kop op steken.

Kredietcrisis, economische crisis, recessie?

Tijdens het vooronderzoek naar de artikelen over de kredietcrisis kwam naar voren dat de term 'kredietcrisis' niet de enige benaming was voor de economisch – financiële problematiek. In de artikelen werden daar ook de termen economische crisis, recessie, financiële crisis, aandelencrisis en kapitaalcrisis voor gebruikt. Dit zijn bovendien de termen die vaker voorkomen, want zo nu en dan kwamen er eenmalig nog individuele benamingen naar voren, zoals 'de Beurskrach van 2008'.

Uit de artikelen bleek ook dat de verschillende termen in één artikel naast elkaar kunnen bestaan en hetzelfde kunnen aanduiden. Zo kan een

artikel bijvoorbeeld beginnen met de zin: “De kredietcrisis is begonnen in Amerika”, en zo worden afgesloten: “Laten we hopen dat de economische crisis Nederland niet zo hard treft”. In de laatste zin wordt dus met een andere benaming naar eenzelfde crisis verwezen.

Het differentiërend gebruiken van de verschillende benamingen kan ook voorkomen als deze niet dezelfde betekenis hebben. Dit gebeurt bijvoorbeeld in de zin “De kredietcrisis heeft ervoor gezorgd dat Nederland zich momenteel in een recessie bevindt”. In deze zin wordt een oorzaak-gevolg-relatie tussen de kredietcrisis en een recessie verondersteld en zijn dit dus twee verschillende fenomenen.

Het is onderzoekswaardig om te analyseren hoe de verschillende termen naast elkaar worden gebruikt en welke betekenissen de termen (daardoor) kunnen krijgen. Echter, daar gaat het in dit onderzoek niet over en derhalve is het noodzakelijk om dit probleem van de veelzijdigheid aan benamingen te ondervangen. Dit ook in verband met het proces van de dataverzameling, dat via zoektermen in een elektronisch systeem verloopt. Hoe dit precies is gegaan, wordt in de volgende paragraaf uitgelegd. Vanwege deze praktische overweging is er voor dit onderzoek voor gekozen om alleen de artikelen die over de ‘kredietcrisis’ gaan te selecteren voor de analyse. Dit impliceert dat artikelen die over de economische crisis gaan, en waarbij niet wordt verwezen naar het fenomeen van de kredietcrisis, uitgesloten worden in dit onderzoek.

Niet alleen praktische overwegingen legitimeren deze keuze. De kredietcrisis wordt voor dit onderzoek beschouwd als een gebeurtenis die significant anders is dan bijvoorbeeld een recessie. De kredietcrisis is een gebeurtenis uit de economisch – financiële wereld die onafhankelijk is van gangbare conjuncturele ontwikkelingen, en die in deze hoedanigheid voor de eerste maal voorkomt. Een recessie is echter een economisch fenomeen dat vaker voorkomt en periodiek terugkeert. Om dit grondig en kloppend uit te leggen is eigenlijk een economisch expert nodig. Maar wat voor dit onderzoek een taaltechnisch argument is, is dat ‘de kredietcrisis’ alleen kan worden aangeduid met het lidwoord ‘de’: het onbepaalde lidwoord ‘een’ houdt in deze woordcombinatie geen stand. Zetten we dit tegenover de andere benamingen

zoals recessie of economische crisis dan kunnen deze wél met ‘een’ worden gecombineerd. Dit suggereert dat hier verscheidene recessies of economische crises mee kunnen worden aangeduid. De kredietcrisis is echter een op zichzelf staande gebeurtenis en zij kan daarom worden gescheiden van de andere termen.

Het besluit om de artikelen die *niet* specifiek over de kredietcrisis gaan niet mee te nemen in de selectie is dus bewust gemaakt. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat het besef er is dat er op deze manier vele artikelen van het onderzoek worden uitgesloten, ook artikelen die wellicht interessante onderzoeksresultaten hadden kunnen opleveren. Immers, als de termen door elkaar worden gebruikt, dan kan een auteur die spreekt over ‘de economische crisis’ hetzelfde bedoelen als een auteur die het heeft over de kredietcrisis. Dit is echter niet te verifiëren, want auteurs van krantenartikelen leggen doorgaans niet letterlijk uit wat ze bedoelen. Dit maakt dat de keuze om alleen die artikelen te selecteren waarin de term ‘kredietcrisis’ expliciet wordt genoemd, de meest consequente is.

Klein, maar fijn

Hoewel blijkt dat de artikelen sterk verschillen in lengte, is een minimaal bepaald aantal woorden per artikel geen criterium. Dit is vanuit de overtuiging dat de lengte van een artikel niet samenhangt met de relevantie. Dit zou immers suggereren dat een auteur tenminste een x-aantal woorden nodig heeft om iets zinvols te kunnen zeggen. Een artikel van, laten we zeggen, 200 woorden waarin bijvoorbeeld kort en bondig wordt gesteld dat er helemaal geen sprake is van een kredietcrisis zou dan het risico lopen niet te worden meegenomen in het onderzoek, terwijl de strekking van het artikel juist wel belangrijk kan zijn voor de onderzoeksresultaten omdat het zou kunnen afwijken van een dominante tendens.

3.3. Dataverzameling

Het verzamelen van de artikelen voor de analyse is een tijdrovende klus. In deze paragraaf wordt uitgelegd hoe dit proces is verlopen.

Welke artikelen wel en niet?

De artikelen zijn via de zoekmachine van Lexis Nexis verzameld. Binnen Lexis Nexis kan worden gezocht door zoektermen toe te passen op artikelen voor een bepaalde krant in een bepaalde periode. De zoekterm bepaalt dus in hoge mate welke artikelen er worden gevonden. De zoektermen waren in eerste instantie:

1. Periode: tussen 2 oktober 2008 en 1 januari 2009
2. Krant: de Volkskrant of De Telegraaf
3. Zoekterm: kredietcrisis

Dit leverde het volgende aantal zoekresultaten op:

Krant	Aantal zoekresultaten
De Volkskrant	855
De Telegraaf	629

Vanwege deze ruimgenomen zoekterm waren er dus zeer veel zoekresultaten. Niet al deze artikelen waren geschikt voor de analyse, omdat er nog specifiekere selectiecriteria waren, zoals in de vorige paragraaf is beschreven. Samenvattend waren deze selectiecriteria:

1. de kredietcrisis is het hoofdonderwerp
2. het artikel bevat een expliciete of impliciete mening of opinie

Alle artikelen zijn doorgelezen en op alle artikelen zijn de selectiecriteria toegepast. In veel gevallen ging dit makkelijk en was het duidelijk of het artikel moest worden toegevoegd aan de analysedata. Logischerwijs waren er ook twijfelgevallen. Een artikel met de titel “Werkloosheid in Nederland neemt toe door de kredietcrisis” suggereert dat deze gaat om een werkloosheidstoename, niet om de kredietcrisis als fenomeen. In principe zou dit artikel dus niet worden geselecteerd, maar het kwam voor dat er in een verdere alinea wél dieper werd ingegaan op de kredietcrisis zelf. In dergelijk geval zou bijvoorbeeld het argument “De kredietcrisis is de schuld van de bankiers die geen verstand van zaken hadden. Dat zij tot de nieuwe groep

werklozen behoren, is dus niet zo erg.” in het artikel kunnen staan. Wanneer dit het geval was, is het artikel wel geselecteerd.

Na het toepassen van de criteria op alle artikelen bleef het volgende aantal artikelen over voor de analyse:

Krant	Aantal resultaten na criteria
De Volkskrant	130
De Telegraaf	95

In de analyses wordt veelvuldig gerefereerd aan, en geciteerd uit, de onderzochte artikelen. De volledige uitdraai van de artikelen is terug te vinden in bijlage II. Daar deze bijlage omvangrijk is, wordt deze niet bij een exemplaar van dit onderzoek geleverd. Deze bijlage is logischerwijs wel opvraagbaar.

3.4 Framinganalyse

Na het toepassen van de selectiecriteria op de artikelen zijn er in totaal 225 artikelen overgebleven die worden onderworpen aan de analyses; het onderzoek valt uiteen in twee delen. In het hoofdstuk waarin het theoretisch kader aan bod komt, zijn al twee begrippen naar voren gekomen: *framing* en *discours*. Deze theoretische concepten zijn te abstraheren naar onderzoeksmethoden: de framing-analyse en de discoursanalyse. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de eerste onderzoeksmethode en laat zien hoe deze is toegepast voor dit onderzoek.

Het doel van dit deel van het onderzoek is om te achterhalen waar en hoe er patronen van overeenkomsten en verschillen tussen de artikelen te ontdekken zijn. De artikelen worden daarom op verschillende punten bekeken om ze zo te kunnen structureren. Allereerst worden de algemeenheden van de artikelen genoteerd. Deze worden ‘gecodeerd’ in een schema, waarin de mogelijkheden al genoteerd staan.

3.4.1 Algemene informatie van de artikelen

Krantenartikelen kennen allemaal gelijkenissen, zo zijn ze geschreven door iemand en hebben ze een plaats in een bepaalde rubriek van de krant. Daarnaast hebben ze allemaal een vorm, zij het dat er daar vele verschillende van zijn. Om de artikelen te kunnen structureren is het nodig eerst al deze informatie te noteren. Dit is gedaan in het Codeboek, weergegeven in bijlage I van dit onderzoek. De volgende informatie wordt bij het analyseren van artikelen eerst vastgelegd:

1. Plaats in de krant

Voor het onderzoek worden alleen de artikelen geanalyseerd waarbij in de inhoud een expliciete of impliciete mening wordt geëttaleerd. De conclusie was reeds dat deze artikelen overal in de krant te vinden zijn. Het is interessant te bekijken welk aandeel zich in welk katern bevindt, daarom wordt 'de plaats in de krant' bepaald.

Kranten hebben verschillende namen voor de katernen, maar de strekking komt meestal op hetzelfde neer. Zo heet het opiniekatern van de Volkskrant 'Forum', terwijl hij in De Telegraaf 'Wat u zegt' wordt genoemd. Deze worden dan beide geschaard onder het katern 'Opinie'.

2. Vorm

Artikelen kunnen verschillende vormen hebben. Van opiniërende artikelen valt te verwachten dat dit artikelen in de gedaante van columns zijn. Weer komt hier het probleem kijken dat de geselecteerde artikelen meer dan alleen slechts opiniërende stukken zijn. Immers, als de artikelen uit het katern 'Economie' kunnen komen, dan kan de vorm net zo goed een interview zijn. Er wordt daarom naast de vorm van een 'open' artikel een aantal andere vormen onderscheiden: de bespreking van een event (bijvoorbeeld een top van wereldleiders over de kredietcrisis), bespreking van een boek of artikel (van iemand anders die over de kredietcrisis heeft gepubliceerd of geschreven), en een interview. De vorm van het interview splitst zich vervolgens nog verder op, omdat het verschil maakt of 'Jan van de straat' of premier Jan Peter Balkenende wordt geïnterviewd over de kredietcrisis.

3. Auteur

Artikelen zijn logischerwijs door iemand geschreven. Dit kunnen echter verschillende personen zijn; een krant werkt met eigen redacteurs maar is veelal ook een platform waar externe personen een artikel of stuk geplaatst kunnen krijgen. Weer kan hier de vergelijking tussen 'Jan van de straat' en premier Balkenende gemaakt worden: door zijn hoge functie zou de laatste geloofwaardiger kunnen overkomen. Anderzijds zou gesteld kunnen worden dat Balkenende door zijn lidmaatschap van een politieke partij de kredietcrisis vanuit een bepaald perspectief bekijkt, wat weer van invloed in kan zijn op de inhoud en strekking van het artikel. Om deze redenen wordt er een onderscheid gemaakt tussen auteurs. Deze worden aangemerkt als: correspondent, redacteur, burger, politicus of expert. De laatste groep bestaat uit mensen die op een bepaalde manier meer verstand hebben van of inzicht hebben op de kredietcrisis. Dit zijn twee groepen mensen: interne experts, zoals directeurs van een financiële instelling, die de kredietcrisis van dichtbij beleven en daarom weten wat er speelt. Daarnaast zijn er externe experts, dit zijn bijvoorbeeld hoogleraren. Zij zijn vanuit die positie over het algemeen niet direct betrokken bij de kredietcrisis, maar door hun kennis en expertise over de materie kunnen zij wel experts worden genoemd.

4. Bronnen

Een auteur die een artikel schrijft kan in principe worden aangemerkt als de bron van de informatie die in het artikel staat. Maar welke informatie is van die auteur, wanneer het artikel voor een groot deel bestaat uit citaten of uitspraken van een ander persoon? Als bijvoorbeeld drie alinea's van een artikel gaan over de inhoud van een boek over de kredietcrisis dat is geschreven door een andere auteur dan die het artikel geschreven heeft, en de auteur van het artikel in de laatste alinea beschrijft met welke punten hij het eens is met het boek, dan is het merendeel van het artikel gebaseerd op de woorden van een andere auteur. Deze 'andere' is dan een belangrijke bron voor het artikel.

Dit is ook het geval als de auteur van het artikel ingaat op een uitspraak van bijvoorbeeld een politicus. Als de minister van Financiën Wouter

Bos gezegd heeft: “Ik heb persoonlijk geen schuld aan de kredietcrisis want het beleid van mijn ministerie is perfect geweest” en de auteur naar deze uitspraak in het artikel verwijst, en deze vervolgens bevestigt of ontkracht, dan is Bos in dit geval een belangrijke bron. Een verwijzing die minder letterlijk is, maar even belangrijk, is het refereren naar de zogenaamde ‘grote denkers’. Een voorbeeldzin hiervoor kan zijn: “De econoom Francis Fukuyama zei tien jaar geleden al dat het kapitalisme ten einde was: de kredietcrisis laat zien dat hij gelijk heeft.”.

Omdat dergelijke verwijzingen veelvuldig worden gedaan, is het onderzoeksonderdeel ‘Bronnen’ ontstaan. Hierin bevindt zich een aantal soorten bronnen; dit zijn verwijzingen naar: politici, collega’s (andere journalisten die een artikel hebben geschreven over de kredietcrisis), burgers, *eye-witnesses* (die bijvoorbeeld bij een top over de kredietcrisis aanwezig waren als publiek). De overige drie bronnen zijn de verwijzing naar grote denkers, naar externe experts (bijvoorbeeld hoogleraren of auteurs van een boek) en interne experts (bijvoorbeeld bankdirecteuren)

3.4.2 Categorieën en topics

Gedurende het lezen van de artikelen viel op dat er overeenstemmingen en patronen te ontdekken waren met betrekking tot de teneur van deze artikelen. Zo wordt er in een groot deel van de artikelen een poging gedaan om de oorzaken van de kredietcrisis te achterhalen. Tegelijkertijd kwam het veelvuldig voor dat de auteur van een artikel een oplossing zocht voor de problematiek.

Deze overeenkomstige gebeurtenissen in de tekst zijn onder te brengen in een aantal groepen of categorieën. Voor de te onderzoeken artikelen in de Volkskrant en De Telegraaf zijn er vier dominante categorieën te onderscheiden. De eerste drie zijn de categorieën ‘oorzaken’, ‘oplossingen’, en ‘morele oordelen’. De laatste categorie is ‘ideologieën’; deze hangt nauw samen met de categorie ‘morele oordelen’. Wat deze categorieën precies inhouden en hoe ze zich tot elkaar verhouden wordt later uitgelegd.

Een categorie bestaat vervolgens uit een aantal topics; dit zijn subonderwerpen die veelvuldig binnen die categorie voorkomen. Bijvoorbeeld bij de categorie 'oplossingen' komt het topic 'de overheid moet investeren' vaak voor. Dit betekent dus, dat wanneer er een oplossing voor de kredietcrisis wordt aangedragen, er meerdere malen wordt gesteld dat de overheid geld moet investeren in de economie.

De artikelen worden zorgvuldig gescreend op deze categorieën en bijbehorende topics. Het komt natuurlijk vaak voor dat er binnen een artikel verschillende en meerdere categorieën en topics voorkomen. In de voorbeeldzin: "De Amerikaanse overheid heeft doordat zij slecht toezicht hield op de financiële markt bijgedragen aan het ontstaan van de kredietcrisis, dus nu moet zij ook maar investeren in diezelfde markt om de boel weer op de rails te krijgen." komen verschillende categorieën en topics voor. De eerste categorie is 'oorzaken', met de topic 'de Amerikaanse overheid hield slecht toezicht'. De tweede categorie is 'oplossingen' met de topic 'de Amerikaanse overheid moet investeren'.

De ontworpen categorieën zijn zo van elkaar gescheiden, dat de verwachting is dat de topics niet in twee verschillende categorieën kunnen vallen. Dat is te zien in de voorbeeldzin: de topic 'de Amerikaanse overheid moet investeren' kan niet in de categorie 'oorzaken' worden geplaatst. Wel bleek bij het ontwikkelen van de topics dat sommige topics veel op elkaar lijken. Als dit het geval is, zijn deze topics samengevoegd. Voorbeelden hiervan zijn de topics 'de Amerikaanse overheid moet investeren' en 'de Nederlandse overheid moet investeren'. Dit zijn twee verschillende oplossingen, maar verwijzen allebei naar overheden die hun best moeten doen om de problematiek het hoofd te bieden, en bijvoorbeeld niet de banken zelf. Alleen als er uit meerdere artikelen duidelijk wordt dat er wél een duidelijk verschil is tussen de topics zijn deze wel gescheiden. In dit voorbeeld zou dat het geval zijn als meerdere malen de discussie oplaait of de Nederlandse óf de Amerikaanse overheid kapitaal moet investeren in de economie.

Categorie 1: Oorzaken

In de artikelen in de Volkskrant en De Telegraaf wordt er veel gespeculeerd over de oorzaken van de kredietcrisis. Zo ook in de berichtgeving in de Volkskrant en De Telegraaf. Omdat dit in vele artikelen het geval is, is 'oorzaken' een aparte categorie.

De topics van deze categorie geven antwoord op de vraag welke oorzaken er worden geopperd. Vanwege de complexiteit en globale orde van de kredietcrisis zijn dit er veel. Om de overzichtelijkheid te behouden zijn topics die veel op elkaar lijken samengevoegd. Puntsgewijs zijn dit de topics en de uitleg daarvan:

- Hegemonie van Amerika
Amerika bepaalt de globale economie en politiek, en beheerst de financiële wereld.
- Graaicultuur en mismanagement (o.a. de megabonussen) in de financiële sector
Bankiers, financiële zakenlui en managers verrijken alleen zichzelf, wat ten koste (kan) gaa(n)(t) van deugdelijk handelen en beleid
- Te weinig toezicht en controle (van zowel de overheid als bevoegde instanties zoals de Autoriteit Financiële Markten)
De overheid en bevoegde instanties moeten er op toe zien dat wetten en regels worden nageleefd
- Het heilige geloof in, en de stimulans van, de vrije markt en het laissez-faire
Het principe van de vrije markt wordt door iedereen als ideaal ervaren.
- Onbegrijpelijke financiële producten
De financiële producten en de handel daarin bestaat uit moeilijke en ingewikkelde constructies.
- De Amerikaanse hypotheekmarkt
In Amerika kreeg men eenvoudig een hypotheek en werd er niet goed gekeken of mensen het wel konden betalen.
- Nederlandse afhankelijkheid (van zowel Europa als Amerika)

Door globalisering en de Europese Unie is het Nederland zijn de economische banden met Europa en Amerika fundamenteel, en erg belangrijk voor de Nederlandse economie.

- De consumptiemaatschappij
Consumeren is ons belangrijkste goed. Hieronder valt ook de stelling dat mensen te makkelijk op krediet leven.
- De zeepbeleconomie
Er is een scheve verhouding tussen de reële economie en de economie zoals deze gewaardeerd wordt.

Categorie 3: Oplossingen

De auteurs van de artikelen in de Volkskrant en De Telegraaf dragen veelvuldig oplossingen aan voor de kredietcrisis. Net als het aantal oorzaken is er een groot spectrum waarbinnen de oplossingen kunnen liggen. Binnen de categorie 'oplossingen' zijn dit de topics die vaker voorkomen:

- Overheidsinvesteringen
De overheid investeert kapitaal in de economie. Het gaat hier veelal om 'het miljardenreddingsplan'
- Overheidsinterventie (regulering)
De overheid maakt wetten en regels om de financiële wereld te reguleren, bijvoorbeeld door het verbod op *short selling* van aandelen en opties. Daarnaast krijgt de overheid zeggenschap in het bedrijfsleven.
- Toezicht door de overheid en de bevoegde instellingen
De overheid oefent de controle uit op het naleven van wetten en regels in de financiële wereld.
- Internationale samenwerking
Landen werken samen om de kredietcrisis te bestrijden.
- Afhankelijkheid van Nederland (van Amerika en de Europese Unie)
Nederland sluit zich nauwer aan tot andere landen.
- Actieve en daadkrachtige politiek
De politiek lost het probleem op door snel te handelen met maatregelen.

- Gelijke verdeling van kapitaal

Het gat tussen het inkomen van verschillende lagen van de bevolking.

De eerste drie topics gaan over de overheid, waarbij een verschil wordt gemaakt tussen investeringen, interventie en toezicht. Met investeringen wordt in dit geval naar kapitaal gerefereerd en heeft een materiële betekenis. Met interventie wordt meer fysieke interventie bedoeld. Uit het voorbeeld: “Het zou helpen als de Nederlandse staat zitting in het bestuur van de ABN-Amro Bank neemt (fysieke interventie) en daarnaast voor 100 000 Euro garant gaat staan voor de rekeninghouders (investering)” komen beide topics naar voren. Het topic ‘toezicht’ zou in deze context kunnen voorkomen bij de zin “De Nederlandse staat moet er ook beter op toezien dat de Raad van Bestuur van de ABN-Amro haar beslissingen eerst overlegt met de aandeelhouders”.

Categorie 4: Morele oordelen

Voor de kredietcrisis worden dus oorzaken en oplossingen gezocht. Wat ook opvalt, is dat het spreken over de kredietcrisis gepaard gaat met een oordeel over de gebeurtenissen. Dit oordeel kan gaan over de financiële sector, hieronder vallen de aangedragen oorzaken. Dergelijke oordelen kunnen ook worden geabstraheerd naar een oordeel over ‘de wereld’, in een meer algemenere zin. Dan heeft het oordeel heeft een morele betekenis.

Een voorbeeld hiervan laat zien dat dergelijke morele oordelen los staan van de oorzaken en de oplossingen. De zin: “De normale burger moet nu zeker opdraaien voor het kapitaalverlies dat door de fouten van de bankiers is veroorzaakt.” laat zien dat er een oorzaak wordt gegeven. “De fouten van de bankiers” valt onder de topic ‘mismanagement in de financiële sector’ van de categorie ‘oorzaken’. De zinsnede “De normale burger moet nu zeker opdraaien voor het kapitaalverlies” wordt echter niet als oplossing voor de kredietcrisis aangedragen, maar als een oordeel. Doordat de auteur het woord “zeker” gebruikt zegt de auteur impliciet iets in de trant van ‘ja mooi is dat, bankiers veroorzaken die crisis en degenen die er niks mee te maken hebben betalen de rekening!’.

Hierbij is nauwlettendheid op het woordgebruik geboden. De grenzen tussen de categorieën zijn nauw. Als deze zin bijvoorbeeld zo was geformuleerd: “Er is kapitaalverlies geleden door fouten van de bankiers. Het is nodig dat de burger nu meer belasting gaat betalen om de verliezen op te vangen.”, dan was de stelling dat de burger meer belasting moet gaan betalen wél een oplossing geweest. Uit het vooronderzoek blijkt echter dat door een consequente kritische toepassing en reflectie op dergelijke zinnen, het onderscheid altijd aanwezig is.

Binnen de categorie ‘morele oordelen’ zijn dominante topics te onderscheiden. Dat zijn de volgende:

- Het functioneren van de vrije markt
- Waardering van de overheid

De kredietcrisis en de vrije marktwerking in relatie tot de overheid.

- De normale burger is het slachtoffer

De rekening van de kredietcrisis komt niet toe aan degenen die deze hebben veroorzaakt, maar wordt door de burger betaald. Onderwerpen als werkloosheid en belastingverhogingen zouden hier onder kunnen vallen.

- Besef van de basiswaarden van ons leven

Het geld dat verloren is gegaan door de kredietcrisis laat zien dat geld niet het belangrijkste in het leven is, waardoor er ruimte komt voor het herinzien van de waarden

- Mogelijkheden voor kansen voor verbeteringen

De kredietcrisis is een noodzakelijke gebeurtenis voor bijvoorbeeld hervormingen in het financieel – economisch stelsel.

- Het voortduren van de kredietcrisis

Speculatie over hoe lang de kredietcrisis nog aanhoudt

Categorie 4Bis: Ideologieën

In de inleiding van dit onderzoeksverslag kwam naar voren dat in eerste instantie de bedoeling was om te analyseren hoe er over de kredietcrisis bericht werd gegeven in termen van ideologieën zoals het kapitalisme en het

communisme, dat dit niet haalbaar bleek, maar dat de fascinatie voor ideologieën in deze context wel blijft bestaan.

In categorie 4 gaat het om morele oordelen. Hierbij is ook al duidelijk gemaakt dat het kan gaan om oordelen die over grotere zaken gaan dan alleen de kredietcrisis an sich. Zo kan een dergelijk oordeel zijn: “De kredietcrisis toont aan dat het kapitalisme heeft gefaald.”. In dit oordeel komt de verwijzing naar de ideologie ‘kapitalisme’ terug. Om het gebruik van de ideologieën toch een ‘status aparte’ te geven is hiervoor een aparte categorie gemaakt. Deze hangt sterk samen met de categorie ‘Morele oordelen’ en deze worden in veel gevallen gecombineerd gebruikt. Daarom de nummering als ‘4 Bis’.

Een andere reden waarom deze categorie ‘Ideologieën’ los staat van de andere, is omdat de verwijzing naar ideologieën ook wel gepaard wil gaan met de oorzaak- of oplossingsvraag, zoals in de zin: “We moeten naar een nieuw economische systeem: het communisme!”, waarin het communisme als nieuwe wereldorde als oplossing wordt aangedragen. Door de categorie te separeren kan ook dit soort gebruik van ideologieën worden aangemerkt.

De topics in deze categorie zijn:

- oordeel over het kapitalisme
- oordeel over het communisme
- oordeel over het socialisme

Interessant aan het gebruik van verwijzingen naar ideologieën is ook hoe dat dan wordt gedaan. Bijvoorbeeld op deze manier: “Het kapitalistische systeem waarin de privatisering duidelijk veel te ver is doorgevoerd moet worden hervormd”. Dit is een oordeel over het kapitalisme, maar in deze zin is het ook interessant om te zien dat privatisering als kenmerk van het kapitalisme wordt gezien. Dergelijke fenomenen zullen in de discoursanalyse verder worden belicht.

3.4.3 Methodische reflectie

Positief of negatief

De topics van de categorieën zijn zo waardeneutraal mogelijk geformuleerd, maar zo functioneren ze in de artikelen natuurlijk niet; daar hebben zij een positieve of negatieve functie.

Om dit te verduidelijken een voorbeeld; de zin “De kredietcrisis is mede veroorzaakt door de onbegrijpelijke financiële producten waarmee de banken handelden” bevat de topic ‘onbegrijpelijke financiële producten’, maar de zin “De kredietcrisis is natuurlijk niet veroorzaakt door de onbegrijpelijke financiële producten waarmee de banken handelden.” bevat deze ook. Toch betekenen de zinnen iets heel anders. In de eerste zin wordt de topic inderdaad als een oorzaak gezien en heeft deze een positieve waarde. In de tweede zin is de topic juist niet de oorzaak, en heeft deze dus een negatieve waarde. De topic ‘onbegrijpelijke financiële producten’ wordt tóch in het artikel genoemd en daarmee wordt er een nadruk op gelegd. Het aandragen van het topic heeft een functie in de tekst en daarom wordt het topic ook in het laatste geval gecodeerd.

Omdat het in dit onderzoek gaat om opiniërende artikelen en artikelen waarin meningen zijn verwerkt is het niet aannemelijk dat er waardeneutrale uitspraken worden gedaan. Artikelen waarvan de neutrale strekking zou kunnen zijn “Door de kredietcrisis is IceSave failliet.” zijn *a priori* al uitgesloten van de analyse.

Uitzonderingen op de regel

De categorieën en topics zijn aan de hand van een vooronderzoek vastgesteld en zullen gedurende het onderzoek telkens kritisch worden bekeken. Ze zijn vastgesteld om patronen tussen de beide kranten vast te leggen en opvallendheden weer te geven. Door die vaststelling kan het zijn dat individuele topics ‘buiten de boot’ vallen, hoewel het natuurlijk het streven is dat hier zo min mogelijk sprake van is. Deze analyse en het bijbehorende hoofdstuk waarin de resultaten worden weergegeven laten dan ook ruimte over om deze individuele opvallendheden te bespreken. Als in een artikel als oorzaak voor de kredietcrisis ‘de putjesscheppers van West-Swaziland’

worden genoemd, is dat immers te interessant om buiten beschouwing te laten.

Kwantitatieve analyse?

Het zoeken naar patronen suggereert dat deze analyse een kwantitatieve inslag heeft. De topics worden inderdaad numeriek geteld en zullen later worden weergegeven in grafische vormen zoals tabellen en staafdiagrammen. Maar een kwantitatieve analyse in pure vorm is een statistische analyse. Dit onderzoek is dat per definitie niet. De tellingen zullen worden onderworpen aan een kwalitatieve, interpretatieve analyse, omdat dit de meest relevante manier is om te onderzoeken wat en hoe erover de kredietcrisis wordt geschreven. Bovendien sluiten op die manier de framing-analyse en de discoursanalyse beter bij elkaar aan.

3.5. Discoursanalyse: tekst en retoriek

Het tweede deel van het onderzoek verschuift de analyse van *wat* er over naar *hoe* er over de kredietcrisis wordt geschreven, middels een discoursanalyse. Uit de theoretische beschouwing over discours kwam al naar voren dat voor Fairclough taal uit drie dimensies bestaat: het discours, het genre en de stijl of 'performance': een bepaalde manier om taal te gebruiken (Fairclough, 2000). In deze analyse wordt er gekeken naar die taal. De analyse is dus gericht op de tekst zelf, waarbij er een focus ligt op het gebruik van retorische middelen. Dat hierbij een scala aan andere discours analytische methoden wordt weggelaten moge duidelijk zijn.

In zijn onderzoek naar het discours van de Britse partij New Labour exposeert Fairclough een lijst van retorische stijlmiddelen die in dienst staan van de overtuiging van de spreker. Uit deze lijst zijn enkele stijlmiddelen geselecteerd die relevant zijn, omdat uit vooronderzoek is gebleken dat deze stijlmiddelen voorkomen en functies dan wel betekenissen hebben met betrekking tot het overtuigen van bepaalde wereldbeelden. Om dit hoofdstuk en het resultatenhoofdstuk niet door elkaar te laten lopen, wordt er gebruikt gemaakt van fictieve voorbeelden om de werking van stijlmiddelen te verduidelijken, net zoals dat bij de vorige paragraaf is gedaan.

3.5.1 Specifieke selectie

Het totaal aantal artikelen dat voor dit onderzoek is gebruikt is 225. Dit is een behoorlijk aantal. Omdat deze analyse diep op de tekst ingaat, is er voor gekozen om een iets specifiekere selectie van het onderzoeksmateriaal te doen. Vanuit de tekstuele onderdelen die in de framinganalyse zijn geformuleerd zijn twee criteria opgesteld voor artikelen die worden meegenomen in deze analyse: de artikelen zijn geschreven door de redactie (of correspondenten, journalisten) óf door een columnist en kennen geen specifieke aanleiding. Op deze manier blijven de artikelen over die het dichtst bij de krant *zelf* staan. Deze selectie kent twee voordelen, omdat door het verminderde aantal een diepgaande analyse mogelijk is en omdat op deze manier de meest zinvolle uitspraken kunnen worden gedaan over de opbouw van de argumentatie in het licht van de profilering van de beide kranten. Deze criteria toepassend is het volgende aantal artikelen geselecteerd:

Krant:	De Volkskrant	De Telegraaf
Aantal:	36	28

3.5.2 Retorische stijlmiddelen

1. Niet specifieke subjecten

In de zin “We moeten er echt voor zorgen dat die bankiers niet zulke hoge bonussen meer ontvangen” is niet gespecificeerd wie er met het onderwerp ‘we’ wordt bedoeld. Een dominante lezing van deze zin is dat ‘we’ iedereen op de wereld betekent. Een andere lezing, wellicht afhankelijk van de context, zou kunnen zijn dat bankdirecteuren daarvoor zorg moeten dragen. Wanneer die context niet duidelijk gespecificeerd wordt blijft ‘we’ onduidelijk en kan verscheidene betekenissen genereren.

2. Afwezigheid van actoren

Dit retorische stijlmiddel wordt veelal gebruikt om de verantwoordelijk van personen achterwege te laten. De zin: “De banken zijn failliet gegaan” roept de connotatie op dat er geen personen bij die bank werkten die wellicht door disfunctioneren ervoor hebben gezorgd dat het kapitaal wegvloeide. Deze zin

werkt een gevoel in de hand van 'het is ons overkomen', waardoor er niemand verantwoordelijk kan worden gesteld.

3. Nominalisatie

In de lijn met het vorige stijlmiddel staat de retoriek van nominalisatie. Hierbij worden woorden als zelfstandig naamwoord gepresenteerd, terwijl het net zo goed werkwoorden zijn. Een voorbeeld hiervan is "Er moet verandering plaatsvinden bij de overheid". Ook hier is er een absentie van verantwoordelijkheid, die er wel zou zijn bij de zin "De overheden moeten veranderen": dit vereist immers activiteit van de overheden zelf.

4. Non-definitie

Met non-definitie wordt bedoeld, dat complexe, veelzijdige en abstracte begrippen worden weergegeven als begrippen waarvan iedereen de betekenis en invulling kent, en dat die betekenis bovendien eenduidig is. De zin "De globalisering is een gevaar" valt onder dit stijlmiddel. Als de producent van deze zin in de verdere tekst niet uitlegt wat globalisering dan inhoudt, blijft het een abstract begrip dat vanuit verschillende perspectieven kan worden uitgelegd (economisch, politiek) Daarnaast wordt globalisering hier als feit verondersteld, terwijl er ongetwijfeld onderzoeken zullen bestaan het bestaan van globalisering in twijfel trekken.

5. Definitie

Tegenover dit vorige stijlmiddel staat dat er terloops juist wel een definitie van een complex begrip wordt gegeven. Dit zou dan bijvoorbeeld zo kunnen gebeuren: "De kredietcrisis, ofwel val van de banken, is best wel erg voor de Nederlandse werkgelegenheid" In deze zin wordt de kredietcrisis gelijk gesteld aan de het faillissement van de banken, waardoor de lezer minder ruimte krijgt om zelf invulling te geven aan het begrip. Deze definitie wordt als de (enige) juiste gepresenteerd.

6. *Common sense*

Common sense blijft hier onvertaald, maar heeft een betekenis in de richting van 'dat weet toch iedereen'. Dit kan zich op twee manieren uiten. Ten eerste in een zin als "Iedereen ziet dat het slecht gaat met de economie", waarbij er vanuit wordt gegaan dat de lezer, automatisch vallend onder 'iedereen', dit ook ziet. Daarnaast overlapt de retoriek van common sense met het stijlmiddel non-definitie. In de eerdergenoemde zin "De globalisering is een gevaar" wordt common sense veronderstelt dat iedereen weet dat er globalisering is en dat iedereen weet dat dit blijkbaar al bereikt is.

7. *Metaforen*

Eerste notie bij dit retorische stijlmiddel is dat metaforen en het gebruik en de functies daarvan zeer omvattend, maar dat deze voor dit onderzoek worden geminimaliseerd. Verwijzend naar het werk van Goatly (*The Language of Metaphors*, 1997) over metaforen wordt daar één belangrijk punt uit gehaald, namelijk dat metaforen een belangrijke functie hebben in het verschuiven van een descriptieve naar een interpretatieve zin. Een descriptieve zin zou zijn: "De banken zijn failliet", een metaforische interpretatieve zin "De banken zijn omgevallen". Banken kunnen natuurlijk niet omvallen, het zijn immers geen stoelen maar bedrijven, maar deze zin wordt zo weergegeven om beeldend te schrijven. Hiervan kunnen verschillende effecten uitgaan.

3.5.3 Methodische reflectie

Dit deel van de analyse wordt gedaan om inzicht te geven in de manier waarop de kranten hun discours, hun manier om over de kredietcrisis te spreken overtuigend te maken. Deze analyse functioneert daarom complementair aan de voorgaande framinganalyse, waarin duidelijk wordt wat er over de kredietcrisis wordt geschreven. Een discoursanalyse impliceert dat de gevonden resultaten worden verklaard vanuit de sociale praktijk van de journalistiek en van de kranten zelf. Teneinde de resultaten te interpreteren en te verklaren, zal hier dan ook naar worden teruggegrepen .

Een (ander) belangrijk verschil met de framinganalyse is dat in de discoursanalyse niet wordt geprobeerd om structuren en patronen bloot te

leggen. Er zal dan ook niet worden gekeken hoe vaak (numeriek) er in de artikelen van of De Telegraaf of de Volkskrant metaforen worden gebruikt, hoewel natuurlijk wel wordt gekeken naar de mate van continuering van het gebruik van de genoemde stijlmiddelen.

4. Framinganalyse

Na een uitgebreide uiteenzetting van het theoretisch kader en de analysemethoden worden in dit hoofdstuk de ruim tweehonderd artikelen geanalyseerd met een framinganalyse. Uit het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat er acht (zeven plus een Bis-categorie) onderdelen waren waarop in dit deel de artikelen in de Volkskrant en De Telegraaf worden onderzocht.

Resumerend zijn dit ten eerste:

1. Plaats in de krant
2. Vorm
3. Auteur
4. Bronnen

Vervolgens zijn er vier categorieën (drie plus een Bis-categorie) onderscheiden:

5. Categorie 2: Oorzaken
6. Categorie 3: Oplossingen
7. Categorie 4: Morele oordelen
8. Categorie 4Bis: Ideologieën

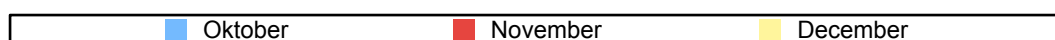
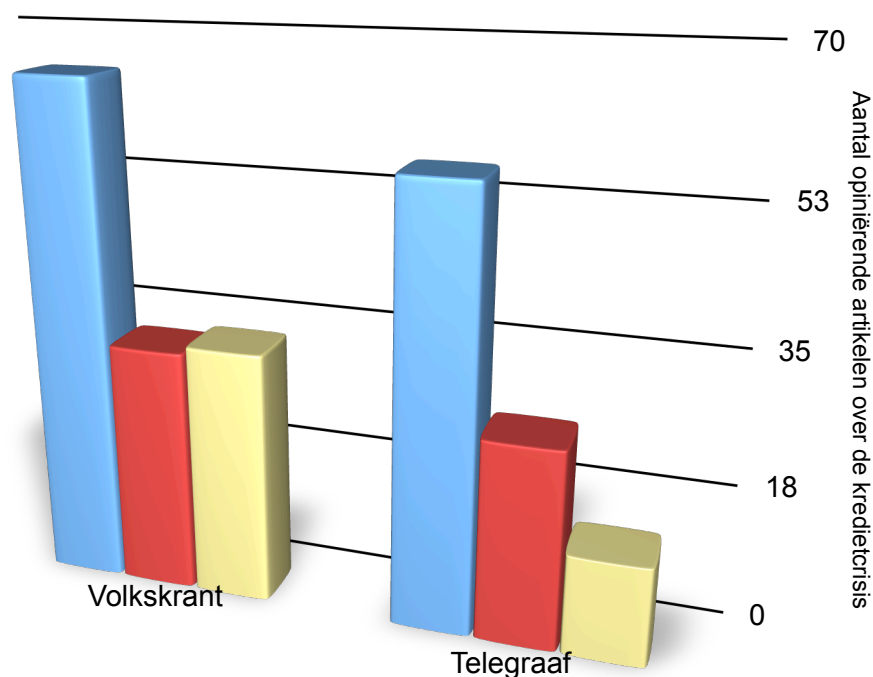
Om direct een vergelijking te kunnen maken tussen de twee kranten is de keuze gemaakt om per onderdeel gelijktijdig de twee kranten te analyseren. De analyse verdeelt zich daarom in de te onderzoeken onderdelen. De onderzoeksresultaten worden kwantitatief weergegeven en kwalitatief geïnterpreteerd in het licht van de theorieën die aan het onderzoek ten grondslag liggen. Aan het eind van het hoofdstuk worden de afzonderlijke onderdelen aan elkaar gekoppeld in een tussentijdse conclusie, waarin ook eventuele verschillen en overeenkomsten tussen de Volkskrant en De Telegraaf worden verklaard.

Een algemeen beeld van het aantal artikelen

In totaal zijn er 225 (n=225) artikelen geselecteerd die voldeden aan de criteria. Daarvan zijn er 130 artikelen van de Volkskrant en 95 van De Telegraaf.

Verdeeld over de twee kranten en de drie onderzoeksmaanden oktober, november en december is de verdeling van de artikelen als volgt:

	Volkskrant	Telegraaf
Oktober	65	56
November	32	26
December	33	13



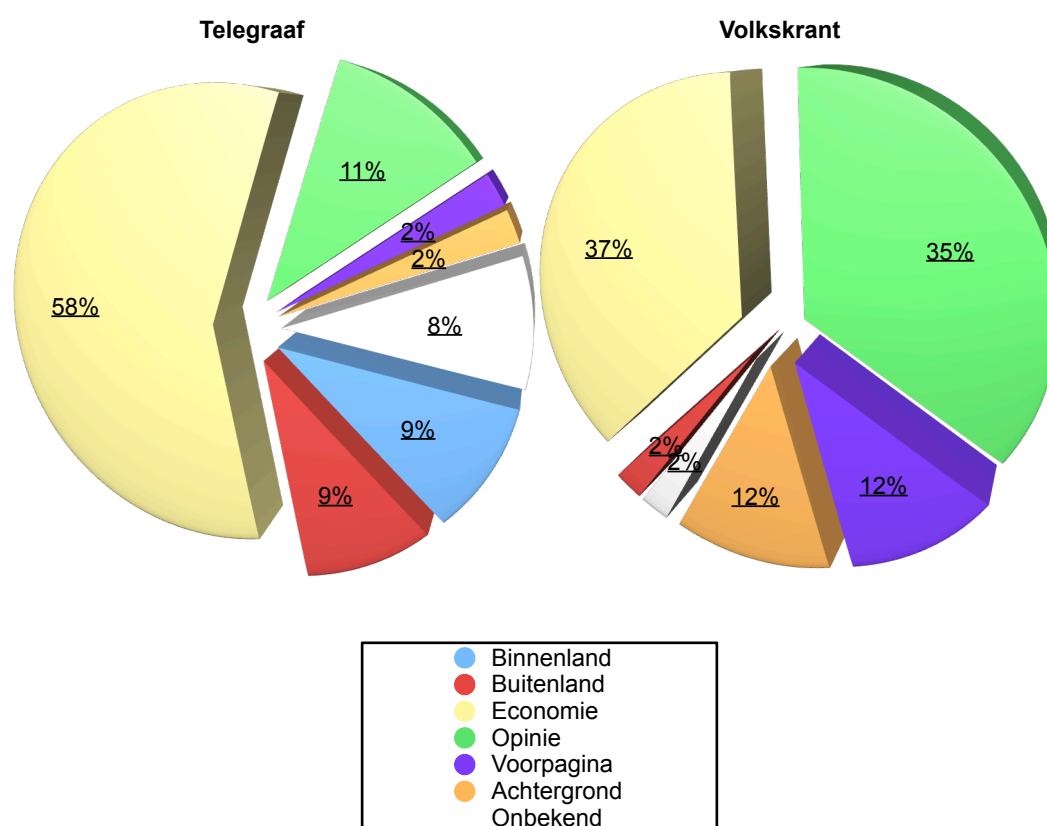
In beide kranten zijn er binnen deze onderzoeksperiode in de maand oktober de meeste opiniërende artikelen of artikelen met een mening over de kredietcrisis verschenen. Dit valt te verklaren vanuit het feit dat toen de gebeurtenissen rondom de Fortis Bank plaatsvonden, en het duidelijk werd dat de kredietcrisis ook Nederland niet onberoerd liet. Bij de Volkskrant blijft het aantal artikelen in november en december nagenoeg gelijk, bij De Telegraaf is een sterke daling van 33 naar 13 artikelen in respectievelijk november en december waar te nemen.

4.1 Plaats in de krant

De plaats in de krant van het artikel is interessant omdat het aangeeft hoe de redactie het bericht categoriseert. Welk katern er is gekozen zegt al wat over

de inhoud van het bericht en stuurt ook de manier van waarop de lezer het bericht tot zich neemt. Zo zou een lezer bij een artikel in het katern 'Achtergrond' een diepgaande analyse kunnen verwachten en kan van een bericht op de voorpagina worden aangenomen dat het erg belangrijk en 'nieuws' is. Er zijn zes 'plaatsen in de krant' onderscheiden: Binnenland, Buitenland, Economie, Opinie, Voorpagina en Achtergrond. Daarnaast is er een zevende plaats 'Onbekend' aangemerkt, als het niet bekend was waar het artikel is geplaatst. Dit komt doordat de artikelen via Lexis Nexis zijn gezocht en de originele kranten niet zijn geraadpleegd. De numerieke en procentuele verdeling van de artikelen over de katernen voor beide kranten is als volgt:

	Binnenland	Buitenland	Economie	Opinie	Voorpagina	Achtergrond	Onbekend
Volkskrant	0	3	48	45	15	16	3
Telegraaf	9	9	55	10	2	2	8



Een eerste opvallendheid is dat voor beide kranten geldt dat het merendeel van de artikelen van opiniërende aard niet in het katern Opinie te vinden is.

Dit betekent dat hoewel het artikel een duidelijke mening bevat, de kans groot is dat deze op een andere plaats in de krant staat.

In de Volkskrant is de verdeling van de artikelen over de katernen Opinie en Economie nagenoeg gelijk verdeeld en de katernen vormen gezamenlijk een merendeel. Dit is gelang de verwachting, gezien de belangrijkste selectiecriteria waren dat het artikel over de kredietcrisis gaat (een economische aangelegenheid) en het artikel van opiniërende aard is. Daarnaast kan uit dit cirkeldiagram van de Volkskrant worden afgelezen dat er ongeveer een achtste deel van de artikelen op de Voorpagina te vinden is en een zelfde deel in het katern Achtergrond. Opvallend is dat er voor de Volkskrant slechts een paar artikelen (drie) op de pagina Buitenland staat en helemaal geen in het gedeelte Binnenland. Dit zou kunnen suggereren dat de Volkskrant de kredietcrisis niet ziet als iets wat of een binnenlandse of een buitenlandse aangelegenheid is, wat verklaard kan worden uit het globale karakter van de kredietcrisis.

In De Telegraaf is te zien dat een ruime meerderheid van de artikelen onder Economie is geschaard. In het katern Opinie staat minder dan een kwart van de artikelen. In tegenstelling tot de Volkskrant categoriseert De Telegraaf wel de artikelen over de kredietcrisis onder de kop Binnenland of Buitenland. Slechts twee artikelen bevinden zich op de Voorpagina; een zelfde aantal in Achtergrond. Van een deel van de artikelen is onbekend waar het in de krant is geplaatst.

Uit deze cirkeldiagrammen is af te lezen dat de verdeling van de artikelen in de kranten op een behoorlijk aantal punten verschilt, maar is de grootste overeenkomst dat de artikelen zich op vele plekken in de krant kunnen bevinden. Dit duidt op een onduidelijke en inconsequente indeling van de artikelen in de katernen door de redacties.

4.2 Vorm

De vorm van het artikel kan een interview zijn met een externe expert (bijvoorbeeld een hoogleraar), een interne expert (een bankdirecteur), een burger, een auteur of een politicus. In de Volkskrant (n=130) en De Telegraaf (n=95) zijn het volgende aantal interviews gevonden:

	Volkscrant	Telegraaf
Vorm:	Aantal:	Aantal:
Interview met een politicus	2	0
Interview met een expert (extern)	13	4
Interview met een expert (intern)	5	6
Interview met een burger	2	1
Interview met een auteur	1	0
Cumulatief :	23	11
% Van het totaal (afgerond op 1 decimaal):	17,7%	11,6%

Daarnaast zijn er nog drie andere vormen: een bespreking van een event, een bespreking van een boek of artikel en als laatste een artikel zonder specifieke aanleiding. Met betrekking tot deze vormen zijn de artikelen als volgt verdeeld:

Vorm:	Volkscrant		Telegraaf	
	Aantal:	%*	Aantal:	%*
Bespreking van boek of artikel	17	13,1%	6	6,3%
Bespreking van een event	22	16,9%	23	24,2%
Artikel zonder specifieke aanleiding	72	55,4%	56	58,9%

* Percentage artikelen van het totale aantal artikelen in die krant, afgerond op 1 decimaal

Een noot bij deze tabellen is dat de percentages cumulatief boven de 100% kunnen uitkomen, omdat deze categorieën van vormen niet geheel sluitend zijn. Zo kan een artikel tegelijkertijd een bespreking van een boek en een interview met een auteur (van dat zelfde boek) zijn.

In de Volkscrant zijn 17,7% van de artikelen interviews en in De Telegraaf zijn dat er 11,6%. In de Volkscrant bestaat een groter gedeelte van interviews met externe experts. Dit zou verklaard kunnen worden uit het standpunt dat de Volkscrant inneemt waarin zij stelt het nieuws in een breder kader te willen brengen. Bijvoorbeeld hoogleraren kunnen vaak een wat diepgaandere uitleg of verklaring aan gebeurtenis vanuit hun vakexpertise geven. Deze hoeft niet per se economisch te zijn, zo wordt er in het Volkscrant-artikel *Spreek ons eens toe* (artikelnummer 17) een klinisch psycholoog bijgehaald die ingaat op het thema leiderschap.

Een opvallend verschijnsel bij de interviews is dat ze soms lastig als zodanig te herkennen zijn. Een duidelijk vorm van een interview is bijvoorbeeld te vinden in het Volkskrant-artikel *Hebzucht hoort bij de markt* (artikelnummer 22) waar zowel de vragen als de antwoorden letterlijk staan opgeschreven en er verder minimaal context gegeven wordt. Het aantal vragen ligt in dit soort gevallen in ieder geval boven de twee. Ook in De Telegraaf is hier een voorbeeld van te vinden: *We moeten als een gek investeren in zon, wind en water* (artikelnummer 140). Andere interviews zijn echter minder transparant. Een voorbeeld hiervan is het volgende gedeelte van een artikel:

"Ik denk dat we in 2010 uit de crisis komen en weer groeien, maar dan moet de overheid en ook de Nederlander nu de handen uit de mouwen steken", zei de voormalige minister van Financiën gisteren in een toelichting op zijn boek 'De Kredietcrisis' voor ondernemers in de Scheveningse Harbour Club.

Put

"We tonen straks dag na dag actuele voorbeelden van waar het in de wereld wel goed gaat, ideeën die iedereen zo kan overnemen", zegt Keilman over het internetinitiatief dat door een groep ondernemers wordt ondersteund. "We moeten niet onrealistisch doen, maar consumenten wel weer het vertrouwen geven en elkaar niet de put in praten. We moeten uit het doemdenken." (De Telegraaf: *Kostbare tips in crisistijd*, artikelnummer 139)

Van het eerste gedeelte is duidelijk dat de voormalige minister van Financiën (Vermeend) de woorden uitsprak in algemene toespraak in een club. Maar omdat daarna een nieuwe alinea met ook een tussenkop begint, is het onduidelijk wat er gebeurt. Het vervolgcitaat zou ook uit die toespraak kunnen komen, maar zou ook voort kunnen komen uit een vraaggesprek, een interview dus, tussen de journalist die in de club aanwezig was en Vermeend. Dit voorbeeld komt uit De Telegraaf, maar dezelfde onduidelijk is soms ook in de Volkskrant te vinden. Zoals in het artikel *IMF tussen overbodig en broodnodig* (artikelnummer 117), waarbij er citaten van de Nederlandse vertegenwoordiger Age Bakker van het IMF zijn geïntegreerd. Omdat dit meerdere citaten duidt het er op dat er een vraaggesprek heeft plaatsgevonden. Maar het zou ook zo kunnen zijn dat, doe eens een greep, Bakker een weblog heeft waar de citaten vandaan worden gehaald zonder

daarnaar te verwijzen en er dus helemaal geen contact is geweest tussen hem en de schrijver van het artikel.

Over interviews valt nog iets op. Zowel in de Volkskrant als in De Telegraaf, zijn de vragen soms sturend gesteld en worden door de interviewers veronderstellingen uitgesproken. Een voorbeeld:

*" - Deze manier van bankieren is bijna misdadig. Banken wisten dat huiseigenaren in de problemen zouden komen.
"Nou ja, ik vind het wel op de rand. Als je onschuldige mensen misleidt, dan is dat in ieder geval verkeerd. Misdadig weet ik niet, maar het is in ieder geval schandalig. Toch is het te gemakkelijk om te zeggen dat het allemaal hebzucht is geweest en dat het allemaal verkeerd was. Mijnheer Greenspan en mijnheer Bush wilden dat ook de armen huizen zouden bezitten."
- En vandaar is het misgegaan" (De Telegraaf, Afgestraft, Hebzucht, artikelnummer 154)*

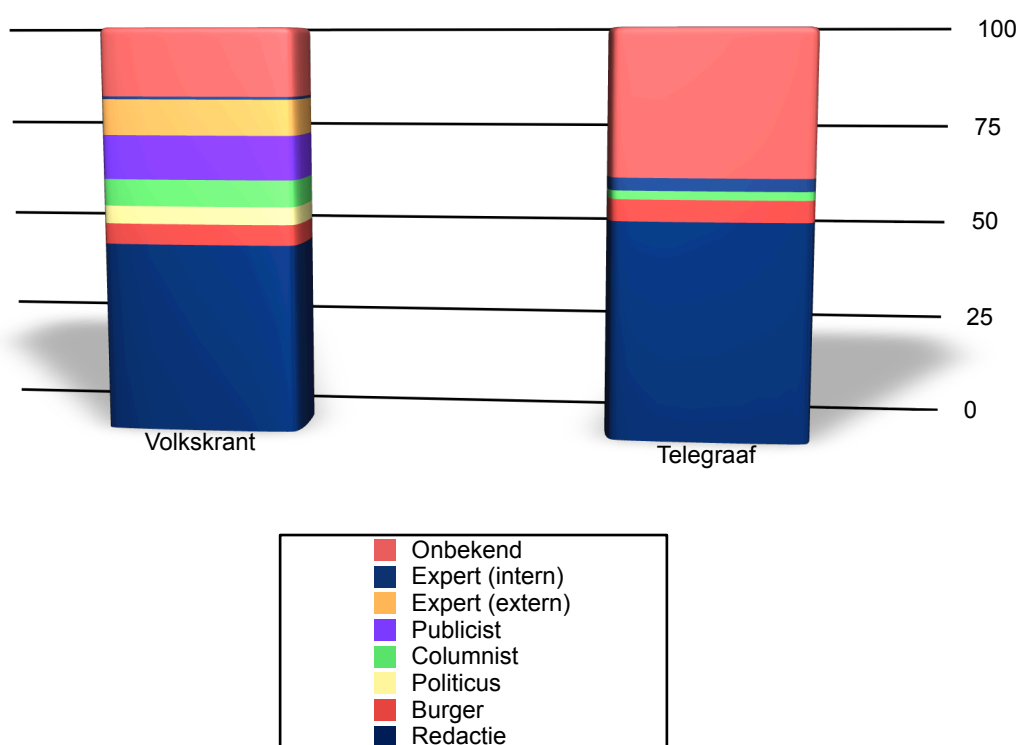
Zoals de tweede tabel aangeeft zijn er ook enkele artikelen die een boek of event bespreken, het laatste komt in De Telegraaf wat vaker voor, maar het grootste gedeelte van alle artikelen in zowel de Volkskrant als in De Telegraaf is zonder specifieke aanleiding geschreven. Dit is natuurlijk betrekkelijk en moet in relatie gezien worden tot de andere vormen, want van alle artikelen is de kredietcrisis de aanleiding. Deze uitkomst is enerzijds naar verwachting, daar het aannemelijk is dat opiniërende artikelen de vorm van een column of commentaar hebben.

4.3 Auteur

In een krant is ook ruimte voor andere personen dan de journalisten of de redacteuren om artikelen te plaatsen. Hier wordt overigens door de kranten zelf niets specifiek over gezegd, hoewel de mogelijkheid dat iedereen in de krant wat kan schrijven kan vallen onder het standpunt van beide kranten van 'we zijn een krant voor alle Nederlanders'. In dit onderzoek worden een zestal externe functies aan auteurs toegeschreven: burger, politicus, columnist, publicist, externe expert of interne expert. Correspondenten, journalisten en redacteurs of hele redacties worden onder een noemer geschaard, die voor de duidelijkheid wordt benoemd als 'redactie'. Een achtste categorie in deze is Onbekend, als niet duidelijk is gemaakt van wie het artikel afkomstig is.

Een procentuele verdeling van de auteurs van de artikelen in zowel de Volkskrant als De Telegraaf:

	Volkskrant	Telegraaf
Redactie	46,7	53,7
Burger	5,1	5,3
Politicus	4,4	0
Columnist	6,6	2,1
Publicist	10,9	0
Expert (extern)	8,8	0
Expert (intern)	0,7	3,1
Onbekend	16,8	35,8



Ook voor deze verdeling geldt dat de categorieën soms niet sluitend zijn. Zo wordt de auteur van het artikel *Brown doet het wel goed* (artikelnummer 109) gepresenteerd als “Paul Krugman hoogleraar economie aan Princeton University en columnist voor de New York Times”.

In beide kranten is ongeveer de helft van de artikelen afkomstig van de redactie zelf. Een duidelijk verschil hierin is wel, dat er in de Volkskrant vaak één auteur (een correspondent of redacteur) is die bij name wordt genoemd, en het artikel in De Telegraaf veelal van een hele redactie afkomstig is. In het laatste geval wordt dit bijvoorbeeld aangeduid als ‘Van onze financiële

redactie'. Dit zegt wat over hoe de kranten de redacties en medewerkers beschouwen: De Telegraaf richt zich blijkbaar meer op het collectief en de Volkskrant op de individuele werknemer.

Ook is te zien dat er een beduidend percentage Onbekend is bij beide kranten, bij De Telegraaf nog iets meer. Wellicht moet bij de evaluatie van dit gegeven rekening worden gehouden met het feit dat de artikelen via Lexis Nexis zijn gezocht, en deze misschien niet met alle gegevens zijn ge-upload naar de database. Maar omdat dit een automatisch proces lijkt en het bij het merendeel van de artikelen wel staat vermeld kunnen deze percentages toch als onderzoeksresultaat worden beschouwd.

In De Telegraaf zijn er geen artikelen afkomstig van externe experts of publicisten, terwijl cumulatief deze percentages een ruime twintig procent van het totaal vormen in de Volkskrant. Evenals het eerdere gegeven van het grotere aantal interviews met experts kan dit worden herleid uit het streven van de Volkskrant het nieuws in een breder kader te plaatsen. De grotere variatie aan auteurs in de Volkskrant sluit daarnaast ook deels aan bij de taakstelling die de Volkskrant zichzelf stelt van een veelzijdige informatievoorziening (hoewel hier natuurlijk geen causaal verband aan gegeven mag worden).

Twee laatste opvallendheden voor beide kranten zijn dat een relatief klein aantal artikelen afkomstig is van burgers. Zowel de Volkskrant als De Telegraaf heeft katernen waar burgers kunnen schrijven, dit zijn respectievelijk 'Forum' en 'Wat u zegt'. In een periode waarin er in de rest van de krant veel berichten staan over de kredietcrisis is het niet aannemelijk om te stellen dat het onderwerp niet leeft onder de bevolking en er daarom zo weinig artikelen van burgers zijn. Het ziet er eerder naar uit dat burgers relatief weinig ruimte krijgen in de krant, wat een interessant gegeven is gezien beide kranten zich profileren als 'krant voor alle Nederlanders'. Wat dan wel weer strookt met de eigen uitspraken van beide kranten is hun beide distantiëring van de politiek en het lage aantal artikelen van politici dat er in de kranten staat: in de Volkskrant is dit nog geen vijf procent en in De Telegraaf staan zelfs geen artikelen van politici.

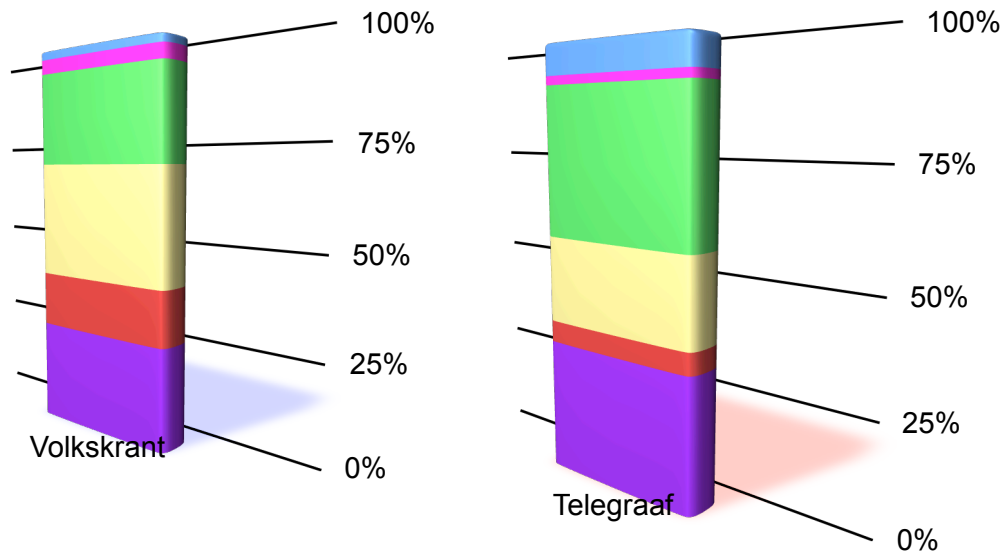
Zoals eerder is aangegeven zijn er naast de auteur nog andere bronnen van informatie in de artikelen. Laten we eens kijken of burgers en politici daar wellicht een grotere rol spelen.

4.4 Bronnen

Verwijzingen naar andere informatiebronnen verschillen van interviews omdat het indirecte verwijzingen zijn naar uitspraken en het bij deze verwijzingen niet expliciet wordt gemaakt dat de auteur van het artikel persoonlijk met deze bronnen heeft gesproken. De soorten bronnen zijn politici, interne experts, externe experts, collega-journalisten (of correspondenten of redacteurs), burgers. Daarnaast zijn er personen die we *eye-witness* noemen, dit zijn personen die bijvoorbeeld een conferentie hebben bijgewoond en daar iets over zeggen. Als laatste worden er 'grote denkers' onderscheiden, veelal zijn dit intellectuelen uit de geschiedenis.

De volgende bronnen zijn in de artikelen van de Volkskrant en De Telegraaf aanwezig:

	Volkskrant		Telegraaf	
	Aantal	Procent	Aantal	Procent
Politici	35	26,1	31	31,3
Grote denkers	19	14,2	5	5,1
Expert (extern)	40	29,9	20	20,2
Expert (intern)	32	23,9	34	34,3
Collega's	5	3,7	2	2,0
Eye-witness	0	0	0	0
Burgers	3	2,2	7	7,1
Totaal	134	100	99	100



In een artikel kan logischerwijs naar meerdere bronnen worden verwezen: ook deze categorieën zijn daarom niet sluitend.

Uit deze gegevens zijn, op één punt na dat hierna zal worden besproken, geen grote verschillen tussen de kranten te ontdekken. In De Telegraaf worden minder externe experts aangehaald, maar dat kwam al naar voren in de vorige paragraaf. Opnieuw is te zien dat burgers relatief weinig aan het woord worden gelaten. Ook is het opvallend hoe er door beide kranten weinig er wordt gerefereerd naar collega's. In het artikel *Wat is er mis met protectionisme?* (de Volkskrant, artikelnummer 24) gebeurt dit wel, als volgt:

“Ha-Joon Chang is een Zuid-Koreaanse ontwikkelingseconoom. Hij publiceert met name over de vraag hoe arme en opkomende landen zich duurzaam kunnen ontwikkelen. (...) Martin Wolf, invloedrijk columnist van zakenkrant Financial Times en fervent vrijhandelsapostel, omschreef Chang onlangs als 's werelds intelligentste protectionist.”

Er wordt hier verwezen naar een columnist in een andere krant die ook wat over de Zuid-Koreaanse ontwikkelingseconoom heeft gezegd. Hier valt direct wat interessants op. In principe heeft het artikel in de Financial Times niets met dit artikel te maken, maar toch wordt deze erbij gehaald, overigens zonder wat over de verdere inhoud van het artikel te vermelden. Daarnaast wordt ook gesteld dat de columnist Martin Wolf 'invloedrijk' is, waardoor hij een zekere status krijgt. Door dit te noemen zet de auteur zijn of haar pleidooi voor Ha-Joon Chang en daaraan gekoppeld het protectionisme kracht en autoriteit bij.

Dit is een opmerkelijk verschijnsel dat voornamelijk ook bij verwijzingen naar grote denkers voorkomt. Dit fenomeen is eigenlijk nog apart, want als er naar de grote denkers wordt verwezen, gebeurt dat meestal postuum. Zie bijvoorbeeld in het artikel *P van People* (De Telegraaf, artikelnummer 135) de verwijzing naar Albert Einstein:

“Geef dus gul in 2009: 'kwalitijd voor duurzaamheid!'. De wereld zal zich niet voorbij de huidige crisistoestand kunnen ontwikkelen als we van denkwijzen blijven uitgaan die juist de crisis hebben veroorzaakt (Albert Einstein).”.

Of op deze manier, waarbij de grote denker Friedman als 'goeroe' wordt gepositioneerd:

“Bovendien blijkt die overheidssteun niet voldoende te zijn. Eijffinger haalt in dit verband de goeroe van de vrije markt, Milton Friedman, aan: 'Je kunt een paard naar de beek leiden, maar je kunt het niet dwingen te drinken.' Met andere woorden: overheden kunnen banken geld geven, maar ze kunnen een bank niet dwingen dat aan bedrijven en consumenten uit te lenen.”(de Volkskrant, Zeker twee tot drie moeilijke jaren, artikelnummer 49).

Voor de economen Adam Smith, Milton Friedman en Francis Fukuyama komen in deze verwijzingen voor, naast Karl Marx. Welke functie de laatste hierin inneemt, zal worden belicht in de paragraaf over ideologieën.

Verwijzingen naar grote denkers, interne en externe experts als bronnen worden vooral gebruikt om het eigen verhaal en argument te versterken. Bij verwijzingen naar politici werkt dit op dezelfde manier, maar

wordt het eigen argument daar juist tegen afgezet. Bijvoorbeeld in het artikel *Verzekeraars willen voor kerst van woekerpolis af* in De Telegraaf (artikelnummer 148):

“Het Verbond is wel wars van ondoordachte ingrepen. "President Sarkozy die zegt dat we nu toe zijn aan een nieuw kapitalisme, dat is meer ideologie dan zakelijkheid. Een gedegen analyse van wat het probleem is, waarin deze crisis zich onderscheidt van andere, dat lijkt me toch eerst nodig.”.

Of in een bijdrage van een burger (de Volkskrant, *Forum-1*, artikelnummer 3):

“De tweede reactie is die van het 'valse wij'. Dit is het officiële verhaal van Wellink, Bos, Rinnooy Kan en Balkenende. We hebben allemaal evenveel schuld aan de kredietcrisis en we hebben elkaar allemaal nodig om er weer uit te komen. Dat klinkt sympathiek en mobiliserend, maar het is management by false speech. Het is een volstrekt apolitiek verhaal. Hoezo heeft iedereen evenveel schuld gehad aan de fatale deregulering van de financiële markten? Amerikanen, bankiers en toezichthouders moeten toch veel meer pek en veren voor hun rekening nemen dan de gemiddelde Nederlander?”.

Dit afzetten tegen de politiek en uitspraken van politici kan te maken hebben met een bepaalde kritische blik die de kranten willen uitdragen.

Plaats, vorm, auteur en bronnen resumerend

Tot nu toe is er gekeken naar de onderdelen plaats in de krant, de vorm, de auteur en de verwijzing naar bronnen. Alvorens verder te gaan met de overige vier onderdelen wordt er op deze onderzoeksresultaten teruggeblikt om alvast wat interessante overeenkomsten en / of verschillen te noemen die wellicht geïntegreerd kunnen worden in de verdere analyse.

Vanuit de plaats in de krant zouden we nieuwswaarden kunnen aflezen, ware het niet dat de meeste artikelen in de Volkskrant en in De Telegraaf in Economie of Opinie staan. Nieuwswaarden die een rol lijken te spelen in de artikelen zijn ongewoonheid en impact. De kredietcrisis wordt in beide kranten als een gebeurtenis beschreven die niet alledaags is maar wel omvangrijk en op iedereen effect heeft. Het behoorlijke aantal berichten dat in de kranten over de kredietcrisis verschijnt, ook in maanden na het ontstaan ervan, duidt er op dat continuïteit de belangrijkste nieuwswaarde is. Er

hoeven zich immers geen nieuwe aanverwante gebeurtenissen voor te doen om er toch over te kunnen schrijven. De nieuwswaarde nabijheid, waarvan kon worden verwacht dat deze een verschil zou kunnen spelen tussen de kranten, lijkt geen rol te spelen omdat de kredietcrisis niet aan een specifieke plaats gebonden wordt maar een globaal karakter heeft. Dit blijkt ook uit het grote aantal artikelen dat zonder specifieke aanleiding is geschreven.

Kijkend naar de gebruikte informatiebronnen dan is ontdekt dat de verwijzing naar die bronnen dikwijls niet zo transparant verloopt. Het werd niet altijd duidelijk of een journalist de bron gesproken had, of hij de uitspraak zelf heeft gehoord, of dat hij een uitspraak bijvoorbeeld in een ander medium had gelezen. Daarom zijn deze uitspraken niet goed controleerbaar en dit brengt de objectiviteit, zoals die is gedefinieerd aan de hand van de Leidraad voor de Journalistiek, in het geding. Er is in deze analyse niet gekeken naar het naleven van hoor- en wederhoor, mede omdat dit geen formele eis is voor opiniërende krantenartikelen. Uit de diversiteit van de bronnen kan wel worden opgemaakt dat over de kredietcrisis verschillende partijen worden gehoord. Het was in deze wel opvallend dat er nauwelijks werd verwezen naar burgers en zij daarom maar een klein aandeel in het debat in de krant hebben.

In de artikelen die bestaan uit een interview, waarbij wel direct interpersoonlijk contact is, viel op dat de vragen vaak sturend werden gesteld. Van strikte naleving van het criteria van objectiviteit lijkt in die gevallen geen sprake, omdat de interviewer, de journalist, zich niet neutraal opstelt en zich mee laat slepen in de waan van het verhaal van het subject, de geïnterviewde. Aan de andere kant staat dit paradoxaal tegenover de waarde van een kritische opstelling die door de Volkskrant wordt uitgedragen en het ongenueanceerde en 'tegenkracht' dat de hoofdredacteur van De Telegraaf van zijn journalisten vereist.

De algemene basiselementen en eigenschappen van de artikelen over de kredietcrisis in de Volkskrant en De Telegraaf zijn nu geanalyseerd. Maar hoe de beide kranten het nieuws over de kredietcrisis inkaderen is nog niet duidelijk. Daarom gaan de volgende paragrafen in op deze vraag.

4.5 Oorzaken

Uit het vooronderzoek bleek dat er in de twee kranten veelvuldig oorzaken voor de kredietcrisis worden gegeven. Dat hier een grote variatie in bestaat, is op zich al een onderzoeksresultaat. Het kan twee dingen betekenen: of dat er voor de kredietcrisis meerdere oorzaken te vinden zijn, of dat de eigenlijke oorzaken niet echt helder zijn en er in kranten wordt gespeculeerd over een verscheidenheid aan *mogelijke* oorzaken. Het zoeken naar oorzaken wordt daarmee dan onderdeel van de manier van spreken over de kredietcrisis. Omdat dit onderzoek niet is gericht op het kijken welke oorzaken met de werkelijkheid overeenkomen, gaat dit onderzoek ervan uit dat dit laatste het geval is.

Er worden verscheidene oorzaken aangedragen. Zoals uitgelegd in het hoofdstuk Methode kan het ook voorkomen dat een oorzaak wordt aangedragen, maar in hetzelfde artikel ook weer wordt verworpen. Dit is te zien in het volgende gedeelte uit het artikel *Hebzucht hoort bij de markt* (de Volkskrant, artikelnummer 22)

“Aandeelhouders en opkoopfondsen worden belangrijker - dat is niet wat de publieke opinie wil horen. Maar deze mensen investeren om winst te maken. Hebzucht is een kenmerk van financiële markten. Ik begrijp heel goed dat dat een onaangename eigenschap is, maar denk niet dat je zonder die markt kunt. Hebzucht zal ook echt niet verdwijnen.
- *Dus Gordon Gekko had gelijk in de film Wall Street: Greed is good?*
'Nee, nee, zo is het niet, ik constateer gewoon een nuchter feit: hebzucht zit diep in mensen.”

Hier wordt de oorzaak ‘hebzucht’ aangedragen, maar door degene die wordt geïnterviewd gerelativeerd als zijnde iets wat ‘bij de markten hoort’ en daarom niet iets is wat specifieke ten grondslag ligt aan de kredietcrisis. Desondanks is het wel belangrijk om in dit geval ‘hebzucht’ te benoemen want het is duidelijk wel een oorzaak die genoemd kan worden en waarover valt te debatteren. Uit de uitleg van de geïnterviewde op de vraag van de journalist blijkt ook dat hij het aannemelijk vindt dat deze oorzaak wordt aangedragen.

In volgend schema, waarin de oorzaken die gegeven zijn in de Volkskrant en De Telegraaf staan, worden zulke gevallen genoteerd als ‘ja, maar verworpen/gerelativeerd’. In het schema betekent ‘ja’ dat de oorzaak is aangedragen en ‘nee’ dat de oorzaak niet wordt genoemd in het artikel.

	VK		TEL		VK		TEL		VK		TEL	
	Ja		Ja		Nee		Nee		Ja, maar verworpen of gerelativeerd		Ja, maar verworpen of gerelativeerd	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Hegemonie van Amerika	30	23,1	18	18,9	97	74,6	76	80,0	3	2,3	1	1,1
Graaicultuur en/of mismanagement	76	58,5	48	50,5	51	39,2	47	49,5	3	2,3	0	,0
Te weinig toezicht en controle	31	23,8	16	16,8	95	73,1	79	83,2	4	3,1	2	2,1
Geloof in de vrije markt	40	30,8	13	13,7	85	65,4	80	84,2	5	3,8	2	2,1
Onbegrijpelijke financiële producten	16	12,3	5	5,3	114	87,7	90	94,7	0	,0	0	,0
Nederlandse afhankelijkheid	8	6,2	3	3,2	12	9,2	92	96,8	2	1,5	0	,0
Hypotheekmarkt van Amerika	26	20,0	10	10,5	104	80,0	85	89,5	0	,0	0	,0
Consumptiemaatschappij	28	21,5	6	6,3	98	75,4	89	93,7	4	3,1	0	,0
Zeepeleconomie	26	20,0	7	7,4	104	80,0	88	92,6	0	,0	0	,0
Verlies van vertrouwen	28	21,5	18	18,9	102	78,5	77	81,1	0	,0	0	,0

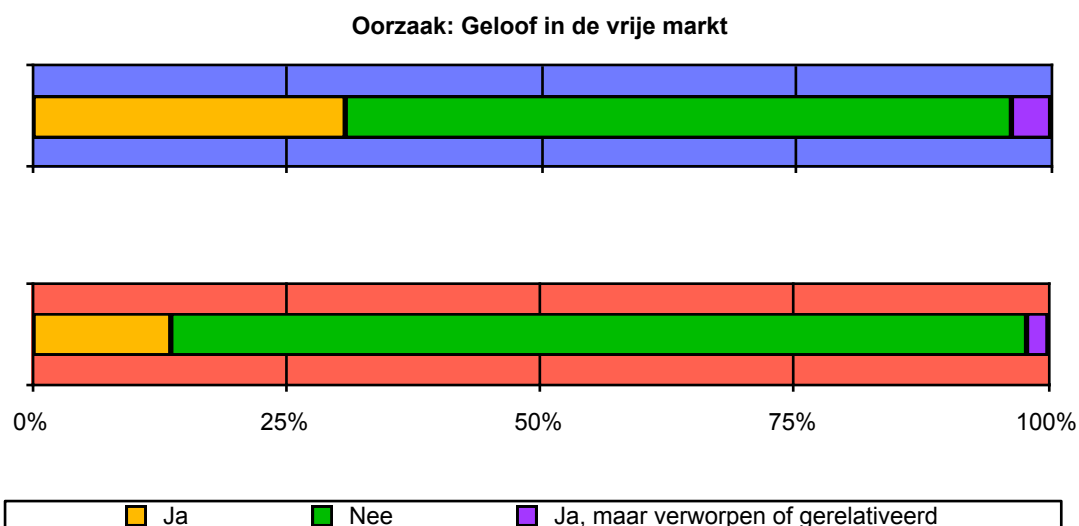
In de Volkskrant zijn in 24 van de 130 artikelen helemaal geen oorzaken genoemd, maar in het merendeel, in totaal 106 artikelen, zijn één of meer van deze oorzaken genoemd. In De Telegraaf zijn in 23 van de 95 artikelen geen oorzaken genoemd, in de rest wel. Deze grote aantallen artikelen waaraan de kredietcrisis wel oorzaken worden gekoppeld tonen aan dat het zoeken naar oorzaken een dominant kader is om over de kredietcrisis te spreken.

Uit de tabel kan worden afgelezen dat er een tamelijk gelijke verdeling is van de oorzaken die worden genoemd, zowel in de Volkskrant als in De Telegraaf. Deze overeenkomst is opmerkelijk, want als deze tabellen alleen worden vergeleken op de patroonmatigheid van de cijfers, oogt het alsof er geen enorme verschillen zijn in welke oorzaken er door beide kranten worden gegeven en hoe vaak. Zo is er bij beide kranten een uitschieter te zien van het aantal keer dat als oorzaak de graaicultuur en / of het mismanagement bij financiële instellingen wordt aangedragen. Of de Nederlandse afhankelijkheid van de EU of van Amerika een oorzaak is wordt in beide kranten in het minste aantal artikelen gesteld.

Het is alleen op basis van deze cijfers te makkelijk om te zeggen dat de kranten dezelfde oorzaken aandragen. Laten we daarom kijken of er consistentie of grote verschillen zijn van de manier waarop deze in de artikelen zijn gepresenteerd. Hierbij liggen de aandachtspunten bij de verschillen van het benoemen van een oorzaak in eenzelfde krant (hoe is het

geloof in de vrije markt een oorzaak in de Volkskrant) en tussen de kranten (wat zegt De Telegraaf over het geloof in de vrije markt als oorzaak). Het gaat te ver om dit voor elk van de tien oorzaken te doen, daarom worden er twee uitgehaald. Ten eerste de oorzaak 'het geloof in de vrije markt', omdat het aannemelijk is deze oorzaak nauw verband houdt met de verwijzing naar ideologieën die in een latere paragraaf van dit hoofdstuk wordt behandeld en omdat hier een aanzienlijk verschil in aantal is te zien tussen de Volkskrant en De Telegraaf. Ten tweede de oorzaak 'graaicultuur en mismanagement', omdat deze in beide kranten veel voorkomen.

4.5.1 Oorzaak: Het geloof in de vrije markt



In de Volkskrant wordt in 40 artikelen (30,8% van het totaal) gesteld dat het geloof en de stimulans van de vrije markt ervoor heeft gezorgd dat de kredietcrisis kon ontstaan. In *Crisis als smoking gun* (de Volkskrant, artikelnummer 43) wordt dit duidelijk omschreven:

“Er is inderdaad sprake van falen van de vrije markt. Economieën torsen een te grote schuldenlast, wat werd aangewakkerd door te lage rente, slecht risicomangement, onvolkomen toezicht enzovoort. Er is dus alle reden het financiële systeem met ingrepen voor een vergelijkbare crisis in de toekomst te behoeden. Maar niet meer dan dat. (...) Oud en nieuw links slaan op dezelfde trom: we moeten dringend de vrije markteconomie inperken om verdere ellende te voorkomen.”

De auteur van dit artikel vindt de vrije markt de oorzaak. In dit onderzoek is het omschreven als 'het geloof in de vrije markt' omdat in de artikelen meestal niet *de* vrije markt de oorzaak is, maar het feit dat mensen (overheden) er maar in bleven geloven en de vrije markt stimuleerden. Hierbij wordt gesteld dat risico's niet werden ingezien en de kredietcrisis het resultaat is van al deze risico's. Op deze manier krijgt dus niet zozeer het systeem van de vrije markt de schuld, maar degenen die de vrije markt propageerden. Dit is in dit artikel te zien:

“Waar blijven al die drijvende krachten achter de Washington Consensus, de neoliberale beleidsreceptuur waarmee de internationale economie de afgelopen decennia toezichtvrij werd bestuurd? Waar zijn de marktmacho's uit de economische wetenschap, anders altijd zo rap van de tongriem gesneden?”
(de Volkskrant, *Forum-5*, artikelnummer 44)

Hier wordt de oorzaak aan wetenschappers en Amerikaanse politici toegeschreven, maar in andere artikelen krijgt bijvoorbeeld ook de Nederlandse overheid een veeg uit de pan. De Nederlandse overheid wordt in deze gevallen dan veelal als eenheid gezien; er wordt dan geen verschil gemaakt tussen linkse of rechtse partijen.

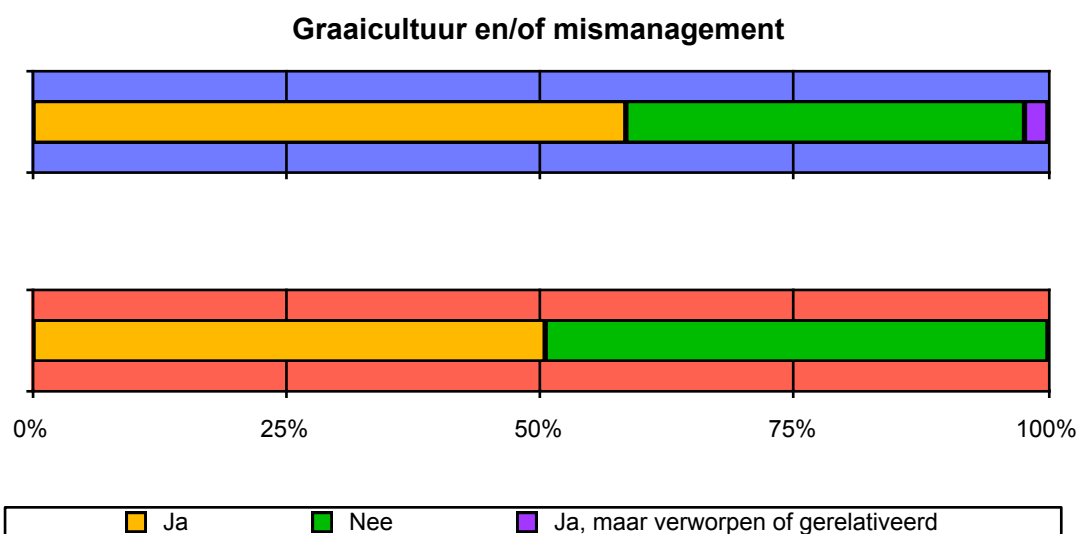
In De Telegraaf wordt het geloof in de vrije markt in dertien artikelen (13,7%) als (mede-)oorzaak aangeduid. De artikelen in De Telegraaf gaan daarbij echter niet zo zeer op een verwijt naar de overheid dat de vrije markt haar gang zou hebben laten gaan, zoals de Volkskrant meer doet. De vrije markt als oorzaak is ook wat minder manifest aanwezig. Een voorbeeld hiervan:

“ Niet alleen het bonussysteem moet worden aangepakt, het hele financiële stelsel moet op de schop. Ruim 80 procent van de deelnemers vindt de tijd rijp voor een grote schoonmaak en nieuwe prioriteiten. Het is afgelopen met de absolute vrijheid van de financiële markten. De overheid moet daarbij een leidende rol spelen en meer toezicht gaan houden op de bancaire wereld en de beurshandel”
(De Telegraaf, *Bonusverbod topmanagers; Meer overheidstoezicht nodig op financiële sector*, artikelnummer 174)

Uit dit artikel wordt ook duidelijk dat verschillend gedefinieerde oorzaken met elkaar samen kunnen hangen. Zo wordt in dit deel van het artikel de vrijheid

van de financiële markten in verband gebracht met het bonussysteem, uitmondende in de oorzaak 'Graaicultuur en mismanagement'. Ook is hier te zien dat de genoemde oorzaak genoemd wordt om zo een oplossing aan te dragen en deze oorzaak wordt derhalve als middel in dienst van de oplossing gebruikt, niet als doel van het artikel.

4.5.2 Oorzaak: Graaicultuur en mismanagement



In de Volkskrant wordt naar graaicultuur en mismanagement in de financiële sector, met het daaraan gerelateerde onderwerp van bonussen, in 76 artikelen verwezen (58,5% van het totaal). De graaicultuur krijgt als invulling dat werknemers in de financiële sector zich zelf verrijkten met hoge salarissen en bonussen. Dit hangt dan weer samen met het mismanagement, want om deze hoge bonussen te krijgen moesten te grote risico's worden gelopen, waardoor er onverantwoord werd gehandeld. Wat wordt hier in de Volkskrant over gezegd?

In negentien van de 76 artikelen wordt een verband gelegd tussen graaicultuur en het morele oordeel (deze categorie wordt later nog behandeld) dat de normale burger het slachtoffer is van de kredietcrisis. Deze relatie veronderstelt dat de burgers de rekening moeten betalen voor de verrijking en falen van mensen in de financiële sector, waarbij een gevoel van oneerlijkheid een rol speelt:

“De kredietcrisis heeft boven water gebracht wat velen vreesden. We vertrouwen ons geld toe aan een wankel en speculatief financieel systeem waar het IMF, ministers van Financiën en toezichthouders geen greep op hebben. Met miljarden euro's publiek geld moet de puinhoop van 25 jaar deregulering en hebzucht worden opgeruimd.” (de Volkskrant, *Maak haast met nieuw Bretton Woods*, artikelnummer 85).

Dit statement wordt overigens weersproken in *Handhaaf de AWBZ!* (de Volkskrant, artikelnummer 70) door een lezer die dit een “Leuk staaltje links opportunisme” vindt.

Anderzijds wordt de graaicultuur en het mismanagement in de financiële sector vergeleken met een ontwikkeling dat iedereen over het algemeen telkens maar meer wil, waar een relatie te zien is met de oorzaak ‘consumptiemaatschappij’. In 23 van de 76 artikelen wordt hiertussen een verband gelegd. Een derde combinatie van oorzaken is de graaicultuur en het mismanagement en het gebrek aan toezicht op de financiële markten, in 22 van de 76 artikelen. Want doordat dat toezicht er niet was, konden de financiële mensen hun gang gaan, zo stellen deze artikelen.

In De Telegraaf wordt deze oorzaak in de helft van de artikelen aangedragen. Kijkend naar de verhouding tussen de financiële mensen en het gewone volk, zien we eenzelfde teneur als in de Volkskrant:

“Nu moet de schade wereldwijd uit de belastingpot worden betaald (dat geld wordt (weer) opgebracht door het 'gewone' volk) en de top lacht in zijn vuistje, want hun feestjes gaan gewoon door. Ze blijven lekker zitten waar ze zitten en de regering staat loodrecht achter deze 'zakkenvullers'.”(De Telegraaf, *Ambtenaren spelen bankiertje met ons geld!*, artikelnummer 192).

Een andere overeenkomst die te zien is tussen de Volkskrant en De Telegraaf in deze, is dat de artikelen waarin dit gebeurt zich vaak op de opiniepagina bevinden en de auteur een burger is.

Kijkend naar deze twee oorzaken en de combinatie van alle oorzaken in de artikelen in De Telegraaf en de Volkskrant dan zijn er geen noemenswaardige verschillen te ontdekken in de invullingen aan, en attitudes ten opzichte van, de oorzaken. Opvallend is dat verschillende oorzaken in beide kranten

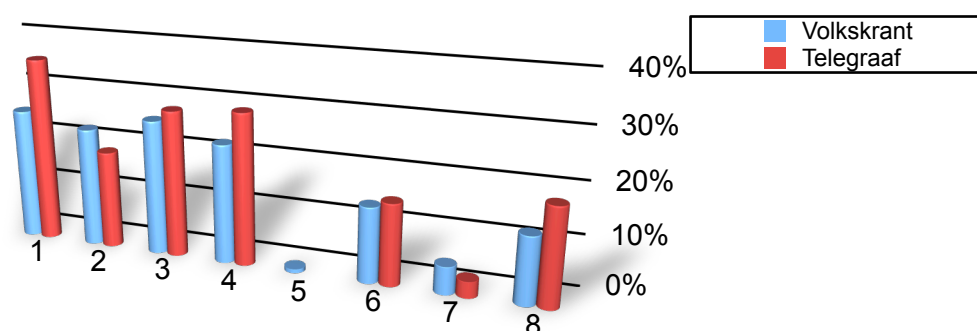
makkelijk met elkaar in verband worden gebracht, zoals hiervoor te zien. Dit geldt ook voor de oorzaak 'Hypotheekmarkt van Amerika' en 'Consumptiemaatschappij', waarbij de uitleg vaak is dat Amerikanen alles willen hebben en dus huizen kopen die ze niet kunnen betalen. Zie hier meteen de relatie met Mismanagement (onverantwoorde leningen van hypotheekverstrekkers) en Graaicultuur (want dan krijgen ze hoge bonussen). Wellicht zijn er bij de oplossingen die worden aangedragen voor de kredietcrisis wel grotere verschillen te zien.

4.6 Oplossingen

Voor de kredietcrisis worden in de artikelen in de Volkskrant en De Telegraaf oplossingen aangedragen. Uit het vooronderzoek is gebleken dat een aantal oplossingen dominant is. Deze komen als volgt voor in de artikelen:

	VK		TEL		VK		TEL		VK		TEL	
	Ja		Ja		Nee		Nee		Ja, maar verworpen of gerelativeerd		Ja, maar verworpen of gerelativeerd	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Overheidsinvesteringen	33	25,4	34	35,8	70	53,8	45	47,4	27	20,8	16	16,8
Overheidsinterventie	30	23,1	18	18,9	72	55,4	67	70,5	28	21,5	10	10,5
Meer toezicht en controle	34	26,2	27	28,4	90	69,2	63	66,3	6	4,6	5	5,3
Internationale samenwerking	30	23,1	28	29,5	97	74,6	63	66,3	3	2,3	4	4,2
Minder afhankelijkheid Nederland van VS/EU	1	,8	0	,0	122	93,8	93	97,9	7	5,4	2	2,1
Actieve en daadkrachtige politiek	19	14,6	15	15,8	104	80,0	80	84,2	7	5,4	0	,0
Gelijke verdeling kapitaal	7	5,4	3	3,2	123	94,6	92	96,8	0	,0	0	,0
Vertrouwen	17	13,1	18	18,9	112	86,2	77	81,1	1	,8	0	,0

Een vergelijkend overzicht voor de gegeven oplossingen in de Volkskrant en De Telegraaf:



1	Overheidsinvesteringen
2	Overheidsinterventie
3	Meer toezicht en controle
4	Internationale samenwerking
5	Minder afhankelijkheid Nederland van VS/EU
6	Actieve en daadkrachtige politiek
7	Gelijke verdeling kapitaal
8	Vertrouwen

Kijkend naar de patroonmatigheid van deze cijfers dan is te zien dat er geen hele grote verschillen zijn in het aandeel van de oplossingen Overheidsinterventie, Toezicht en controle door de overheid of instanties en Internationale samenwerking. Deze worden in beide kranten tussen de 20 en 30 procent van het totaal aantal artikelen genoemd. Ook de oplossingen Actieve en daadkrachtige politiek en Vertrouwen komen redelijk overeen, hoewel deze laatste in De Telegraaf iets vaker (afgerond 19% tegen 13% in de Volkskrant) wordt genoemd. De oplossingen Minder afhankelijk van de EU en de VS en Gelijke verdeling van kapitaal spelen in beide kranten een marginale rol. Duidelijke verschillen zijn te zien bij de oplossing Overheidsinvesteringen (afgerond 36% in De Telegraaf en 25% in de Volkskrant). De invulling van deze laatste oplossing wordt nader bekeken.

4.6.1 Oplossing: Overheidsinvesteringen

In de Volkskrant zijn er enkele overeenkomsten tussen de artikelen waarin wordt gesteld dat de oplossing dat de overheid moet investeren in de economie. Een eerste is dat met betrekking hiertoe veelal wordt verwezen naar de econoom John Keynes, die een vrije marktsysteem met een grote investerende rol voor de overheid bepleitte. Een titel van een artikel is zelfs: *De verrassende comeback van John M. Keynes* (artikelnummer 53):

“Het gedachtegoed van Keynes is sinds de jaren tachtig in ongerede geraakt, omdat uit allerlei onderzoek blijkt dat de overheid bij de keuze en timing van investeringen vaak de plank mislaat. Maar door de nakende recessie als gevolg van de kredietcrisis worden de ideeën van Keynes weer afgestoft en opnieuw ingezet.”

Daarnaast nemen de economieredacteuren een grote rol in het aandragen van deze oplossing en deze zelfs in een aantal artikelen propageren. Deze artikelen staan overigens allemaal in het katern Economie, wat nog eens benadrukt dat daar ook beschouwende artikelen kunnen staan. Daarnaast staan zowel in Forum (Opinie) en Het Betoog (Achtergrond) artikelen met deze oplossing. Overheidsinvesteringen worden gezien als noodzaak om de economie op gang te helpen, maar staan in de Volkskrant ook in relatie tot een heropleving van linkse politiek, zoals in *Deze tijd vraagt om linkse daden* (de Volkskrant, artikelnummer 91)

“ Rechts was de afgelopen jaren ideologisch in het offensief, maar staat er in de kredietcrisis opeens naakt bij. De rommel van het bewierookte bedrijfsleven moet worden opgeruimd door de vermaledijde overheid.”

In De Telegraaf is te zien dat de oplossing dat de overheid moet investeren in de economie in een behoorlijk aantal artikelen wordt genoemd, maar dat dit voornamelijk aan de hand van uitspraken van anderen wordt gedaan. Vaak wordt er verslag gedaan van een event, bijvoorbeeld een top van het Internationaal Monetair Fonds:

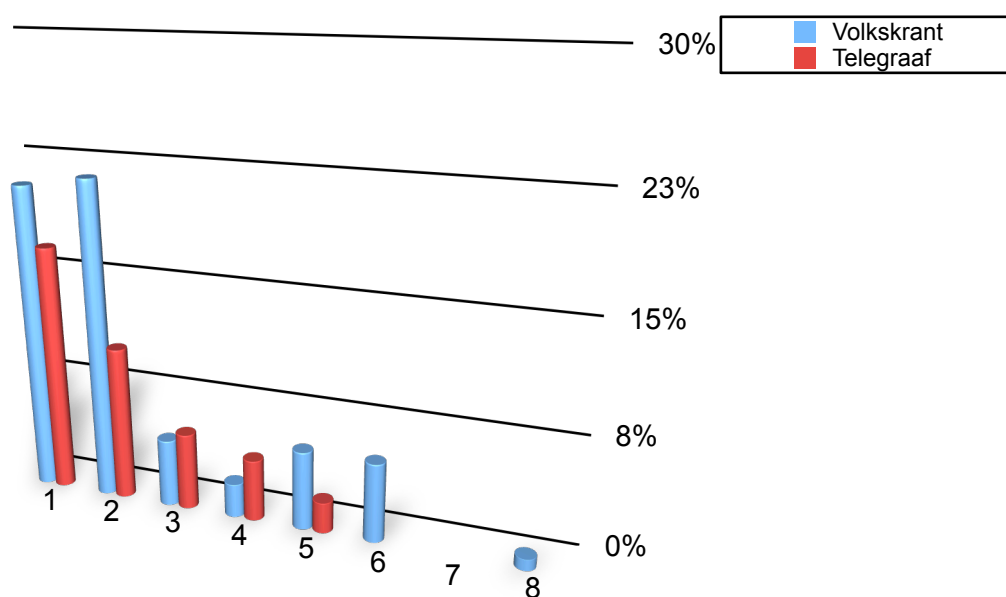
„De lidstaten zullen er vooral voor moeten zorgen dat de bestedingen van consumenten en bedrijven weer aantrekken. Dat kan door maatregelen die de inflatie verlagen en door steun aan kwetsbare groepen”, aldus Barroso, die daarvoor ruimte ziet in het versoepelde stabiliteitspact” (De Telegraaf, *Europees herstelplan moet crisis bezweren*, artikelnummer 173).

Er wordt dan afwisselend wel of geen evaluatie aan betreffende uitspraken gekoppeld. Als dit wordt gedaan, dan is deze van economische aard en worden overheidsinvesteringen gezien als een middel om de economie te stimuleren.

Dat in de meeste gevallen deze oplossing wordt gekoppeld aan een andere bron en er een tamelijk groot verschil is tussen het aantal artikelen met deze oplossing in de Volkskrant en De Telegraaf, betekent dat de eigen redactie (en journalisten en/of correspondenten) zich niet veelvuldig uitlaten over de financiële rol van de overheid in het oplossen van de kredietcrisis.

4.6.2 Debat over de oplossingen

In de oplossingen die worden aangedragen maar die dan weer worden verworpen of gerelativeerd zijn er wel meer verschillen te zien tussen de kranten. Voor de duidelijkheid worden dit soort oplossingen in deze paragraaf non-oplossingen genoemd. Een vergelijking van de non-oplossingen in de Volkskrant en in De Telegraaf:



1	Overheidsinvesteringen
2	Overheidsinterventie
3	Meer toezicht en controle
4	Internationale samenwerking
5	Minder afhankelijkheid Nederland van VS/EU
6	Actieve en daadkrachtige politiek
7	Gelijke verdeling kapitaal
8	Vertrouwen

Aan dit diagram is te zien dat er in de Volkskrant meer non-oplossingen worden gegeven. Dit duidt er op dat in de Volkskrant een breder debat plaatsvindt over mogelijke oplossingen. Grote verschillen zijn te zien bij de oplossingen Actieve en daadkrachtige politiek en Overheidsinterventie. Omdat in de vorige paragraaf Overheidsinvesteringen nader zijn bekeken zal deze in deze paragraaf ook aandacht krijgen.

4.6.2.1 Actieve en daadkrachtige politiek

De verschillen bij deze non-oplossing zijn relatief groot maar in de Volkskrant wordt deze in 5,4% van de artikelen genoemd, en in De Telegraaf helemaal niet.

Met actieve en daadkrachtige politiek worden in de Volkskrant een gefragmenteerde verscheidenheid aan dimensies genoemd. Deze oplossing richt zich niet tot een bepaalde persoon (bijvoorbeeld Wouter Bos) of op een bepaalde aanpak maar wordt geopperd in combinatie met onderwerpen als leiderschap, snel handelen, crisiscommunicatie en het nemen van verantwoordelijkheid door politici. Ook wordt er in een aantal artikelen op Europees niveau vergelijkingen getrokken tussen politici (bijvoorbeeld Merkel en Sarkozy) Het tegengeluid, de non-oplossing, bestaat uit een betoog dat niet zozeer zegt dat de politiek helemaal niets moet doen, maar stelt onder andere dat minister van Financiën Bos deze crisistijd niet moet aangrijpen voor het succes van zijn eigen contemporaine crisismanagement maar dat hij ook op de lange termijn moet denken. Depolitisering ten gevolge van snel en onder druk handelen speelt ook een rol in deze argumentatie.

In De Telegraaf wordt de behoefte aan actieve en daadkrachtige politiek in een Europees daglicht gezet. Evenals in de Volkskrant worden Europese leiders hier vergeleken en geëvalueerd. Anders dan in de Volkskrant wordt politieke daadkrachtigheid niet in breder perspectief geplaatst. Opvallend is dat er in De Telegraaf geen non-oplossing, waarbij dus wordt gesteld dat actieve politiek geen oplossing is, wordt aangedragen. In De Telegraaf is daadkrachtig optreden dus blijkbaar altijd een goede oplossing.

4.6.2.2 Overheidsinterventie

In de Volkskrant wordt in 23,1% van de artikelen overheidsinterventie als oplossing genoemd, maar wordt ook in 21,5% juist niet als oplossing genoemd. In De Telegraaf zijn deze percentages respectievelijk 18,9% en 10,5%. Duidelijk wordt hieruit dat er in de Volkskrant meer evenwicht is. In de Volkskrant wordt in de artikelen waar overheidsinterventie als oplossing wordt aangemerkt, gedaan of het iets onvermijdelijks is, waarbij wordt gesteld dat de kredietcrisis het falen van de markt heeft aangetoond en er daardoor

de noodzaak en de ruimte is gekomen voor de overheid om in te grijpen. In een aantal artikelen wordt een vergelijking gemaakt van het Europese systeem en het Amerikaanse:

“Waarom hebben we ons zo moeiteloos overgegeven aan de Amerikanisering? Energiebedrijven in de uitverkoop, doktoren die moeten concurreren: hoe bedenk je het? Het begon met Reagan en Thatcher. En hier zijn we roomser geweest dan de paus, we zijn verder gegaan dan welk ander land in Europa. Wij hebben geen ruggengraat getoond” (de Volkskrant, *Het eten en de moraal*, artikelnummer 76).

In dezelfde lijn wordt gesteld dat het neoliberalisme heeft gefaald en er daardoor nu de roep is om meer sociale democratie en het linkse gedachtegoed, waarbij, zoals we al eerder zagen, de opleving van de ideeën van de econoom Keynes een rol speelt. Daarnaast wordt, in lijn met wat de Volkskrant stelt in haar identiteitsprofilering (het opkomen voor onderdrukten), in enkele artikelen gesteld dat de overheid in de markt moet interveniëren om de mensen met de laagste inkomens te beschermen tegen de gevolgen van de kredietcrisis.

Het tegengeluid dat overheidsinterventie geen oplossing is, is procentueel ongeveer even groot. Bij deze non-oplossing is te zien dat zij zich evenals de oplossing op alle plaatsen in de krant kan bevinden en door verscheidene bronnen kunnen worden uitgesproken. In deze non-oplossingen komen eigenlijk dezelfde argumenten naar voren maar dan met een tegenovergestelde betekenis. Waar de voorstanders van overheidsinterventie een opleving voor een sociaal democratisch systeem zien, menen de tegenstanders dat een recessie beter is dan dit systeem. Een ander argument is dat de bankiers die de kredietcrisis hebben veroorzaakt (volgens de auteurs) nu maar een lesje moeten leren en niet uit de brand hoeven worden geholpen. Door de diversiteit aan argumenten en de gelijke verdeling van voor- en tegenstanders van overheidsinterventie kan worden gesteld dat er in de Volkskrant een genuanceerd beeld wordt geschetst over dit onderwerp.

In De Telegraaf is te zien dat in de artikelen die overheidsinterventie als oplossing aandragen voor een groot deel bestaan uit uitspraken van andere

bronnen, zoals bijvoorbeeld Wouter Bos, waarbij er door de auteur geen evaluatie wordt gedaan:

“Sarkozy wil zelfs nog verder gaan via allerlei overheidsbemoeienis en het isoleren van belastingparadijzen. Grote vraag is of de tot dusver een liberale koers varende Amerikanen de EU willen volgen.” (De Telegraaf, *Europa slijpt de messen*, artikelnummer 177).

In een kleiner deel van de artikelen spreekt de redactie (of correspondenten, journalisten) zich uit over overheidsinterventie, waarbij ook hier wordt verwezen naar het ‘einde van het (Amerikaans) neoliberalisme’. Hieruit kan worden opgemaakt dat er in De Telegraaf inderdaad geluiden zijn dat toenemende overheidsinterventie een oplossing is, maar dat de krant *zelf* zich daar minder vaak over uit laat.

Hoewel de artikelen waarin men zich uitspreekt tegen overheidsinterventie kleiner is dan de artikelen waarin overheidsinterventie wel een oplossing is, is hier wel een aantal explicietere artikelen te vinden, ook van columnisten die zich keren tegen overheidsinterventie, waarvoor de term protectionisme ook wordt gebruikt. Hieruit kan worden geconcludeerd dat hoewel het minder artikelen zijn, de mening antioverheidsinterventie toch duidelijker naar voren komt in De Telegraaf.

4.6.2.3 Overheidsinvesteringen

In de Volkskrant wordt in 20,8% van het totaal aantal artikelen overheidsinvesteringen niet als oplossing gezien (tegen 25,4% wel als oplossing), in De Telegraaf is dit 16,8% tegen 35,8%: een groot verschil. Het tegengeluid in de Volkskrant bestaat grotendeels uit dezelfde argumenten als die tegen overheidsinterventie. Daarnaast wordt gesteld dat overheidsinvesteringen alleen maar effectief zijn als deze internationaal worden toegepast. In dezelfde lijn wordt daarnaast gesteld dat er snel dingen mis kunnen gaan als de overheid geld in de economie investeert. Ten opzichte van de tegenargumenten voor overheidsinterventie zijn er verder geen grote verschillen te ontdekken.

In De Telegraaf is de non-oplossing van overheidsinvesteringen niet zo expliciet, er wordt evenals in de Volkskrant gewezen op de gevaren ervan. Eigenlijk gaat slechts één artikel expliciet hier dieper op in, met het argument dat de belastingbetaler de rekening voor de overheidsinvesteringen gaat betalen. Dit artikel is afkomstig van een burger in het katern Opinie. Vergelijkend met wat in De Telegraaf wordt gezegd over non-overheidsinterventie is ook hier te zien dat De Telegraaf zich niet expliciet uitspreekt over non-overheidsinvesteringen.

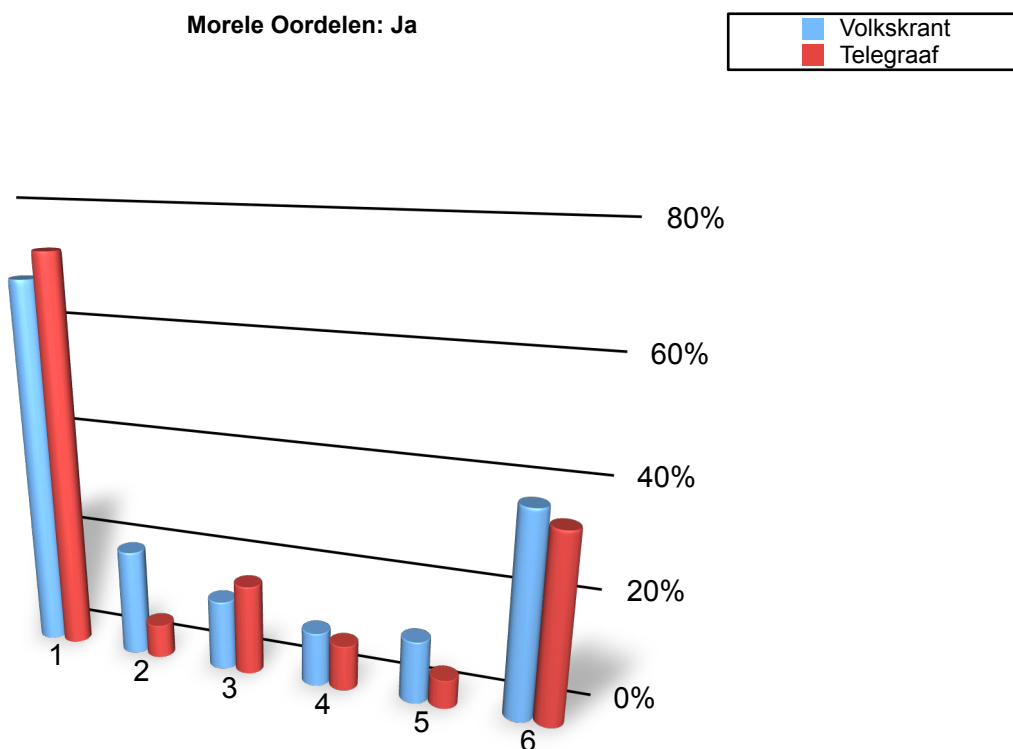
4.7 Morele oordelen

In de vorige twee paragrafen is uiteengezet welke oorzaken en oplossingen De Telegraaf en de Volkskrant boden voor de kredietcrisis. De opiniërende artikelen in deze kranten geven ook een moreel oordeel over de kredietcrisis.

Morele oordelen over de kredietcrisis in de Volkskrant en De Telegraaf:

	VK		TEL		VK		TEL		VK		TEL	
	Ja		Ja		Nee		Nee		Ja, maar verworpen of gerelativeerd		Ja, maar verworpen of gerelativeerd	
	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%	A	%
Functioneren van de markt	88	67,7	69	72,6	42	32,3	26	27,4	0	,0	0	,0
Waardering van de overheid	26	20,0	6	6,3	86	66,2	71	74,7	18	13,8	17	17,9
Burger is slachtoffer	17	13,1	16	16,8	104	80,0	72	75,8	9	6,9	7	7,4
Besef van de basiswaarden	13	10,0	8	8,4	116	89,2	87	91,6	1	,8	0	,0
Mogelijkheid kansen en verbeteringen	15	11,5	5	5,3	111	85,4	88	92,6	4	3,1	0	,0
Voortduren van de kredietcrisis	49	37,7	33	34,7	79	60,8	58	61,1	2	1,5	4	4,2

Vergelijkend:

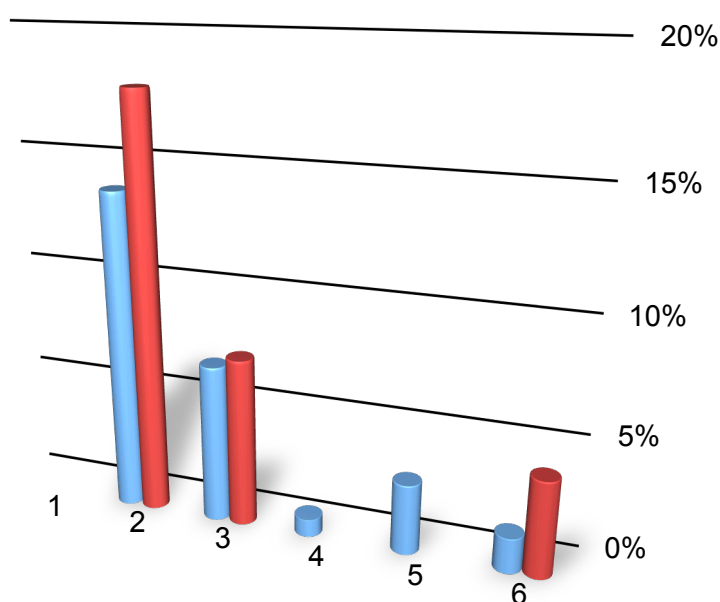


1	Functioneren van de markt
2	Waardering van de overheid
3	Burger is slachtoffer
4	Besef van de basiswaarden
5	Mogelijkheid kansen en verbeteringen
6	Voortduren van de kredietcrisis

Duidelijk wordt dat een moreel oordeel over het functioneren van de financiële markt in beide kranten het meest voorkomt: in de Volkskrant afgerond 67,7% en in De Telegraaf 72,6% van de artikelen. Dit duidt er op dat de morele oordelen over de kredietcrisis voornamelijk in economische termen wordt besproken, wat ook logisch is. Daarnaast wordt in beide kranten veelvuldig geoordeeld over hoe lang de kredietcrisis nog gaat duren. In de Volkskrant wordt relatief meer gesteld dat de kredietcrisis leidt tot een herwaardering van de overheid; dit staat nauw in relatie tot de onderzoeksresultaten van de oplossingen van overheidsinterventie en overheidsinvesteringen.

Evenals bij de oorzaken en oplossingen worden in de kranten ook morele oordelen aangedragen die worden verworpen of gerelativeerd. Deze worden in deze paragraaf voor de duidelijkheid ook weer non-oordelen genoemd. Een overzicht voor beide kranten hiervan:

Morele Oordelen: Verworpen of gerelativeerd



1	Functioneren van de markt
2	Waardering van de overheid
3	Burger is slachtoffer
4	Besef van de basiswaarden
5	Mogelijkheid kansen en verbeteringen
6	Voortduren van de kredietcrisis

Opvallend is dat het functioneren van de markt het grootste morele oordeel is, maar dat in beide kranten in geen van de artikelen wordt gesteld dat een oordeel over de markt met betrekking tot de kredietcrisis irrelevant is. Of de kredietcrisis ervoor zorgt dat we ons juist niet beseffen wat de basiswaarden van ons leven en van de economie zijn, wordt in beide kranten niet zo veel gezegd. Wel is er in beide kranten een debat over een herwaardering van de overheid, waar beduidend vaker wordt gesteld dat de kredietcrisis daar niet

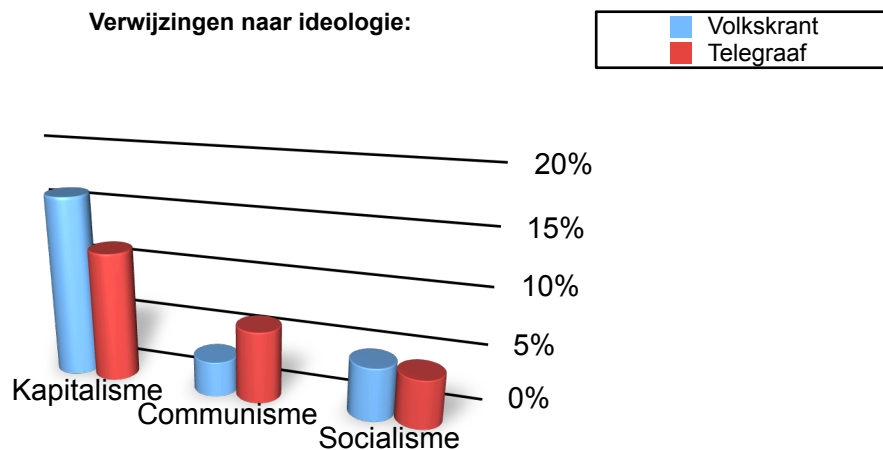
toe zou leiden. Hieruit, en uit het gegeven dat de oplossingen Overheidsinvesteringen, Overheidsinterventie en de oorzaak Te weinig toezicht en controle in de Volkskrant en De Telegraaf relatief veel worden aangedragen laat zien dat in beide kranten de kredietcrisis voor een groot deel wordt beschreven in het kader van een debat over welke rol de overheid in de kredietcrisis heeft gehad, heeft en zou moeten hebben. Dit kader bestaat dan naast het gegeven dat de kredietcrisis een gebeurtenis is dat beschreven wordt in het perspectief van het functioneren van de markt en de (actoren in de) financiële wereld.

Als deze gegevens worden gecombineerd komen we uit bij de ideologieën. In deze paragraaf was al te zien dat termen als neoliberalisme, sociale democratie en protectionisme in de artikelen voorkwamen. Dit duidt er op dat de kredietcrisis een gebeurtenis is wat aanleiding geeft tot het spreken over een nieuw economisch systeem en heropleving van de evaluatie van de rol van de overheid hierin. De volgende paragraaf gaat in op het spreken over de kredietcrisis in termen van de ideologieën en economische systemen communisme, kapitalisme en socialisme.

4.8. Ideologieën

Drie verwijzingen naar ideologieën of economische systemen komen in de artikelen voor: kapitalisme, communisme en socialisme:

	Volkskrant		Telegraaf		Volkskrant		Telegraaf	
	Ja		Ja		Nee		Nee	
	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Kapitalisme	21	16,2	11	11,6	109	83,8	84	88,4
Communisme	4	3,1	6	6,3	126	96,9	89	93,7
Socialisme	6	4,6	4	4,2	124	95,4	91	95,8



In beide kranten komt een verwijzing naar het kapitalisme het meest voor; in de Volkskrant relatief vaker. In De Telegraaf wordt vaker verwezen naar het communisme, hoewel deze verwijzing evenals de verwijzing naar het socialisme niet erg vaak voorkomt. Desondanks is het toch relevant te bespreken omdat deze nauw in relatie staan met de oorzaken, oplossingen en morele oordelen die in de vorige paragrafen zijn besproken.

4.8.1 Kapitalisme

In de Volkskrant wordt in 21 van de 130 artikelen het kapitalisme genoemd. Dit zijn grotendeels artikelen met de vorm 'Zonder aanleiding', geschreven door de redactie (of correspondenten, journalisten) in het katern Opinie. In deze artikelen staat de thematiek van de vraag welke economische wereldorde er nu zou moeten komen centraal. Niet alleen de term kapitalisme wordt genoemd, maar er worden ook andere termen voor bedacht, zoals greed= goodkapitalisme, casinokapitalisme en struikroverkapitalisme. Hoofdredacteur Pieter Broertjes gebruikt ook een afgeleide term in het artikel *Kredietcrisis: Zegen of Vloek?* (de Volkskrant, artikelnummer 15):

“Maar we wilden uw stemming vlak voor Kerstmis ook niet helemaal bederven. Vandaar dat we ruim aandacht besteden aan de positieve kanten van de crisis. Daarvoor konden we uitstekend terecht bij Herman Wijffels, de oud-Rabo-topman, die met enthousiasme het einde van 'het fundamentalistische kapitalisme' beziet, dat tegelijk met het neoconservatisme van Bush ten onder gaat.”.

Hoewel het de woorden van een andere bron zijn, schaart Broertjes zich volledig achter de uitspraak over het 'fundamentalistische kapitalisme'. De verschillende termen duiden er op dat er verschillende vormen van kapitalisme zijn. In de Volkskrant wordt het kapitalisme in verband gebracht met hebzucht en de consumptiemaatschappij, slechts een enkele keer met het vrije marktdenken, waar algemeen gesproken (dit met nadruk want het is een generalisering van de term) het kapitalisme op is gebaseerd. Overigens wordt het kapitalisme als zodanig niet in alle artikelen bekritiseerd. In een aantal artikelen wordt het kapitalisme aan de kaak gesteld, maar weer gerelativeerd, zoals hier:

“Wouter Bos is ongetwijfeld een goed verhalenverteller (het woord 'verhaal' komt negen keer voor in zijn lezing). Maar zijn 'verhaal' klopt toch niet op een aantal punten. Zo geeft hij bijvoorbeeld weer voedsel aan het sprookje dat het kapitalisme, en in het bijzonder de graaierige banken, verantwoordelijk zijn voor wat ons thans overkomt. Ongetwijfeld hebben de praktijken in - vooral - het Amerikaanse bankwezen een belangrijke rol gespeeld in de crisis. Maar gemakshalve gaat de minister voorbij aan de onmiddellijke aanleiding en de dieperliggende oorzaken, die men toch met geen mogelijkheid aan liberalisme van welke snit dan ook, neo- of anderszins, kan toeschrijven.” (de Volkskrant, *Europa is helemaal niet superieur aan VS*, artikelnummer 47).

Dit fragment uit een artikel is ook indicatief voor de verbanden die worden gelegd tussen het kapitalisme, het (neo)liberalisme en in andere artikelen ook het neoconservatisme. Daarnaast is opvallend dat het kapitalisme vaak nauw in relatie staat tot het economische systeem van Amerika.

In De Telegraaf wordt in elf artikelen naar het kapitalisme verwezen. In deze artikelen is te zien dat het kapitalisme wel ter discussie wordt gesteld maar dat dit systeem niet wordt verworpen. De artikelen die een opinie bevatten van de redactie zelf, dit zijn er drie, gaan over een mogelijke revival van Karl Marx. In de rest van de artikelen verwijst een bron naar het kapitalisme, zoals in Financiële wereld totaal op de schop (De Telegraaf, artikelnummer 189):

“De financiële wereld moet volledig op de schop om te voorkomen dat de kredietcrisis zich verder verspreid en zich ooit nog kan herhalen. "Het kapitalisme moet gereorganiseerd worden", aldus de Franse president en huidig EU-voorzitter

Nicolas Sarkozy, na afloop van de eerste dag van een Europese top in Brussel.”.

Anders dan in de Volkskrant is in De Telegraaf niet een diepgaand debat te zien over het voortbestaan en/of het falen van het kapitalisme: het kapitalisme wordt meer zijdelings genoemd.

4.8.2 Communisme

In de Volkskrant wordt in vier artikelen naar het communisme verwezen. In tegenstelling tot de verwijzing naar het kapitalisme in opiniërende artikelen van de redactie zelf, wordt naar het communisme verwezen in combinatie met de uitspraken van anderen, bijvoorbeeld:

“Nieuwe, actuele protestborden, met een afbeelding van Marx, zijn al gemaakt. Door de financiële crisis kan de auteur van Het Communistisch Manifest een comeback maken, hopen de Internationale Socialisten.” (de Volkskrant, *Crisis? Lekker puh; anti-kapitalisten*, artikelnummer 65).

In de drie andere artikelen wordt de verwijzing naar het communisme gebruikt als voorzet om over het kapitalisme te spreken. In geen van de artikelen wordt gepleit voor het communisme als nieuwe economische orde.

In De Telegraaf wordt in zes artikelen verwezen naar het communisme, waarbij er in één artikel door een correspondent impliciet voor wordt gepleit:

“Jarenlang was Karl Marx van de Duitse leestafels verbannen. De ondergang van de communistische DDR had de denker uit Trier in een kwaad daglicht gezet. Door de huidige kredietcrisis is Marx weer een commercieel succes. En in het Oost-Duitse Chemnitz is een dertien meter hoog standbeeld van de filosoof een van de grootste trekpleisters.” (De Telegraaf, *De zoete wraak van Karl Marx*, artikelnummer 171).

In de andere artikelen is eenzelfde trend als in de Volkskrant te zien. De verwijzingen naar het communisme worden dan in relatie tot anderen gebracht of er wordt zijdelings naar verwezen als aanloop om over iets anders te spreken.

4.8.3 Socialisme

In de Volkskrant wordt in zes artikelen (4,6% van het totaal) naar het socialisme verwezen, in De Telegraaf in vier artikelen (4,2% van het totaal).

In de Volkskrant is te zien dat in vijf van de zes artikelen een combinatie bestaat tussen de verwijzing naar het socialisme en het kapitalisme. In geen van de artikelen wordt het socialisme als goed nieuw systeem gezien; eerder wordt deze ideologie verworpen. In drie artikelen wordt het socialisme gerelateerd aan een andere bron, waarbij er geen evaluerende uitspraken worden toegevoegd. Het socialisme in de Volkskrant heeft daarom geen grote zelfstandige betekenis, maar vormt het een context om over een ander onderwerp te spreken: in de meeste gevallen over het kapitalisme.

In De Telegraaf is dit eigenlijk hetzelfde. Wel is te zien dat het socialisme in verband wordt gebracht met Marx, maar dat de krant ook het communisme met Marx relateert. Het lijkt alsof hier dus geen verschil in zit. In geen van de artikelen worden expliciete uitspraken gedaan over het socialisme als nieuwe ideologie voor een economische orde.

4.9 De frames resumerend

In het tweede deel van deze analyse werden de dominante categorieën en topics besproken waarin in De Telegraaf en de Volkskrant de kredietcrisis wordt beschreven. Deze categorieën en de topics vormen de frames: daarom kan worden geconcludeerd dat het oorzakenframe, het oplossingenframe, het oordeelframe en het ideologische frame dominant zijn bij het spreken over de kredietcrisis in de Volkskrant en De Telegraaf. Zoals in het theoretisch kader al duidelijk is gemaakt, gaat dit onderzoek verder dan alleen het duiden van de kwantiteit van deze frames. Daartoe zijn in deze paragrafen de inhoud van de frames nader geanalyseerd om zo verschillen en overeenkomsten te ontdekken.

Vanuit die vergelijking kan worden geconcludeerd dat er verschillen tussen de kranten zijn, maar dat deze zich niet erg manifest presenteren. Zo zijn er veel overeenkomsten te vinden in de patronen van topics in beide kranten (bijvoorbeeld in de oorzaken voor de kredietcrisis). Echter, de

invulling van de topics is bij beide kranten wel verschillend en vooral de manier waarop de topics in de artikelen verwerkt zijn. Voor de overzichtelijkheid zijn in onderstaand schema de belangrijkste onderzoeksresultaten van deze analyse weergegeven. Daarna worden deze resultaten verklaard, geïnterpreteerd en in een de bredere context van dit onderzoek gezet.

Volkskrant	Telegraaf
Topic afkomstig van de redactie zelf	Topic afkomstig van externe bron
Kredietcrisis in brede context	
Consequentere verhouding tussen opperen en verwerpen van topics	
Dominante thema's: rol van de overheid en het functioneren van de markt	
Geen verschillen in gebruik van ideologieën	

In De Telegraaf is te zien dat een topic (bijvoorbeeld de verwijzing naar overheidsinvestering als non-oplossing) wel wordt aangedragen, maar dan afkomstig is van een uitspraak van een andere bron dan de auteur zelf. In de Volkskrant komt vaker voor dat de redactie (of correspondenten, journalisten) explicieter zelf een topic aandragen en derhalve een opinie verbinden aan een oorzaak, oplossing of oordeel van de kredietcrisis. Een ander duidelijk verschil is dat de artikelen in de Volkskrant in meer gevallen dieper ingaan op de topic die het onderwerp van het artikel is; er wordt meer context gegeven. Dit komt overeen met de waarde van 'het brengen van het nieuws in een breder kader' die de Volkskrant uitdraagt. Een derde interessant onderzoeksresultaat is dat de verhouding tussen de gegeven oorzaken en non-oorzaken, evenals de oplossingen en non-oplossingen in de Volkskrant iets 'beter' verdeeld was dan in De Telegraaf. Dit duidt er op dat, eveneens conform de uitgedragen waarde van 'het brengen van het nieuws in een breder kader' er in de Volkskrant een breder debat plaatsvindt. In zekere zin

zou dit ook een vorm van 'pluriformiteit' kunnen zijn, zoals opgenomen in het PCM-Jaarverslag van 2007.

In de resultaten van de analyse is te zien dat in beide kranten twee thema's dominant zijn: de rol van de overheid en het functioneren van de markt, de financiële wereld en de actoren hierin. Andere topics, bijvoorbeeld de afhankelijkheid van Nederland van Amerika en/of de Europese Unie bleven op enkele uitzonderingen na onbesproken. Kunnen we uit deze twee thema's een duidelijk links-rechts verschil van politieke oriëntatie opmaken tussen de kranten? Kijkende naar de veelzijdigheid van voor- en tegenargumenten in de Volkskrant, en de slechts in beperkte mate aanwezige *echte* eigen mening van De Telegraaf kan worden gezegd van niet. Het pleiten voor politieke onafhankelijkheid van de Volkskrant en de beoogde niet-specifieke oriëntatie van De Telegraaf kan aan de hand van deze analyse en haar onderzoeksresultaten worden gesteld dat deze houdbaar zijn en er inderdaad geen duidelijke richting naar de linkse of rechtse zijde van het politieke spectrum door beide kranten wordt verkozen.

Met betrekking tot de ideologieën zijn er behalve in de verwijzingen naar het kapitalisme zijn er geen grote verschillen te ontdekken in het gebruik van ideologieën in de Volkskrant en De Telegraaf. Een opvallende overeenkomst is overigens ook nog dat in beide kranten de ideologieën worden gebruikt alsof iedereen weet wat de inhoud ervan is en ook worden verschillende ideologische concepten, bijvoorbeeld kapitalisme en neoconservatisme, makkelijk met elkaar in verband gebracht of zelfs gelijk aan elkaar gesteld. Daarnaast is te zien dat er, vooral in de Volkskrant, andere termen voor de ideologieën werd gebruikt zoals 'casinokapitalisme'.

Wat uit deze onderzoeksresultaten is af te leiden, is dat er door de Volkskrant en De Telegraaf een soortgelijk verhaal over de kredietcrisis wordt verteld. Dit is opmerkelijk, want aannemelijk is dat gezien de profilering van de kranten en de verschillen daartussen er een grotere verscheidenheid in de belichting en representatie van de kredietcrisis zou zijn. Bovendien zou dit een doel van de kranten kunnen zijn om zich van elkaar te onderscheiden en om individueel een dominante positie te verwerven van de vertelling van een bepaald verhaal waar het publiek zich 'het beste' in kan vinden, of wat het

meest aannemelijk is. Vanuit deze analyse blijkt het tegenovergestelde: deze kranten construeren voor het lezerspubliek gezamenlijk een beeld van de kredietcrisis.

De in deze analyse gevonden 'trucjes' om de boodschap een zekere dimensie mee te geven is interessant om nader te bekijken. Het volgende hoofdstuk zal dan ook ingaan op de retorische middelen die in de Volkskrant en De Telegraaf worden gebruikt. In deze analyse kan dan ook worden laten zien hoe bepaalde frames en topics meer opvallend kunnen worden gemaakt, en hoe de identiteitsprofilering van 'er een schepje bovenop doen' en 'journalistieke tegenkracht' van De Telegraaf wel of niet is terug te zien.

5. Discoursanalyse: tekst en retoriek

Nadat in het vorige hoofdstuk is geanalyseerd wat er over de kredietcrisis is geschreven in de Volkskrant en De Telegraaf wordt in dit hoofdstuk gekeken hoe de oorzaken, oplossingen en oordelen en de argumenten daarvoor zijn opgebouwd in de artikelen. Zoals in het Theoretisch kader en de uitleg van de gebruikte Methode al naar voren kwam, ligt de focus op het gebruik van retorische middelen in de artikelen die zijn geschreven door de redactie (of correspondenten / journalisten) en kennen zij geen specifieke aanleiding. Voor de Volkskrant zijn dit 36 artikelen, voor De Telegraaf zijn dit er 28.

Hiertoe zijn zeven soorten retorische stijlmiddelen onderscheiden:

1. Niet-specifieke subjecten
2. Afwezigheid van actoren
3. Nominalisatie
4. Non-definitie
5. Definitie
6. Common sense
7. Metaforen

In deze analyse wordt op dezelfde manier te werk gegaan als bij de framinganalyse. Per 'soort' worden de artikelen in de Volkskrant en De Telegraaf geanalyseerd en vergeleken. Hierbij is het belangrijk nog eens te benadrukken dat deze analyse niet bedoeld is om op kwantitatief niveau patronen te ontdekken. Zoals in de framinganalyse ook al is gebeurd, gaat dit hoofdstuk diep op de teksten in om zo verschillen en/of overeenkomsten in het gebruik van retorische middelen tussen de kranten bloot te leggen. Deze resultaten vinden vervolgens een reflectie op de theorieën over nieuws, journalistieke praktijk, objectiviteit en op de profilering van de kranten. Bovendien worden de bevindingen gerelateerd aan de resultaten die in de framinganalyse zijn gevonden. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk worden de resultaten gerelateerd aan de theorieën over discours.

5.1 Niet-specifieke subjecten

Het niet specificeren van subjecten kan op verschillende manieren plaatsvinden. Uit de Volkskrant is een eerste voorbeeld te halen dat duidt op een algemenering van subjecten. Een aantal zinnen uit *Crisis helpt 'oude politiek' slechts tijdelijk* (de Volkskrant, artikelnummer 1):

“Drijft de kredietcrisis de kiezer terug in de armen van de gevestigde orde?”

“Dientengevolge bindt de radicale oppositie in”

“Toch zijn de kenners er deze keer niet van overtuigd dat de winst van de middenpartijen bestendig is.”

Uit deze zinnen is te zien dat gesproken wordt in termen van *de kiezer*, *de gevestigde orde*, *de radicale oppositie*, *de kenners* en *de middenpartijen*.

Hierbij wordt niet duidelijk gemaakt wie of wat de gevestigde orde is.

Daarnaast wordt door het generaliserende lidwoord de gesuggereerd dat het om *alle* kiezers, kenners of middenpartijen gaat. Uit het artikel wordt wel duidelijk dat het om Nederland(ers) gaat, maar het oogt riskant te spreken over een eenduidige gebeurtenis (het terug in de armen drijven van de gevestigde orde) van miljoenen kiezende Nederlanders.

Het lidwoord de had in vorig voorbeeld betekenis, maar ook het ontbreken daarvan kan er voor zorgen dat subjecten niet worden gespecificeerd. Zoals in de zin:

“De AFM is al een jaar zeer kritisch over het gemak waarmee banken en andere financiële instellingen hypotheek verstrekken.” (de Volkskrant, *Banken te soepel bij geven leningen huizen*, artikelnummer 13).

Door niet te noemen om welke of hoeveel banken het precies gaat, kan uit deze worden begrepen dat alle banken gemakkelijk hypotheek verstrekken, of dat er bepaalde banken gemakkelijk hypotheek verstrekken. Dezelfde onduidelijkheid geldt voor financiële instellingen en hypotheek. De algemene lezing is echter de eerste, wat in de hand werkt dat het probleem, dat misschien eigenlijk maar voor enkele specifieke banken geldt, wordt gepresenteerd als een probleem dat voor elke bank in Nederland van toepassing is.

Een derde vorm van het niet specificeren van subjecten is het algemeniseren van de persoonlijk voornaamwoorden zoals 'we', 'onze', 'iedereen' en 'men':

"In al die jaren zijn we vele malen vlak langs de afgrond gegaan: de beurscrash van 1987, de Azië-crisis en de dotcom-crisis. Maar telkens viel het mee. Het gevolg was dat iedereen steeds onvoorzichtiger werd." (de Volkskrant, *Ik heb niet zoveel zitvlees*, artikelnummer 25).

In de lijn met de consequentie de formuleringen uit de vorige voorbeelden is hier ook een algemenisering te herkennen. 'We' suggereert dat iedereen langs de afgrond is gegaan, hoewel dan niet duidelijk is of dit de Nederlanders zijn, alle wereldburgers, of de actoren in de financiële sector. Ook door deze onduidelijkheid en het ontbreken van een verklarende context in de rest van het artikel zou de lezer zich aangesproken kunnen voelen als onderdeel van dit 'we'.

Uit de artikelen in de Volkskrant zijn deze drie vormen van het niet specificeren van subjecten gedestilleerd. Om een vergelijking met De Telegraaf te kunnen maken, is er maar één artikel nodig om te kunnen laten zien dat dezelfde vormen ook worden gebruikt.

"Terwijl we (*voorbeeld 3*) nu problemen snel moeten oplossen. Als de toezichtregels niet snel veranderen, lopen we nog maanden tegen grote verliezen op", aldus een bankier in de marge van de hoorzitting gisteren in de Tweede Kamer."

"Met het ineenstorten van hypotheekbeleggingen werden financiële instituten (*voorbeeld 2*) tot in Nederland geraakt." "Grote boosdoeners zijn volgens bestuurders de (*voorbeeld 1*) onrealistische boekhoudregels." (De Telegraaf, *Financiële top hekelt uitstel toezicht; Bestuurders zien bodem kredietcrisis*, artikelnummer 147).

Met betrekking tot het niet specificeren van subjecten kan er worden geconcludeerd dat er tussen de Volkskrant en De Telegraaf geen verschillen te ontdekken zijn. Bovendien heeft deze vorm van retoriek in de kranten een gelijke functie. Ten eerst wordt de 'problemen' van de kredietcrisis vaag gehouden op een manier waardoor de dominante lezing is dat het een algemeen en ieder aangaand probleem is. Daarnaast wordt de lezer nog eens persoonlijk aangesproken als onderdeel van het probleem door

ongedefinieerde en meervoudige ('we') persoonlijk voornaamwoorden te gebruiken.

5.2. Afwezigheid van actoren

De afwezigheid van actoren kan op een eerste manier plaatsvinden in de vorm van een vaagheid over wie die actoren dan zijn. In dergelijke gevallen wordt er dan wel een actor gegeven, maar zijn dit geen personen. Zie bijvoorbeeld:

“Heemskerk riep op de radio de bancaire wereld op te bekijken wat verkeerd is gegaan en wat is geleerd.” (De Telegraaf, *Banken zijn wel erg stil*, artikelnummer 166).

'De bancaire wereld' is in dit geval de actor, maar hier wordt mee bedoeld dat de *personen* in de bancaire wereld moeten bekijken wat er verkeerd is gegaan. Waarschijnlijk omdat het lastig is om te onderscheiden welke personen dat dan moeten doen (iedereen, of alleen de directeuren) wordt er een alomvattende term voor gebruikt. Zowel in de Volkskrant als in De Telegraaf gebeurt dit met 'de financiële wereld', 'de EU', 'Den Haag' en 'de overheden'. Het gaat in deze gevallen dus of om overheden of om instellingen uit de financiële wereld die als eenheid en actor worden neergezet, terwijl het instituties waar *mensen* werken, die die eenheid gezamenlijk vormen.

Deze abstrahering van personen naar 'dingen' of instituties kent voor de kredietcrisis de implicatie dat het een gebeurtenis is waar de verantwoordelijkheid of actie kan worden afgeschoven:

“Sarkozy liet ook weten dat Frankrijk zonodig optreedt als nationale banken ten prooi dreigen te vallen aan buitenlandse instellingen.” (De Telegraaf, *Vrije val beurzen stopt*, artikelnummer 195).

Wanneer deze zin was geformuleerd als “Sarkozy liet ook weten dat Frankrijk zonodig optreedt als buitenlandse instellingen de nationale banken overnemen”, of, als het eerste voorbeeld van de retoriek van de afwezigheid van actoren er in wordt verwerkt: “Sarkozy liet ook weten dat de Franse politici zonodig optreden als strategen van buitenlandse instellingen beslissen

om de nationale banken over te nemen”, dan is de gebeurtenis niet meer een gebeurtenis op zich, maar een actie die toe te schrijven is aan personen. Hoe zou dit gebruik verklaard kunnen worden? Kijkend naar de artikelen in de kranten, en het karakter van het opiniërende stuk zonder aanleiding, dan is het voor de auteurs die een boodschap willen overbrengen, om de exacte situatie te duiden. In de zin:

“Al eerder tijdens de huidige kredietcrisis doken verhalen op dat de boeken van Karl Marx ineens weer gretig aftrek zouden vinden.” (de Volkskrant, *Donkere dagen*, artikelnummer 32)

vinden de boeken blijkbaar gretig aftrek, maar dan moeten toch mensen deze boeken kopen. Wie dat dan zijn, en wat dat dan precies betekent voor de wereld is natuurlijk moeilijk te zeggen dus in die zin is het wijs dat de auteur zich daar niet aan waagt. Op deze manier komt de objectiviteit van het argument minder in het geding, maar wordt er wel een vaagheid gecreëerd.

Een verschil tussen de kranten in het gebruik van deze retoriek is dat in De Telegraaf de uitspraken worden gerelateerd aan andere bronnen. Dit was ook al een belangrijk onderzoeksresultaat in de framinganalyse. Op die manier is er in De Telegraaf in deze uitspraken nog steeds geen actor, maar krijgt de uitspraak wel een personificatie, zie het voorbeeld van “Sarkozy liet ook weten...” hiervoor.

Opvallend is dat het gebruik van dit retorische middel in beide kranten in contrast staat met de frame van het zoeken naar oorzaken voor de kredietcrisis. Het is immers aannemelijk dat er bij het beantwoorden van een schuldvraag wordt gezocht naar een zo specifiek mogelijk antwoord, maar dat is juist wat in veel gevallen ontbreekt. Niet in alle gevallen overigens, want soms wordt juist ineens weer heel specifiek ‘op de man’ gespeeld, dit geldt voornamelijk voor politici in het geval van het Oplossingenframe, duidelijk te zien in dit laatste voorbeeld

“Sarkozy legt 175 miljard euro opzij om een recessie te voorkomen.” (de Volkskrant, *Demp de crisis en redt klimaat met een plan*, artikelnummer 52).

5.3 Nominalisatie

Nauw in relatie tot de afwezigheid van actoren staat de nominalisatie van woorden, wat wil zeggen dat bij woorden die zowel een werkwoord als een zelfstandig naamwoord kunnen zijn toch voor de laatste vorm wordt gekozen. Dit is bijvoorbeeld goed zichtbaar bij het gebruik van de ideologie kapitalisme. In de framinganalyse was geconcludeerd dat zowel in De Telegraaf als in de Volkskrant naar deze ideologie het meest werd gerefereerd. Een voorbeeld uit De Telegraaf hiervan:

„In de DDR was deze kritiek op het kapitalisme verplicht. Vandaag de dag willen mensen vrijwillig Marx lezen. Dat is niet makkelijk.” (De Telegraaf, *De zoete wraak van Karl Marx*, artikelnummer 171).

‘Het kapitalisme’ is in dit artikel gepresenteerd als zelfstandig naamwoord, terwijl een alternatief voor deze zin het werkwoord kapitaliseren had kunnen bevatten. Het gebruik van dit werkwoord had een subject vereist: immers iemand moet dan ‘kapitaliseren’. Nu wordt het kapitalisme gerepresenteerd als een systeem, een ideologie, waar we in leven, wat boven ons staat, wat er *is*, en niet zozeer hoe de mens het economische systeem inricht. In de kranten is overigens vaker te zien dat er gebruik gemaakt is van het bijvoeglijke naamwoord ‘kapitalistisch’, veelal de toevoeging bij het ‘systeem’. Dit is een andere formulering, maar heeft dezelfde functie.

Nominalisatie gebeurt in bijna elk artikel dat voor deze analyse is geselecteerd. Het heeft de ene keer een belangrijkere functie met betrekking tot de afwezigheid van actoren dan de andere keer. Termen die in deze categorie veel voorkomen zijn onder andere ‘verandering’, ‘interventie’, ‘investering’ en ‘toezicht’. Ook hier is een relatie te zien met de topics van de frames. Duidelijk wordt in die gevallen, dat hoewel nominalisatie veelvuldig worden gebruikt, er niet aan wordt ontkomen om er, dan wel in dezelfde zin of later in de tekst, een subject aan te hangen die verantwoordelijk is.

5.4 Non-definitie

De betekenis van de retoriek van het niet geven van een definitie is met betrekking tot de berichtgeving over de kredietcrisis voornamelijk van

toepassing op 'grote begrippen'. Het is natuurlijk logisch dat in een artikel waar het woord 'geld' in staat daar geen definitie van wordt gegeven want een krant is geen encyclopedie of woordenboek. Echter, een begrip (zie hier met nadruk het gebruik van *begrip* in plaats van *woord*) zoals 'Rijnlands model' (de Volkskrant, *Sarkozy is groter gevaar voor Europa dan bankiers*, artikelnummer 68) is geen woord dat men dagelijks hoort of gebruikt. Het begrip vormt echter wel een essentieel element van een conclusie van dit artikel:

"Het Rijnlands model (...) heeft de laatste jaren beter heeft gefunctioneerd dan 'het kapitalisme a la francaise. Zo arrogant zijn de Duitsers nu ook wel weer."

Blijkbaar kan het Rijnlands model worden afgezet tegen het 'kapitalisme a la francaise', hoewel ook niet duidelijk wordt wat dat laatste precies betekent.

Dit geldt ook voor de politieke richtingen 'links' en 'rechts', waarnaar in de Volkskrant overigens vaker wordt verwezen dan in De Telegraaf. Er zijn wel algemene ideeën over wat een linkse en rechtse oriëntatie is, maar daar is zeker geen eenduidigheid over. Desondanks kunnen er ogenschijnlijk betekenisvolle uitspraken over worden gedaan:

"De 'linkse elite' (mensen zoals ik: Randstad, hoger opgeleid, aardig inkomen) krijgt de schuld van alle problemen die de samenleving zouden teisteren, althans, van rechtse politici, journalisten en websites. Nu valt links ongetwijfeld het nodige te verwijten, maar het is merkwaardig dat links als zondebok fungeert in een wereld die in sterke mate door rechts is gecreëerd." (de Volkskrant, *Deze tijd vraagt om linkse daden*, artikelnummer 91).

Auteur van dit artikel definieert duidelijk een 'linkse elite', maar niet wat daar nu links aan is. Daarnaast wordt gesteld dat er een wereld door 'rechts' is gecreëerd (zie ook hier weer de afwezigheid van actoren).

Voor de ideologieën kapitalisme, communisme en socialisme geldt dit eveneens. Een voorbeeld uit De Telegraaf:

"Niet alle financiële hervormingsvoorstellen van de SP worden door u hartelijk omarmd. U verdenkt de socialisten ervan dat zij de kredietcrisis gebruiken om hun gedachtegoed aan de man te

brenge. "Dat de SP komt met het schrappen van bonussen is logisch. De SP wil nu communistiche denkbeelden invoeren." Maar dat zal niet werken denkt u. Bovendien heeft de geschiedenis uitgewezen dat communisme niet werkt." (De Telegraaf, *Bonusverbod topmanagers*, artikelnummer 174).

In dit fragment is interessant dat de SP, 'de socialisten', 'hun gedachtegoed' aan de man brengen. Wat dan is, is niet duidelijk, hoewel het schrappen van bonussen er blijkbaar onderdeel van uit maakt. Vervolgens willen ze 'communistiche denkbeelden' gaan invoeren, waarbij ook de specificatie uitblijft. Vervolgens wordt ook nog gesteld dat is gebleken dat 'het communisme' niet werkt. Wat het communisme dan was, waarom het niet werkt wordt niet toegelicht. Ook het verband met de SP is op deze manier niet duidelijk. Omdat er geen definities worden gegeven van de 'grote' begrippen zijn de gelegde relaties niet transparant. Bovendien kan worden gesteld dat het onderscheid tussen socialisme en communisme vervaagt. Dit heeft een aantal consequenties. Ten eerste kan de zin door de lezer worden gelezen vanuit zijn eigen referentiekader, dus wat zij als communisme of socialisme definieert. Ten tweede, een belangrijker, kan de zin worden gelezen op basis van gegeneraliseerde ideeën over socialisme en communisme, gevoed met vooroordelen. Deze ideeën zijn vaak uitersten, waardoor bijna kan worden gezegd dat De Telegraaf hiermee een beeld van de SP als Russische volkspartij zou kunnen suggereren. Hoe het ook zij, dit voorbeeld laat zien dat het non-definiëren kan leiden tot verschillende betekenissen en interpretatiemogelijkheden, maar dat er wel een dominante lezing in verscholen zit.

Zoals in de framinganalyse geconcludeerd, worden de ideologieën in De Telegraaf vaak meer terloops genoemd dan in de Volkskrant. De Volkskrant gaat er dieper op in. Dit betekent dat de Volkskrant ook meer definities geeft, hoewel dit niet altijd helder gebeurt. Hoe dit gebeurt, wordt bekeken in de volgende paragraaf.

5.5 Definitie

Tegenovergesteld aan de non-definitie staat het geven van juist wel een definitie van een begrip. Het gaat er in deze niet zo zeer om welke definitie er

gegeven wordt, maar hoe deze wordt geformuleerd en geconstrueerd. Dit kan op een redelijke expliciete manier, zo:

“Het geloof in de idealen van de vrije markt is dit jaar na de zomer verdwenen als sneeuw voor de zon. Wat begin 2008 nog de vrije markt heette, wordt nu het casinokapitalisme of struikroverkapitalisme genoemd.” (de Volkskrant, *Wij hebben de crisis zelf veroorzaakt*, artikelnummer 10).

Hier is al een reflectie te zien op het begrip ‘vrije markt’. Wat dat voor de kredietcrisis aanduidde kan nu niet meer zo worden genoemd; nu is de term ‘casinokapitalisme’ of ‘struikroverkapitalisme’ daarvoor in de plaats gekomen. Dit suggereert dat niemand de term vrije markt nog gebruikt of dat deze term in ieder geval niet meer zo valide is. De zinsnede ‘wordt nu’ veronderstelt dat het zo *is*. Dit staat in contrast met andere artikelen in de Volkskrant waar de term nog wel wordt gehanteerd.

Vaak worden de definities, of elementen van een definitie wat minder manifest gegeven:

“Hoog op de Europese agenda staat het vaststellen van regels om het toezicht op de banken te verbeteren. Maar Monika Sie wil het 'momentum' ook gebruiken om 'allerlei dossiers die al heel lang vastzitten' aan te pakken. Zoals de belastingparadijzen. 'Ondernemingen en hoge inkomens betalen steeds minder belasting. De belastinginkomsten komen in toenemende mate uit de omzetbelasting. Zoals econoom Arie van der Zwan opmerkte tijdens een WBS-debat over de financiële crisis, is dat een kenmerk van onderontwikkelde economieën: afhankelijkheid van omzetbelasting, omdat je niet in staat bent voldoende inkomstenbelasting binnen te halen.' Een ander voorbeeld van de 'beteugeling van het kapitalisme' die Sie wenselijk acht, is meer invloed van werknemers op het bestuur van de onderneming, en matiging van de beloningsverschillen” (de Volkskrant, *Kredietcrisis is buitenkans voor Europa*, artikelnummer 34).

Er wordt eerst een voorbeeld gegeven van de vermindering van de afhankelijkheid van de omzetbelasting. Achteraf wordt gezegd dat dit in voorbeeld van ‘de beteugeling van het kapitalisme’ is, waardoor er gesteld kan worden dat in dit artikelen belastingparadijzen een onderdeel van het kapitalisme is. Om dit te ontdekken wordt er een kritisch en reflectief lezen geëist, waarvan verondersteld kan worden dat een groot deel van de lezers dit niet doet, zelfs niet de hoogopgeleide lezer waar de Volkskrant naar eigen

zeggen richt op doelt. Een meer realistischere veronderstelling is dat menig lezer de stelling voor waarheid aanneemt. Is dit iets wat alleen in de Volkskrant gebeurt? Nee, uit de artikelen in De Telegraaf zijn er ook voorbeelden genoeg te halen. Eén van deze:

“Strengere regels en veel strakker toezicht, klinkt het dezer dagen alom. Critici van de vrije markt zien in de alsnog in alle hevigheid overgewaaide kredietcrisis hun kans schoon het in hun ogen veel te liberale toezicht op de financiële sector onderuit te halen. Een discussie die overigens totaal niet nieuw is, want in Europa wordt al jaren geworsteld over meer transparantie en versterking van controlemechanismen. Met tot dusver erg weinig resultaat. Hoofdoorzaak is de enorme ideologische tegenstelling binnen de unie, waar een aantal landen, waaronder Frankrijk en Italië, vurig voorstander is van strenge regels en overheidsingrijpen, terwijl met name Duitsers, Scandinaviërs en Britten huiveren van te veel bemoeienis en vooral zelfregulering koesteren.” (De Telegraaf, Brandweer, artikelnummer 221).

Op impliciete wijze wordt hier de liberale ideologie gedefinieerd als niet transparant met niet zo sterke controlemechanismen, huiveren van bemoeienis en zelfregulerend. Bovendien staat de liberale ideologie hier gelijk aan de vrije markt.

Of de definities nu wel of niet met ‘de’ waarheid overeenkomen of niet, doet niet ter zake. Het punt is dat ze worden gerepresenteerd *als de waarheid* waardoor er geen ruimte voor discussie of alternatieve interpretatie overblijft. Deze vorm van definiëren en waarheidsvinding kan worden doorgetrokken naar het volgende retorische stijlmiddel: de common sense.

5.6 Common sense

Bij de retoriek van het definiëren is al ontdekt dat door de manier van definiëren de auteur van het artikel een (mogelijke) waarheid kan representeren als de waarheid. Deze waarheidsbenadering kan ook plaatsvinden op een andere manier, middels de common sense, vertaald in het Nederlands naar zoiets als ‘als algemene kennis veronderstelt’. Een voorbeeld maakt dit wat concreter:

De crisis is voor veel mensen ongrijpbaar. "Van 30.000 euro aandelen is nog een derde over", vertelt Hans van der Eerden. "Wie heeft dit veroorzaakt? We willen de dijk met een vinger

dichten, maar lijken niet te weten waar het water vandaan komt." (De Telegraaf, *Wat is nu wijsheid?*, artikelnummer 199).

Vooraf de eerste zin is relevant, want hierin wordt gesteld dat de crisis ongrijpbaar is voor veel mensen, wat veronderstelt dat veel mensen het hebben geprobeerd, maar het niet gelukt is, hoewel het niet zo indenkbare is dat er een onderzoek of proef geweest is naar het grijpen van de kredietcrisis. Het kan ook nog op een duidelijkere manier:

"Het is logisch dat de steunmaatregel van de Nederlandse overheid gisteren niet voor rust op de Amsterdams beurs heeft gezorgd, "Het is niet de bedoeling van de maatregel dat de beurs erdoor opkrikt", stelt hoogleraar economie Lars Bovenberg van de Universiteit van Tilburg" (De Telegraaf, *Beurzen zoeken bodem*, artikelnummer 201).

Door de toevoeging 'het is logisch' wordt verondersteld dat het niet anders kon dat de overheid gisteren niet voor rust op de Amsterdamse beurs heeft gezorgd. Echter, zoals al eerder te zien was, wordt deze assumptie wel gestaafd door een uitspraak van een ander (Lars Bovenberg) die er een verklaring voor geeft dat het niet logisch was. Dit gebeurt ook in het voorgaande voorbeeld van De Telegraaf, en sluit aan bij de eerdere bevinding dat hoewel de retoriek van common sense plaatsvindt, dit toch gerelateerd wordt aan anderen, die de common sense beargumenteren en daardoor iets relativeren. In de Volkskrant gebeurt dit niet, of in ieder geval minder. Hieronder een tweetal voorbeelden:

"De kredietcrisis heeft het verlamme gekibbel in de Europese Unie over een nieuw huishoudelijke reglement - het Verdrag van Lissabon -- weggeblazen. De EU zit weer in de cockpit van de mondiale ontwikkelingen, klinkt het tevreden. Op financieel terrein is dat zeker het geval. Op initiatief van de EU komt er in november een internationale conferentie die de grondslagen moet leggen voor een nieuwe financiële wereldorde." (de Volkskrant, *Met trekkend been stap voorwaarts*, artikelnummer 97).

"Tegelijkertijd wordt de behoefte aan controle groter. Van de Rabobank willen we nog wel geloven dat ze goed op onze centen past, maar bij die IJslanders zijn we daar toch minder zeker van." (de Volkskrant, *Met bonussen bereikt bedrijf vaak tegenovergesteld effect*, artikelnummer 79).

Uit deze voorbeelden komt naar voren dat voegwoorden bij de common sense betekenisvol kunnen functioneren. Ook het gebruik van ‘we’ komt hier wederom voor, zodat de lezer zich aangesproken voelt als medestander van het ingenomen standpunt.

De ultieme common sense vorm als in ‘iedereen ziet toch dat de kredietcrisis de schuld is van de bankiers’ is in zowel de Volkskrant als in De Telegraaf niet teruggevonden.

5.7 Metaforen

Het laatste retorische middel dat in zijn gebruik wordt geanalyseerd is de metafoor. De metafoor is een vorm van beeldspraak, maar deze mogen niet worden verward. Een paar voorbeelden van beeldspraak om straks het verschil te kunnen zien:

“Wie dan leiderschap toont, is spekkoper” (de Volkskrant, crisis helpt oude politiek slechts tijdelijk, artikelnummer 1).

“Hoogleraar leiderschap Manfred Kets de Vries heeft zich als psychoanalyticus gespecialiseerd in topmannen. Aan de meesten van hen zit een steekje los” (de Volkskrant, De topman heeft altijd gelijk, vindt hij, artikelnummer 20).

“Sarkozy wil zelfs nog verder gaan via allerlei overheidsbemoeyenis en het isoleren van belastingparadijzen” (De Telegraaf, Europa slijpt de messen, artikelnummer 177).

Met enige zekerheid kan worden gezegd dat er in elk van de 225 artikelen wel een beeldspraak zit. De betekenis daarvan niet moedwillig degenerend, worden ze in deze paragraaf niet verder behandeld. De metafoor is hetzelfde als de beeldspraak door de vergelijking met een term uit een ander domein, maar onderscheid zich doordat die term niet in een 1- op 1-relatie betekenis heeft.

In de artikelen in De Telegraaf wordt bijvoorbeeld teruggegrepen naar de metafoor van de kredietcrisis als oorlog(sgevecht):

“De ene bank leek nog minder getroffen door de crisis dan de andere” (De Telegraaf, Financiële top hekelt uitstel toezicht; Bestuurders zien bodem kredietcrisis, artikelnummer 147).

"Banken zouden, vanwege hun maatschappelijke taak in het betalingsverkeer, uit handen van volatiele aandeelhouders moeten blijven", stelt Bert Heemskerk van de coöperatieve Rabobank." (De Telegraaf, Financiële top hekelt uitstel toezicht; Bestuurders zien bodem kredietcrisis, artikelnummer 147).

"Jarenlang was Karl Marx van de Duitse leestafels verbannen." (De Telegraaf, de zoete wraak van Karl Marx, artikelnummer 171).

"Het plan lijkt een beetje op de schothagemethode." (De Telegraaf, Op goed geluk, artikelnummer 171).

Ook in de Volkskrant komt deze metafoor voor, hoewel minder vaak:

"Als de maatregelen van het kabinet niets blijken uit te halen, zet de oppositie de aanval in en raken de kiezers op drift." (de Volkskrant, *Crisis helpt oude politiek slechts tijdelijk*, artikelnummer 1).

"Als er een zware crisis komt, zullen de mensen in de derde wereld het meest getroffen worden." (de Volkskrant, *Ik heb niet zoveel zitvlees*, artikelnummer 25).

Een volgende metafoor die in beide kranten wordt gebruikt is de natuurmetafoor, verwijzend naar natuurlijke fenomenen:

"Als de overheid gaat beknibbelen bij economische tegenwind" (de Volkskrant, *PvdA wil debat over staatsinterventie*, artikelnummer 9).

"In al die jaren zijn we vele malen vlak langs de afgrond gegaan: de beurscrash van 1987, de Azië-crisis en de dotcom-crisis." (de Volkskrant, *Ik heb niet zoveel zitvlees*, artikelnummer 25).

"Zelfs na de oliecrises in 1974 en 1979 wist het Westen het hoofd nog boven water te houden." (de Volkskrant, *Verrassende comeback van John M. Keynes*, artikelnummer 53).

"De nieuwe regeling kwam in een stroomversnelling terecht nadat in België grote ophef was ontstaan over de gigantische vertrekregelingen voor falende topmanagers van Fortis en Dexia." (De Telegraaf, *Beloning België beknort*, artikelnummer 157).

Vervolgens is er de huizenmetafoor:

"Landen als China, India en Rusland kloppen aan de deur, terwijl ook regionale machten als Iran en Brazilië hun plek op het wereldtoneel opeisen." (De Telegraaf, *Supermacht VS: Hoe lang nog*, artikelnummer 169).

"Bovendien vindt u dat er een plafond moet worden ingesteld voor de hoogte van de bonussen." (De Telegraaf, *Bonusverbod topmanagers*;

Meer overheidstoezicht nodig op financiële sector, artikelnummer 174).

“Twintig jaar nadat het communistische systeem is ingestort, verkeert de kapitalistische wereld in een megacrisis: aandelenmarkten kelderen, banken dreigen bankroet te gaan, huizenprijzen storten in, pensioenfondsen kraken en regeringen vallen.” (de Volkskrant, *Wij hebben de crisis zelf veroorzaakt*, artikelnummer 10).

En de metafoor van ‘werken in de tuin’, alleen te zien in De Telegraaf:

“De Fransman bepaalde gisteren dat 27 EU-leiders op 7 november reeds tijdens een ingelaste crisistop in Brussel bijeenkomen, om te praten over de kredietcrisis en vergaande plannen om het financiële stelsel op de schop te gooien” (De Telegraaf, *Europa slijpt de messen*, artikelnummer 177).

“Het tijdelijke gebrek aan leenkracht kan de bijl zijn aan de wortel van de groei van gezonde bedrijven.” (De Telegraaf, *Deja Vu*, artikelnummer 191).

Titel artikel Telegraaf “*FBI mocht niet graven in fraude; Terrorisme had prioriteit boven hypotheekcrisis*” (artikelnummer 183).

Als laatste voorbeeld is dat middels een grote verscheidenheid aan metaforen ‘beweging’, ‘snelheid’ en ‘kracht’ kunnen worden geduid:

“Maandagochtend blijkt het wonder zich desondanks te voltrekken: de beurzen veren krachtig op, het vertrouwen tussen banken herstelt zich.” (de Volkskrant, *Sarkozy en Brown trekken samen financiële crisis vlot*, artikelnummer 108).

“Met een snelreinvaart leggen overheden de salarissen van bankiers aan banden. In Nederland krijgt de nieuwe topman van ABN Amro, Michael Enthoven, een ambtenarensalaris van circa 90 *duizend euro*.” (de Volkskrant, *Crisis dwingt tot aanpakken bonussen*, artikelnummer 100).

“Sarkozy wil zelfs nog verder gaan via allerlei overheidsbemoedienis en het isoleren van belastingparadijzen. Grote vraag is of de tot dusver een liberale koers varende Amerikanen de EU willen volgen.” (De Telegraaf, *Europa slijpt de messen*, artikelnummer 177).

Niet alleen de Amerikaanse, Europese en Aziatische economieën lijden onder het verkillende economische klimaat, ook in Midden- en Oost-Europa, Latijns-Amerika en Japan gaat het bergafwaarts.” (De Telegraaf, *AEX sinds '03 niet zo laag*, artikelnummer 150).

Uit deze voorbeelden wordt duidelijk dat er in beide kranten een grote variëteit aan metaforen wordt gebruikt. Tussen de kranten is niet veel verschil te zien

in de soorten metaforen, maar ze komen in De Telegraaf frequenter voor. De betekenis van deze metaforen ligt in het beeldend schrijven; lezers gaan zich bijna automatisch een voorstelling in hun gedachten maken waardoor er een beleving van de inhoud van het bericht ontstaat.

5.8 Retoriek en discours resumerend

Na het overzicht van het gebruik van retoriek in de Volkskrant en De Telegraaf is te zien dat verschillende soorten retorische middelen en manieren in en door beide kranten worden gebruikt. Er lijkt dus een grote overeenkomstigheid te zijn. De verschillen tussen de kranten bevonden zich op een niveau van hoe vaak de middelen worden ingezet; in De Telegraaf worden bijvoorbeeld vaker metaforen gebruikt, en in de Volkskrant zijn er meer definitives gegeven van 'grote begrippen'. Omdat deze analyse niet kwantitatief gericht is, kunnen hier geen verdere conclusies aan worden verbonden. Voor deze analyse is het een belangrijk gegeven dat in beide kranten veelvuldig gebruik wordt gemaakt van retoriek en dat daar (al) de betekenis in zit. Het gebruik van retoriek kan met een aantal concepten uit de Leidraad voor de Journalistiek en de identiteitsprofilering van de kranten in paradoxaal verband worden gebracht:

Retoriek in de Volkskrant en De Telegraaf
Waarheidsgetrouwheid, Objectiviteit, Controleerbaarheid
Onafhankelijkheid
Verslaggeving van <i>de</i> werkelijkheid

Want reflecteren we de retoriek op objectiviteit, als 'waarheidsgetrouwheid', 'onderscheid tussen feit en mening' en 'controleerbaar beeld' gedefinieerd in de Leidraad voor de Journalistiek, dan lijken deze twee concepten ver van elkaar af te staan. Wat is er immers waarheidsgetrouw aan de stelling die in één van de Volkskrant-artikelen wordt ingenomen dat door de kredietcrisis "de behoefte aan controle is toegenomen" en welk controleerbaar beeld heeft de lezer van de bewering: "Landen als China, India en Rusland kloppen aan de

deur” dat in één van de artikelen van De Telegraaf wordt geschetst. Duidelijk wordt dat door het gebruik van retorische middelen de scheiding tussen feit en mening, tussen weergave en interpretatie, niet houdbaar is.

In het licht van de profilering van de kranten staat deze objectiviteit al ter discussie. Waar de Volkskrant stelt dat het een ‘onafhankelijk oordeel geeft’ is in deze analyse te zien dat dit oordeel niet onafhankelijk is, omdat het geen oordeel is dat expliciet uit naam van de Volkskrant wordt geschreven, wat zich had kunnen uiten in een zin als ‘De Volkskrant denkt dat...’ of ‘Bij ons op de redactie komt het over alsof’. Ook bij De Telegraaf is een paradox te zien tussen de objectiviteit uit de Leidraad en de eigen doelstellingen, bijvoorbeeld dat Paradijs zegt dat hij “niet te beroerd is om er een schepje bovenop te doen”. Het tegenargument dat de onderzochte artikelen opiniërend van aard zijn en dat objectiviteit derhalve niet het doel is, biedt hier geen tegenwicht voor. Er worden immers geen persoonlijke meningen uitgedragen, maar beweringen over hoe de kredietcrisis in elkaar zit. Niet wat een redacteur, correspondent of journalist van de krant daar van *vindt*, maar hoe het *is*.

Dit is waar hier het raakvlak met discours wordt bereikt. In de lijn met de opvattingen van Fairclough over discours kan worden gesteld dat de manier van spreken over de kredietcrisis in deze kranten een bepaalde representatie van een bepaalde werkelijkheid betreft. Bovendien zijn de artikelen eindproduct van een sociaal proces en een discursief proces. In de framinganalyse was te zien welke perspectieven er op de kredietcrisis zijn uitgedragen, en hierin waren wel enkele verschillen te ontdekken. Maar de manier waarop deze perspectieven worden uitgedragen is voor beide kranten hetzelfde. Dit impliceert dat de journalistieke en discursieve praktijken die vooraf gaan aan de publicatie overeenkomstig zijn. Uit deze analyse is namelijk te zien dat beide kranten er naar streven om middels taal hun *bepaalde* perspectief op *een bepaalde* werkelijkheid van de kredietcrisis zo te construeren dat deze oogt identiek te zijn als *de* werkelijkheid. Door het inzetten van retorische strategieën met als doel te overtuigen van de waarheid van de standpunten en argumenten wordt het beeld dat de lezer over de kredietcrisis heeft geconstrueerd. Door de ogenschijnlijke

geslotenheid van de argumentatie door de retoriek de lezer weinig tot geen interpretatie- of tegenstandruimte. Het journalistieke discours, en de inhoud daarvan die is onderzocht in de framinganalyse, van en in deze kranten heeft het daarom in zich om dominant te worden en richtinggevend te zijn voor de manier waarop wij, als lezers van deze kranten, spreken over de kredietcrisis in de overtuiging dat het de waarheid is. Een gegeven dat nog eens wordt versterkt door de machtige positie van de media en de bijkomstigheid dat wij als lezers aangewezen zijn op deze kranten voor informatie over de kredietcrisis.

Deze semi-conclusie vormt de voorloper voor het volgende hoofdstuk, de conclusie. In de conclusie worden de onderzoeksresultaten van deze en van de vorige analyse gekoppeld en worden de onderzoeksvragen beantwoord. Gezamenlijk worden de onderzoeksresultaten in de bredere theoretische, wetenschappelijke en maatschappelijke context geplaatst.

6. Conclusie

6.1 Conclusie

Dit onderzoek is gestart naar aanleiding van een verwondering over een artikel over de kredietcrisis in het NRC Handelsblad. In dit onderzoek is gekozen om de berichtgeving over de kredietcrisis in de Volkskrant en De Telegraaf te analyseren, omdat de verwachting was dat er grote verschillen zouden zijn gezien de reputatie van de kranten. In het theoretisch kader is daarom een uiteenzetting gegeven van hoe de kranten zich profileren, ook in het licht van de historie. Daarnaast was er aandacht voor theorieën over journalistieke praktijken en de constructie van nieuws, om een context te geven hoe de onderzochte opiniërende artikelen in de krant terecht komen. Een belangrijk onderdeel van de gebruikte theorieën ging over objectiviteit. Ten behoeve van een achtergrond van de twee analyses in dit onderzoek is in dat hoofdstuk uitgelegd wat framing is, wat frames zijn en welke functie deze kunnen hebben. Als laatste zijn twee theorieën over discours gegeven, de eerste van grondlegger Michel Foucault, de tweede, die relevant was voor dit onderzoek, van Norman Fairclough, waarbij retoriek een centrale rol speelt.

Vervolgens zijn er twee analyses uitgevoerd. De eerste was een framinganalyse, die deels kwantitatief georiënteerd was, maar waarbij de kwalitatieve interpretatie van de resultaten minstens zo belangrijk was. In deze analyse is laten zien wat de kranten over de kredietcrisis schrijven, hoe zich dat verhoudt tot hun profilering en welke belangrijke overeenkomsten en verschillen er te ontdekken waren tussen de kranten. Hier kwamen de belangrijkste en dominante frames en onderwerpen, gedefinieerd in categorieën en topics naar voren.

De tweede analyse, waarbij de onderzoeksdata zich reduceerde tot opiniërende artikelen zonder specifieke aanleiding van de redactie van de kranten zelf, was een kwalitatieve discoursanalyse. Hierbij lag de focus op het inzetten van retorische middelen als strategie om lezers te overtuigen van de validiteit van de gegeven standpunten en argumenten. Hierbij is niet verder ingegaan op de inhoud van deze standpunten, daar deze in de eerste analyse reeds waren aangetoond. Uitgangspunt van de discoursanalyse was

wederom het aantonen van verschillen en overeenkomsten tussen de kranten. In beide analyses is veelvuldig gebruik gemaakt van voorbeelden uit de artikelen om zo de interpretatie van de betekenis van de onderzoeksresultaten te kunnen illustreren en duiden. Aan het eind van beide analyses is een *resumé* gegeven met een concluderend karakter, om zo de gestelde deelvragen van dit onderzoek (al) te kunnen beantwoorden.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt: *Vanuit welke kaders wordt er over de kredietcrisis geschreven en hoe wordt dat gedaan?*

Duidelijk uit deze hoofdvraag wordt dat deze zich opsplitst in een gedeelte *wat* en een gedeelte *hoe*. Het eerste gedeelte laat zich beantwoorden door de framinganalyse. De kaders die zijn gehanteerd in de opiniërende artikelen in zowel de Volkskrant als De Telegraaf zijn een oorzakenframe, een oplossingenframe, een moreel oordeelframe en ideologiefame. Het is interessant dat deze kaders in beide kranten dominant zijn en vanwege deze gelijkens is het aannemelijk om te stellen dat het hanteren van deze kaders een algemeen gangbare manier van spreken over de kredietcrisis is. Dat de kranten dezelfde frames gebruiken wil niet zeggen dat de inhoud van deze frames hetzelfde is, en dat er dus geen verschillen tussen de kranten te vinden zijn.

Daarom zijn de frames aan de hand van topics nader geanalyseerd. Hieruit zijn drie belangrijke verschillen ontdekt. In de Volkskrant is te zien dat er een evenwichtigere balans tussen het aandragen van tegenovergestelde dimensies van topics, bijvoorbeeld wel of niet pleiten voor meer overheidsinvesteringen, dan in De Telegraaf, waar vaker één van die dimensies de overhand had. Dit duidt op een breder en veelzijdiger debat in de Volkskrant. Een tweede verschil is dat de Volkskrant meer context biedt bij de uitgedragen standpunten, zoals bepaalde oorzaken of oplossingen. Een laatste verschil dat is ontdekt tussen de kranten is dat De Telegraaf de standpunten en argumenten vaker toeschrijft aan uitspraken of meningen anderen. Dit wil enerzijds zeggen dat de krant zelf minder expliciet is in haar mening, maar anderzijds moet er toch betekenis aan worden gehecht. Dit in het licht van nieuwsgaring en het gebruik van nieuwsbronnen, waar de krant

keuzes heeft gemaakt om over bepaalde onderwerpen bepaalde bronnen wel of niet te horen. Deze verschillen zeggen overigens niets over de frames zelf, maar over de invulling en de manier waarop de frames zijn gehanteerd in de artikelen. Door de veelzijdigheid van het debat in de Volkskrant enerzijds en de mindere mate van expliciete in De Telegraaf anderzijds, is het moeilijk om een duidelijk verschil of overeenkomst in een rechts-links profilering aan te tonen.

Tweede deel van de vraag luidt hoe deze kaders en de onderwerpen daarbinnen worden gepositioneerd in de artikelen. Dit deel van de vraag is minstens zo belangrijk, omdat hiermee onderzocht kan worden hoe de frames en de topics daarbinnen *persistence* en dominantie kunnen verwerven binnen het scala van mogelijkheden van manieren, van discoursen, om te spreken over de kredietcrisis. In de discoursanalyse die dit deel van de vraag beantwoord is laten zien dat het strategisch inzetten van retorische stijlmiddelen hierin essentieel is. Door het op een bepaalde manier geven van een definitie, of juist niet, door er op aan te sturen dat begrippen als *common sense* worden verondersteld of door het gebruik van metaforen construeren de auteurs van de artikelen de frames, de topics, de standpunten en de meningen van en over de kredietcrisis. Ook in deze analyse bleken de overeenkomsten tussen de kranten opvallend groot. Belangrijkste onderzoeksresultaat van deze analyse, en tevens de beantwoording van dit deel van de hoofdvraag, is dat het inzetten van retorische middelen het doel heeft om te overtuigen van de waarheid en juistheid van de door de kranten voorgestelde presentatie van de werkelijkheid. De retoriek zorgt ervoor dat argumenten niet voor de overtuiging van een standpunt hoeven te zorgen, omdat de overtuiging al in het standpunt zelf zit door het claimen van *de* representatie van *de* werkelijkheid.

In het licht van de profilering van de Volkskrant en De Telegraaf is dit een opmerkelijke en interessante conclusie. Waar enkele waarden van de Volkskrant 'onbevangenheid', 'spiegel van de samenleving', 'zelfstandigheid' en 'betrouwbaarheid' zijn, is dit vanuit de onderzoeksresultaten niet terug te zien. Dit geldt evenmin voor de uitspraken van De Telegraaf over 'de beste

representatie van de werkelijkheid', 'onderscheidendheid', en tevens 'betrouwbaarheid'. Want hoe zijn zelfstandigheid en onderscheidenheid te duiden als er zoveel overeenkomsten tussen de kranten zijn? Waar is betrouwbaarheid terug te vinden als de frames, standpunten en meningen weinig tot geen ruimte over laten voor controle op waarheid, discussie of andere interpretaties van de werkelijkheid? Hoe kunnen we de Volkskrant zien als spiegel van de samenleving en De Telegraaf als representant van de werkelijkheid als ons slechts hun beeld van de samenleving en werkelijkheid wordt voorgehouden? Welk referentiekader is er dan om dit te kunnen beoordelen? Door het discours dat in de kranten wordt vertoond komt de lezer voor een epistemologisch dilemma te staan.

Deze paradox is ook terug te zien in de noties van objectiviteit en objectieve berichtgeving, gedefinieerd in termen van *de* waarheidsvinding van *de* werkelijkheid en neutraliteit van Westerstahl, en in de Leidraad voor de Journalistiek gedefinieerd in termen van scheiding van feit en mening en het scheppen van een controleerbaar beeld. In de analyseresultaten is meerdere malen terug te zien dat in beide kranten de op deze manieren gedefinieerde objectiviteit niet wordt gehandhaafd, hoewel dit wel (zonder de term expliciet te noemen) wordt gepropageerd in de profilering van de kranten. In dit onderzoek is aangetoond dat door het gebruik van retoriek objectiviteit per definitie niet kan worden bereikt. Dit is ook niet het doel, en dus ook niet erg. Problematisch wordt het pas als retorische middelen worden ingezet in een omgeving waar objectiviteit als een hoogste goed wordt beschouwd: in de krant.

Gezien de overeenkomsten tussen de kranten kan worden gesteld dat er geen sprake is van een specifiek discours van de Volkskrant of van De Telegraaf, maar een algemeen discours van het spreken over de kredietcrisis. Het is nu erg verleidelijk om te stellen dat er een journalistiek discours is van het spreken over de kredietcrisis en hoewel de representativiteit van deze kranten te gering is voor de hele Nederlandse pers, doe ik het toch. In beide kranten wordt er een zelfde verhaal over de kredietcrisis uitgedragen, en bovendien wordt dit verhaal op eenzelfde manier geconstrueerd. Als we dit reflecteren op de theorieën van Foucault, zien we dat de krantenjournalistiek

op zich niet zo zeer een *site of struggle* vormt, waar wereldbeelden worden onderhandeld en waar afzonderlijke kranten proberen om hegemonie te verkrijgen, maar dat dit veld binnen de gehele maatschappij als één *site* kan worden aangemerkt. Dit betekent, in termen van Fairclough, dat de journalistiek zich als een geheel inzet voor het vormen van ons 'kennissysteem' over de kredietcrisis.

Een verklaring hiervoor kan zijn dat er inderdaad in de grotere sociale context een debat plaatsvindt over oorzaken, gevolgen, oordelen en ideologieën en dat dit debat wordt gereflecteerd in de kranten. Een andere verklaring zou zijn dat lezers deze onderwerpen nu eenmaal graag willen lezen. Beide verklaringen sluiten de constructieve functie van de journalistiek uit. Wat dit onderzoek laat zien is dat door de manier waarop de inhoud van het discours is gevormd middels herhaling van argumenten en overtuiging, de journalistiek het debat en de opinies over de kredietcrisis vorm kan geven en kan sturen. Dat de journalistiek doormiddel van het strategisch inzetten van taal een claim op de waarheid en werkelijkheid kan leggen. En dat de media een dergelijke grote functie in het verschaffen van informatie heeft dat de consequenties van het taalgebruik en de invloed daarvan op de aannemelijkheid en oncontroleerbaarheid van de inhoud groter zijn dan menigeen denkt. De combinatie van deze waarheidsclaims en het vertellen van één consistent en congruent verhaal over de kredietcrisis door de Nederlandse journalistiek zorgt ervoor dat het publiek als sociaal veld een zwakke positie krijgt toegewezen in de figuurlijke hegemonische strijd om zich een eigen afwijkend verhaal over de kredietcrisis te kunnen vormen.

Zoals Fairclough al zei: niet alles is discours. Dit onderzoek claimt dan ook niet dat de kredietcrisis niet bestaat en dat alle informatie wat in de kranten staat zich niet verhoudt tot de werkelijkheid. Wat uit dit onderzoek duidelijk wordt, is dat de journalistiek, de media om het nog gevaarlijker te vergroten, moet worden beschouwd als losstaand van de werkelijkheid omdat er iets fundamenteels tussen staat: taal.

6.2 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek gaat in op een onderwerp waar vandaag de dag (anno juni 2009) in allerlei domeinen over wordt gesproken. In werkgerelateerd verband, in de politiek en in dagelijkse interpersoonlijke conversaties is de kredietcrisis een heikel onderwerp. Discussie en debat staan hierin centraal. De media heeft hier met haar berichtgeving een grote input in wat betreft informatie en inzichten. Wat dit onderzoek wil laten zien is dat deze input fundamenteel is voor de inhoud en de manier waarop wij spreken over de kredietcrisis, maar dat aan deze inhoud een beperkt waarheids- en werkelijkheidsgehalte kan worden toegekend, omdat is aangetoond dat zij voor een belangrijk deel bestaat uit constructies en overtuigingsstrategieën van kaders, standpunten en argumenten door de kranten. De taal van de kranten moet kritisch worden bekeken om informatie te kunnen destilleren van opinies. De informatie moet worden gezien als een gekozen representatie van een gekozen deel van de werkelijkheid en dient door een lezer als opvatting te worden begrepen, niet als feit.

Wetenschappelijk is dit onderzoek voornamelijk methodisch relevant. Framinganalyse en discoursanalyse zijn niet nieuw; de combinatie die hier is gehanteerd is echter ongebruikelijker. Eerder is al gesteld dat in framinganalyse de neiging om betekenis toe te kennen aan kwantitatieve resultaten gangbaar is. Dit onderzoek toont aan dat kwantiteit op zich zelf geen resultaat vormt, maar dat het juist goed kan functioneren als aanleiding voor een kwalitatieve analyse. Door het gebruiken van *close text* voorbeelden uit de artikelen zelf worden de frames van een abstract naar een heel concreet niveau getild, wat de duiding van de betekenis ervan aannemelijker maakt.

Daarnaast laat dit onderzoek zien dat de analyse van de frames en topics heel relevant zijn om de inhoud van de berichtgeving te kunnen weergeven. Echter, dit zegt nog niets over hoe de informatie is weergegeven en hoe bepaalde assumpties een dominante positie kunnen verwerven. Daarom heeft dit onderzoek er een discoursanalyse gekoppeld die complementair aan de framinganalyse functioneert. Zo konden de

opvallendheden uit de eerste analyse nader worden onderzocht. Door de focus op retoriek kon de overtuigingsstrategie van de kranten worden achterhaald. Door de combinatie van de framinganalyse en discoursanalyse is het mogelijk de artikelen op verschillende niveaus te onderzoeken en kan er zowel naar grote structuren en patronen worden gezocht, naar invullingen hiervan en naar concrete voorbeelden uit de tekst zelf.

Dit onderzoek is uniek omdat het framing- en discoursanalyse koppelt aan profilering van de kranten en het objectiviteitparadigma. Op deze wijze is een veelzijdig beeld geschetst van zowel de inhoud van de berichtgeving over de kredietcrisis in de kranten, hoe deze is geconstrueerd, wat dit zegt over naleving van eigen normen en waarden, hoe zich dat verhoudt tot de eisen van de journalistiek en als laatste, belangrijkste, wat dit betekent voor de rest van de sociale wereld.

6.3 Kritische reflectie en aanbevelingen

Ieder onderzoek vereist het maken van keuzes. De keuzes die in dit onderzoek gemaakt zijn, zijn beargumenteerd en waar nodig is reeds gesteld dat de rest van het spectrum aan keuzes niet is meegenomen in het onderzoek. Hoewel onvermijdelijk, heeft dit invloed gehad op de inhoud en richting van het onderzoek.

De meest richtinggevende keuze is geweest om de focus te leggen op de *close text* analyse. Hierdoor was er minder ruimte om de bredere sociale context, bijvoorbeeld het publieke of politieke debat, in acht te nemen. Dan had wellicht empirisch kunnen worden aangetoond dat de journalistiek een grote invloed heeft op het publieke of politieke discours, of had de invloed van de politiek op de kaders en het discours kunnen worden geanalyseerd.

Een andere belangrijke keuze is die om alleen artikelen die een mening bevatten te selecteren voor de analyses. Hoewel deze voor dit onderzoek inderdaad het meest relevant zijn, zijn er wel veel artikelen uitgesloten. Zo is in dit onderzoek niet aan bod gekomen hoe de kredietcrisis in verband wordt gebracht met werkloosheid en de klimaatcrisis, terwijl dit veelvoorkomende onderwerpen waren in de andere artikelen. Toch had dit alleen de analyse van de inhoud van de artikelen verrijkt, maar het niet

meenemen van deze artikelen heeft de fundamentele van het beantwoorden van de hoofdvraag niet aangetast.

Een derde van invloed gebleken keuze is de keuze voor één onderzoeksperiode. Dit was eerst niet de bedoeling, want de intentie was om de berichtgeving van deze crisis te vergelijken met die van andere crises. Dit bleek echter, wederom om de reden dat er in dit onderzoek zo diep op de artikelen en taal wordt ingegaan, niet haalbaar. Het zou de overzichtelijkheid niet ten goede komen, alsmede was het niet te combineren met de context van dit onderzoek. Gevolg is dat de onderzoeksresultaten niet in historisch perspectief geplaatst kunnen worden. In dezelfde lijn vormen theorieën over berichtgeving van andere crises geen context van dit onderzoek. Dit heeft tot gevolg dat de kredietcrisis als gebeurtenis in dit onderzoek op zichzelf staat en er geen bredere vergelijkingen kunnen worden gemaakt.

Laatste kritiekpunt dat gegeven zou kunnen worden op dit onderzoek is de specificiteit van de discoursanalyse die voornamelijk gericht is op retoriek, terwijl er daar zoveel meer andere mogelijkheden mee zijn. Echter, deze vorm sloot het meest aan bij het doel van het onderzoek. Toch hadden er wellicht meer elementen van andere vormen van discoursanalyse verwerkt kunnen worden, of in ieder geval besproken kunnen worden. Dit is niet gedaan, omdat dit onderzoeksveld zeer veelomvattend is en de kans op verzanding in zijn complexiteit te groot.

Dat er zoveel keuzes gemaakt moesten worden laat nog maar eens zien hoeveel onderzoeken er kunnen worden uitgevoerd naar krantenberichtgeving. Vanwege de ogenschijnlijke impact van de kredietcrisis beveel ik het aan om meer onderzoek te doen naar de rol van de media in deze crisis en dan de oppositionele keuzes te maken dan die in dit onderzoek zijn gedaan. Neem hierin de belangrijke notie dat de media een construerende rol heeft mee en houdt de fundamentele functie van taal in het achterhoofd. Wellicht komt er nog eens iemand uit op het baanbrekende onderzoeksresultaat:

“Hoezo, kredietcrisis?”

7. Literatuur en bronnen

Asscher, L.F. et al, 2006. *Het redactiestatuut bij dagbladen. Studies voor het bedrijfsfonds voor de pers.* Amsterdam: Het Spinhuis. 83-84

Baarda, D.B., de Goede, M.P.M., Kalmijn, M. 2007. *Basisboek Enqueteren.* Groningen / Houten: Wolters–Noordhoff, 42

Billig, M. 1991. *Ideology and opinions.* London: Sage. 1-19

Bosman, J. & d' Haenens, L. 2008. News reporting on Pim Fortuyn: framing in two Dutch newspapers. *Media Culture & Society* 20 (735). London: Sage.

Bennett, W. 2005. *News. The politics of illusion.* New York: Pearson Longman. 113-150

Carey, J.W. 1989. *Communication as culture. Essay's on media and society.* New York: Routledge, 20

DeFleur, M.L. & Ball-Rokeach, S. 1989. *Theories of Mass Communication.* New York & London: Routledge, 123-141

Croteau, D. & Hoynes, W. 2003. *Media Society (3).* Thousand Oaks: Pine Forge Press, 16-25

Entman, R.M. 2003. Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11. *Political Communication* 20. London: Taylor & Francis. 415-423

Entman, R.M. 1993. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 41. 6-28

Fairclough, N. 1992. *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press. 37-61, 63-100

Fairclough, N. 2000. *New Language, New Labour*. London / New York: Routledge. 143-144

Goatly, A. 1997. *The Language of Metaphors*. London / New York: Routledge. 141-149

Hemels, J. 1981. *De emancipatie van een dagblad. Geschiedenis van de Volkskrant*. Baarn: Ambo. 344-390

Herbert, J. 2000. *Practicing Global Journalism*. St Louis: Focal Press. 32

Hijmans, E. Buijs, K. & Schafraad, P. 2009. *Nieuwsbronnen en de kwaliteit van de Nederlandse berichtgeving*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen. 16

Jansen, C.H. 1987. *Politiek en Dagbladjournalistiek*. Muiderberg: Coutinho. 45-46

Mills, S. 2005. *Discourse*. London/New York: Routledge. 1-41

Paulussen, S. 2004. *Journalistieke nieuwsgaring op het internet*. Gent: UGent. 192 – 202

Reese, S. 2001. Prologue – Framing Public Life: A bridging model for Media Research. In: S.Reese, O.H.Gandy jr. & A.E. Grant. *Framing Public Life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah/ New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. 1-29

Shoemaker, P. & Reese, S. 1996. *Mediating the message. Theories of influence on mass media content*. New York: Longman. 105-111

Tankard, J.W.jr. 2001. The empirical approach to the study of media framing. .
In: S.Reese, O.H.Gandy jr. & A.E. Grant. *Framing Public Life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah/ New Jersey:
Lawrence Erlbaum Associates. 95-106

Verbraak, C. En Mantel, J. 2009. *Sjuul Paradijs over zijn Telegraaf*. Vrij
Nederland. 30 mei 2009.

Vos, R. 1998. *Niet voor publicatie. De legale Nederlandse pers tijdens de
Duitse bezetting*. Amsterdam: Slijthoff. 226-249

Westerstahl, J. 1983. Objective News Reporting. *Communication Research*
10 (3). 403-424

URL:

Cartoon Creator, Peter Welleman.

www.cartooncreator.nl, geraadpleegd op 16 juni 2009

Fortis *Persbericht*

Persbericht, 3 oktober 2009

http://www.fortis.nl/app/innw/fortis_news_detail_nl_nl.asp?IdNmb=2429

Ministerie van Financiën. 2008. *Kredietcrisis: Fortis/ABN AMRO*.

[http://www.minfin.nl/Onderwerpen/Financi%C3%ABle_markten/Kredietcrisis/
NL_Financi%C3%ABle_sector/Fortis_ABN_AMRO](http://www.minfin.nl/Onderwerpen/Financi%C3%ABle_markten/Kredietcrisis/NL_Financi%C3%ABle_sector/Fortis_ABN_AMRO)

Geraadpleegd op 2 mei 2009

NOM Printmonitor 2008-I / 2008-II. *Lezersprofielen De Telegraaf*.

[service.telegraaf.nl/fileadmin/user_upload/UMT_Commercieel_Bedrijf/PDF/.../
Tel_FS9044_Lezersprofiel_VROUW.pdf](http://service.telegraaf.nl/fileadmin/user_upload/UMT_Commercieel_Bedrijf/PDF/.../Tel_FS9044_Lezersprofiel_VROUW.pdf), geraadpleegd op 25 mei 2009.

PCM Uitgevers

<http://www.pcmuitgevers.nl/Default.aspx?NavID=25>, geraadpleegd op 20 mei 2009

PCM Uitgevers. 2009. *Lezersprofiel*

<http://www.pcmuitgevers.nl/Default.aspx?NavID=302>, geraadpleegd op 20 mei 2009

Raad voor de Journalistiek. 2007. *Leidraad van de Raad voor de Journalistiek*.

<http://www.rvdj.nl/>, geraadpleegd op 29 mei 2009.

Sennema, Ferdinand. 2 juli 2008. Kranten zijn eerder rechts dan links. *Het Nieuwe Uitgeven*.

<http://hetnieuweuitgeven.nl/2008/07/kranten-zijn-eerder-rechts-dan-links/>, geraadpleegd op 7 mei 2009

Straaten, Floris van. 25 oktober 2008. We zullen opschuiven richting Russisch model. *NRC Handelsblad*

<http://www.nrc.nl/nieuwsthema/kredietcrisis/article2037497.ece/>

[We_zullen_opschuiven_richting_Russisch_model](#), geraadpleegd op 25 januari 2009

Telegraaf Media Groep

www.tmg.nl, geraadpleegd op 26 mei 2009

Telegraaf Media Groep. 2008. *Jaarverslag*

<http://www.tmg.nl/investors/jaarverslagen/>. 6-7, 19-21, geraadpleegd op 20 mei 2009

Volkskrant Banen

http://www.vkbanen.nl/werkgevers/vacature-plaatsen/doelgroep_en_bereik/701371/Wie-lezen-de-Volkskrant.html, geraadpleegd op 27 mei 2009

Wetenschapsforum

<http://www.wetenschapsforum.nl/index.php?showtopic=20549>, geraadpleegd
op 25 mei 2009