



**DE AFGHANISTAN-OORLOG  
IN BEELD**

EEN COMPARATIEF ONDERZOEK NAAR DE VISUELE  
REPRESENTATIE VAN DE OORLOG IN AFGHANISTAN IN  
NEDERLANDSE EN AMERIKAANSE KWALITEITS- EN  
POPULAIRE KRANTEN IN HET JAAR 2008

INGRID OLSTHOORN  
AUGUSTUS 2009  
ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM



**YOU DON'T TAKE A PHOTOGRAPH. YOU ASK, QUIETLY, TO BORROW IT**

**De Afghanistan-oorlog in beeld**

Een comparatief onderzoek naar de visuele representatie van de oorlog in Afghanistan in Nederlandse en Amerikaanse kwaliteits- en populaire kranten in het jaar 2008

Masterthesis Ingrid Olsthoorn

Studentnummer: 315202

Master Media & Journalistiek

Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen

Erasmus Universiteit Rotterdam

E-mail: 315202io@eur.nl / ingridolsthoorn@hotmail.com

Begeleidend docent: Drs. L. Zweers

Tweede lezer: Drs. M. Kleppe

Augustus 2009

## VOORWOORD

---

Het is dan eindelijk zover: de afronding van mijn scriptie. Van januari tot en met augustus 2009 heb ik ontzettend hard aan dit laatste wapenfeit gewerkt. Bij de keuze van een onderwerp voor mijn scriptie dacht ik in eerste instantie niet aan fotoanalyse. De combinatie met oorlog maakte het echter al snel fascinerend voor me, aangezien men zich juist door beelden kan inleven in een situatie. In het schakeljaar media & journalistiek onderzocht ik in mijn bachelorscriptie de berichtgeving over de genocide in Rwanda in 1993. De gruwelijkheden die ik las en zag waren verschrikkelijk en tegelijkertijd besepte ik me dat het nog steeds gebeurt. Van deze gebeurtenissen moet geleerd worden; niet alleen door de politiek, maar ook de 'gewone' burger. En deze 'gewone' burger krijgt zijn informatie doorgaans vanuit de media. Het is voor de media dan ook belangrijk om de realiteit te tonen.

Deze scriptie is een enorme ervaring voor mij geweest. Ik heb niet alleen theoretische kennis opgedaan, maar heb ook meer over mezelf geleerd. Het credo 'alle begin is lastig' ging voor mij absoluut op, toen bij de dataverzameling al allerlei moeilijkheden ontstonden. Desalniettemin heb ik oplossingen gevonden en zie hier het uiteindelijke resultaat. Uiteraard wil ik een aantal mensen bedanken die mij op velerlei manieren door de thesis-tijd hebben geholpen. Allereerst mijn thesisbegeleider Louis Zweers voor het kritisch bekijken van dit stuk. Verder ook Martijn Kleppe, die als tweede lezer heeft gefungeerd. Daarnaast wil ik graag mijn vriend, familie en vrienden bedanken voor het begrip en de motiverende woorden die zij telkens weer hadden.

Ingrid Olsthoorn, augustus 2009

## INHOUDSOPGAVE

---

<b>INHOUDSOPGAVE .....</b>	<b>4</b>
<b>1. INLEIDING .....</b>	<b>6</b>
<b>2. HISTORISCH KADER .....</b>	<b>8</b>
2.1 De oorlog in Afghanistan.....	8
2.1.1 Operation Enduring Freedom .....	8
2.1.2 Nieuwe regering.....	9
2.2 De Nederlandse rol in de oorlog in Afghanistan .....	9
2.2.1 Politiek .....	9
2.2.2 Militair.....	10
2.2.3 Publieke opinie.....	11
2.3 De Amerikaanse rol in de oorlog in Afghanistan.....	12
2.3.1 Politiek .....	12
2.3.2 Militair.....	13
2.3.3 Publieke opinie.....	14
<b>3. THEORETISCH KADER.....</b>	<b>15</b>
3.1 Betekenis van een persfoto .....	15
3.2 De foto als icoon .....	17
3.3 Oorlogsfotojournalistiek door de jaren heen .....	19
3.4 Professionalisering fotojournalistiek.....	21
3.4.1 Professionalisering in Nederland .....	22
3.4.2 Professionalisering in Verenigde Staten .....	22
3.5 Embedded journalisten .....	23
3.6 Wetenschappelijk onderzoek naar de fotoberichtgeving over oorlog.....	25
3.7 Medialandschap In de Verenigde Staten en Nederland .....	27
<b>4. METHODOLOGIE.....</b>	<b>29</b>
4.1 Onderwerpkeuze en relevantie .....	29
4.2 Vraagstelling en deelvragen .....	29
4.3 Onderzoekseenheid .....	30
4.3.1 Telegraaf .....	30
4.3.2 NRC Handelsblad .....	31
4.3.3 USA Today.....	31
4.3.4 New York Times.....	31
4.4 Onderzoekperiode.....	32
4.5 Selectie foto's.....	32
4.6 Analysemethode .....	33
4.6.1 Kwantitatieve fotoanalyse .....	33
4.6.2 Comparatieve analyse .....	37
4.7 Verwerking .....	37
<b>5. KWANTITATIEVE FOTOANALYSE .....</b>	<b>39</b>
5.1 Fotoberichtgeving in Telegraaf .....	39
5.1.1 Algemene variabelen .....	40
5.1.2 Beeldinhoudelijke variabelen .....	42
5.1.3 Tekstuele variabelen.....	44
5.1.4 Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen .....	46
5.1.5 Conclusie fotoberichtgeving in de Telegraaf .....	47
5.2 Fotoberichtgeving in NRC Handelsblad.....	50
5.2.1 Algemene variabelen .....	50
5.2.2 Beeldinhoudelijke variabelen .....	52
5.2.3 Tekstuele variabelen.....	54

5.2.4	Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen .....	56
5.2.5	Conclusie fotoberichtgeving in NRC Handelsblad .....	57
5.3	Fotoberichtgeving in USA Today .....	60
5.3.1	Algemene variabelen .....	60
5.3.2	Beeldinhoudelijke variabelen .....	62
5.3.3	Tekstuele variabelen.....	64
5.3.4	Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen .....	65
5.3.5	Conclusie fotoberichtgeving in USA Today.....	66
5.4	Fotoberichtgeving in New York Times .....	69
5.4.1	Algemene variabelen .....	69
5.4.2	Beeldinhoudelijke variabelen .....	71
5.4.3	Tekstuele variabelen.....	73
5.4.4	Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen .....	75
5.4.5	Conclusie fotoberichtgeving in New York Times.....	76
<b>6.</b>	<b>COMPARATIEVE FOTOANALYSE .....</b>	<b>79</b>
6.1	Vergelijking Telegraaf en NRC Handelsbl .....	79
6.2	Vergelijking USA Today en New York Times.....	81
6.3	Vergelijking Telegraaf en USA Today.....	83
6.4	Vergelijking NRC Handelsblad en New York Times .....	85
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIE &amp; DISCUSSIE.....</b>	<b>87</b>
	<b>LITERATUURLIJST .....</b>	<b>92</b>

## 1. INLEIDING

---

Op 22 juli 2009 verschijnt in de *Telegraaf* het bericht dat Nederlandse soldaten in Afghanistan het de komende maanden mogelijk veel zwaarder gaan krijgen dan gedacht. Ze moeten rekening houden met meer tegenslagen. Volgens generaal Peter van Uhm zullen de Taliban vaker gebruik gaan maken van zelfmoordaanslagen, berm bommen en kleine aanvallen. Aanleiding hiervoor zijn onder meer de recente komst van meer Amerikaanse troepen en de Afghaanse verkiezingen die worden gehouden op 20 augustus 2009 (*Telegraaf*, 22 juli 2009). De NAVO-operatie in Afghanistan wordt beschouwd als de meest risicovolle Nederlandse missie sinds de Korea-oorlog in 1950. Het is voor het eerst sinds die tijd – op enkele incidenten in Libanon na – dat het Nederlandse leger weer echte gevechtscontacten heeft (van Zalinge, 2007:8-9).

Dit blijft in de Nederlandse media dan ook niet onopgemerkt. Op allerlei manieren wordt er aandacht besteed aan de oorlog in Afghanistan, zoals nieuwsitems, achtergrondartikelen, krantenberichten en fotoreportages. De tendens van deze berichtgeving kan weer worden doorvertaald naar de publieke opinie. Clingendael-deskundige Cees Homan schreef een maand na het begin van de missie in 2006 dat “vertaald naar de huidige, concrete Nederlandse situatie er naast een politiek draagvlak in beginsel ook een maatschappelijk draagvlak dient te zijn voor deelname van Nederlandse militairen aan vredesoperaties” (Müller, 2008:¶10). De media-aandacht kan zowel een positieve als negatieve invloed hebben op het maatschappelijk draagvlak. Zo stelde voormalig commandant der strijdkrachten Dick Berlijn in het tv-programma Buitenhof dat het draagvlak erg afhankelijk is van de berichten die uit Uruzgan komen. Doden, gewonden en schietpartijen halen eerder het journaal dan geslaagde wederopbouwprojecten, concludeerde hij. Daardoor zou de bevolking een verkeerd beeld krijgen van de missie (Buitenhof, 23 december 2007).

Hiervan uitgaande is het dan ook van grote waarde om te bekijken op welke manier de media verslag doen over de oorlog in Afghanistan. In deze masterthesis ga ik in op de fotoberichtgeving over dit onderwerp. Napoleon stelde ooit dat een beeld meer zegt dan duizend woorden (Mindprod: *Napoleon, politics*). Vanuit deze veronderstelling is het hoogst interessant om foto's binnen verschillende kranten te onderzoeken. Hierin kijk ik niet alleen op nationaal, maar ook op internationaal niveau naar de fotoberichtgeving. Binnen twee Nederlandse (*Telegraaf* en *NRC Handelsblad*) en twee Amerikaanse (*USA Today* en *New York Times*) kranten ga ik kwantitatief analyseren op welke manier de oorlog in Afghanistan in beeld is gebracht in het jaar 2008. Volgens de Afghaanse minister van Defensie, Abdul Rahim Wardak, is dit het bloedigste jaar voor Afghanistan geweest sinds in 2001 het Taliban-bewind ten val werd gebracht (AFP, 14 oktober 2008). Met behulp van de kwantitatieve fotoanalyse vergelijk ik vervolgens de vier kranten met elkaar. Hierin wordt een onderscheid gemaakt tussen nationaal/internationaal en populaire krant/kwaliteitskrant. De vraagstelling die uit het onderzoeksthema is ontstaan luidt: ‘Op welke wijze wordt de oorlog in Afghanistan in beeld gebracht in Nederlandse en Amerikaanse kwaliteits- en populaire kranten in het jaar 2008 en in hoeverre zijn er verschillen waar te nemen?’ Om antwoord te geven op bovenstaande vraagstelling, zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

- Hoe wordt de oorlog in Afghanistan fotografisch verbeeld in de *Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *USA Today* en *New York Times*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen de *Telegraaf* en *NRC Handelsblad*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *USA Today* en *New York Times*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *Telegraaf* en *USA Today*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *NRC Handelsblad* en *New York Times*?

Door middel van dit onderzoek zal duidelijk worden hoe de kranten in hun beelden hebben bericht over de oorlog over Afghanistan en of hier opvallende dingen zijn op te merken.

Deze thesis bestaat uit een historisch-, theoretisch- en analysegedeelte. Allereerst wordt in het historisch kader de aanleiding tot de oorlog in Afghanistan besproken. Vervolgens wordt in het theoretisch kader ingegaan op enkele belangrijke achtergronden van nieuwsfotografie. Tevens wordt het medialandschap van zowel Nederland als de Verenigde Staten kort besproken. Hierna wordt in de methodologie uiteengezet welke methoden worden gebruikt en welke keuzes er zijn gemaakt met betrekking tot het beantwoorden van de vraagstelling. Daarna komt het analysegedeelte aan bod. Allereerst worden de resultaten van de kwantitatieve fotoanalyse besproken. Hieruit vloeit het antwoord op de vier deelvragen voort. Vervolgens worden deze gegevens gebruikt voor de comparatieve analyse in hoofdstuk 6. In de conclusie wordt antwoord gegeven op de vraagstelling en in de discussie wordt besproken op welke manieren er een vervolg kan worden gegeven aan dit onderzoek.

## 2. HISTORISCH KADER

---

In dit hoofdstuk wordt allereerst de aanleiding tot de oorlog in Afghanistan beknopt beschreven. Het is beknopt in die zin dat de (voor)geschiedenis niet wordt meegenomen, aangezien dit een te uitgebreid onderwerp is. Vervolgens wordt er gekeken naar zowel de Nederlandse als de Amerikaanse rol in deze oorlog op politiek en militair gebied. Ook de publieke opinie binnen Nederland en de Verenigde Staten zal worden besproken.

### 2.1 De oorlog in Afghanistan

De aanslagen op het *World Trade Center* en het *Pentagon* in de Verenigde Staten op 11 september 2001 zijn het begin van de zogenoemde *War on terrorism*. De toenmalige president George W. Bush houdt Saoedi-Arabiër Osama Bin Laden verantwoordelijk voor de aanslagen waarbij 2.974 mensen om het leven komen. Bin Laden zou zich met zijn terreurgroep *Al-Qaeda* ophouden in Afghanistan waar hij gesteund wordt door het plaatselijke regime, de *Taliban*. De radicaal-islamitische *Taliban* begonnen in 1994 aan hun opmars in Afghanistan. Zij namen feitelijk de plaats in van de elkaar bestrijdende Mudjahedin-groeperingen, waarbij zij circa 95 % van het grondgebied in handen hadden. De *Taliban* greep de macht in Afghanistan in 1996, maar de groepering werd slechts door enkele landen erkend als de legitieme regering van Afghanistan (Ministerie van Defensie: *Over Afghanistan*).

De internationale gemeenschap is unaniem in haar oordeel dat Afghanistan nooit meer een vrijplaats mag vormen voor het internationaal terrorisme. Het *Taliban*-bewind komt sterk onder druk te staan om de aanstichters van de terreurdaden uit te leveren. Op 20 september 2001 stelt de Amerikaanse president een ultimatum aan de *Taliban*. Hierin staan de volgende punten (CNN, *Transcript of President Bush's address*):

- Uitleveren van alle Al-Qaeda leiders aan de Amerikaanse autoriteiten.
- Vrijlaten van alle buitenlandse gevangenen, onder wie Amerikaanse burgers.
- Beschermen van buitenlandse journalisten, diplomaten en hulpverleners in Afghanistan.
- Sluiten van trainingskampen voor terroristen in Afghanistan en het 'overdragen van elke terrorist en elk persoon en hun steunstructuur aan de geschikte autoriteiten'.
- Geven van volledige toegang tot de trainingskampen van terroristen aan de Verenigde Staten zodat hun sluiting gecontroleerd kan worden.

In oktober 2001 vormen de Verenigde Staten een wereldwijde coalitie tegen het transnationale terrorisme. De eerste doelwitten van het bondgenootschap zijn de *Taliban* en *Al-Qaeda*. De Noordelijke Alliantie, de enige overgebleven Afghaanse legermacht dat strijdt tegen de *Taliban*, wordt de bondgenoot ter plaatse. Groot-Brittannië, Canada, Australië, Duitsland en Frankrijk beloven troepen te sturen en de NAVO zegt logistieke steun toe. In totaal treden 40 landen uit het Midden-Oosten, Afrika, Europa en Azië toe de coalitie toe. (Wijngaert & Prins, 2005:241).

#### 2.1.1 Operatie Enduring Freedom

Diverse strategische doelwitten in Afghanistan worden gebombardeerd. Deze militaire missie krijgt de naam *Operation Enduring Freedom* (OEF) en is volgens de Amerikaanse president Bush bedoeld om te voorkomen dat Afghanistan voortaan gebruikt zou worden als 'uitvalsbasis voor terroristische organisaties'. De Afghaanse Noordelijke Alliantie is grotendeels verantwoordelijk voor het grondoffensief tegen de



*Taliban*. De Amerikanen en Britten bemoeien zich slechts minimaal met de strijd op de grond, maar bombarderen de *Taliban* vanuit de lucht. In november 2001 worden Amerikaanse troepen ingezet. De *Taliban* lijden nederlaag na nederlaag, waardoor het bewind uiteindelijk valt. Hiermee komt een eind aan het *Islamitisch Emiraat Afghanistan*, zoals het land onder het *Taliban*-regime heet (Thier, 2006:480-488).

De VN-Veilighedsraad dringt aan op de vorming van een multi-etnische representatieve regering. Op 22 december 2001 komt een dergelijk kabinet tot stand onder leiding van Hamid Karzai en spreekt men van de *Islamitische Overgangsstaat van Afghanistan*. Het doel van deze overgangsregering is onder meer het voorbereiden van de *loya jirga*, de traditionele vergadering van stamhoofden en geestelijke leiders. Hierbij dient een nieuwe regering samengesteld te worden die voor een nieuwe grondwet moet zorgen en verkiezingen moet uitschrijven. Eind december stemt de Veiligheidsraad in met het zenden van de NAVO-vredesmacht *International Security Assistance Force*, ook wel ISAF genoemd (Wijngaert & Prins, 2005:242). Deze vredesmacht heeft de volgende kerntaken:

- Hulp bieden aan de interim-regering bij het ontwikkelen van nationale veiligheid.
- Assisteren bij de wederopbouw van het land.
- Assisteren bij het ontwikkelen en trainen van Afghaanse politiemachten.

De bedoeling is dat de internationale gemeenschap zich inspant om de Afghanen bij te staan bij de vorming van een stabiele, democratische staat, waar de autoriteiten zelfstandig kunnen zorgen voor veiligheid, stabiliteit en wederopbouw.

### 2.1.2 Nieuwe regering

Op 7 oktober 2004 wordt Hamid Karzai gekozen tot president van de *Islamitische Republiek Afghanistan*. Het blijft echter onrustig in het land. *Taliban*-strijders proberen het bewind omver te werpen. Zij plegen bomaanslagen vanuit bases in Pakistan, na de vernietiging van hun bolwerken in Afghanistan. Hierdoor blijven de gevechtshandelingen veel langer duren dan aanvankelijk was voorzien. Buitenlanders, waaronder ISAF-militairen, hulpverleners en journalisten, worden steeds vaker het doelwit van aanslagen. Tot op de dag van vandaag is de situatie in Afghanistan niet stabiel en weet men (lees: de internationale gemeenschap) hier geen vat op te krijgen. Op de Internationale Afghanistan-conferentie in Den Haag op 31 maart 2009 wordt er door de internationale gemeenschap voor het eerst openlijk over gesproken dat de voltooiing van de strijd slechts kan plaatsvinden door de *Taliban* eveneens op Pakistaans grondgebied aan te vallen.

## 2.2 De Nederlandse rol in de oorlog in Afghanistan

Ook Nederland heeft zich verbonden aan de toekomst van Afghanistan. Vanaf maart 2006 zijn Nederlandse troepen gelegerd in de provincie Uruzgan in Zuid-Afghanistan. Er was echter politieke tegenstand en ook de publieke opinie is in de loop van de jaren veranderd. Hieronder een uiteenzetting van de politieke, militaire en publieke rol van Nederland in Afghanistan.

### 2.2.1 Politiek

Nederland is op verschillende manieren betrokken (geweest) bij de door Amerikanen geleide operatie *Enduring Freedom*, onder meer met eenheden van het Korps Commando troepen (KCT). De Nederlandse regering maakt in een kamerbrief van 22 december 2005 bekend de inspanningen in Afghanistan voort te zetten. De Nederlandse troepen vertrekken echter niet onder luid gejuich naar Afghanistan. Er wordt in de Tweede Kamer in de eerste maanden van 2006 uitvoerig over gediscussieerd. Uiteindelijk stemmen – op

D66, GroenLinks en de SP na – alle partijen in de Tweede Kamer in met het besluit van het kabinet-Balkenende III om een legermacht naar de Zuid-Afghaanse provincie Uruzgan te sturen. In 2007 wordt besloten de NAVO-missie, die op 1 augustus 2008 zou eindigen, tot december 2010 te verlengen. CDA, PvdA, VVD, ChristenUnie en de SGP, oftewel een meerderheid in de Tweede Kamer, steunen het voorstel van het kabinet om de missie te verlengen (Pasterkamp, 2007:19).

Het doel van de ISAF-missie is het creëren van veiligheidsvoorwaarden voor bestuurlijke en economische opbouw. Nederland past daarvoor het zogenoemde 3D-concept toe. Daarin zijn *Development*, *Diplomacy* en *Defence* met elkaar verbonden. Hiermee moet meer veiligheid en samenhang binnen het Afghaanse bestuur en de ontplooiing van duurzame ontwikkelingsprojecten bereikt worden. Eerst worden kleine projecten ontplooid om het gebied en de bevolking klaar te maken voor grootschalige ontwikkeling, waarna vervolgfases op het gebied van bestuur, veiligheid en ontwikkeling moeten leiden tot blijvende verbeteringen in de provincie Uruzgan (Ministerie van Defensie: *Over Afghanistan*).

Het karakter van de missie blijft echter een heikel punt. Is het een wederopbouwmissie of een vechtmissie? Een strikte scheiding van OEF en ISAF is de voorwaarde waaronder de PvdA instemt met het sturen van Nederlandse troepen naar Zuid-Afghanistan. Andere partijen, zoals het CDA, hechten sterk aan het 'opbouw'-karakter van ISAF. Begin september 2006 meldt de Amerikaanse *Congressional Research Service* (CRS) dat het onderscheid tussen de antiterreuroperatie *Enduring Freedom* en de 'opbouwmissie' ISAF-III in Zuid-Afghanistan is opgeheven (CRS Report for Congress, 22 augustus 2006). Naar aanleiding van de oploeiende strijd met de *Taliban* in Zuid-Afghanistan zijn de *rules of engagement* van ISAF-III herzien. Volgens het ministerie van Defensie zijn deze *rules of engagement* en de bijbehorende nationale geweldsinstructies van ISAF-III echter nog dezelfde als in februari, ten tijde van het Tweede-Kamerdebat (van den Boogaard, 18 september 2006).

### 2.2.2 Militair

Het Nederlandse leger vertrekt in maart 2006 naar de Afghaanse provincie Uruzgan in het kader van de NAVO-operatie ISAF III. ISAF III is de NAVO-operatie in het zuiden van Afghanistan en een aanvulling op de eerdere missies ISAF (Kabul), ISAF I (noord) en ISAF II (westen) (ISAF Leaflet, 2007). Vanaf 1 augustus 2006 neemt de Nederlandse Task Force Uruzgan (TFU) de verantwoordelijkheid voor Uruzgan op zich. Deze eenheid van de Koninklijke Landmacht telt ongeveer 1.200 man. De eenheden zijn verdeeld over twee locaties: Tarin Kowt en Deh Rahwod. Eerstgenoemde is de provinciale hoofdstad van Uruzgan en hier staat het grootste Nederlandse kampement, Kamp Holland met een omtrek van tien kilometer. Deh Rahwod ligt zestig kilometer naar het westen en hier bevindt zich de basis Camp Hadrian. Inmiddels zijn er ongeveer 1770 Nederlandse militairen in Afghanistan gestationeerd die werken binnen verschillende defensieonderdelen in Uruzgan, Kabul, Kandahar en de Verenigde Arabische Emiraten (NAVO Factsheet, 2009). De belangrijkste Nederlandse bijdrage aan de missie is het *Provincial Reconstruction Team* (PRT) dat verantwoordelijk is voor de ondersteuning van de wederopbouw in de Afghaanse provincie. Het PRT maakt deel uit van de ISAF en staat onder leiding van de NAVO. Om beurten voeren Canada, Nederland en het Verenigd Koninkrijk gedurende een half jaar vanuit een hoofdkwartier in Kandahar het bevel over alle NAVO-troepen in het gebied (Ministerie van Defensie: *Welke onderdelen*). Het wapentuig van de Nederlandse troepenmacht bestaat onder meer uit pantserhouwitsers, F-16 jachtbommenwerpers en Apache gevechtshelikopters.

### 2.2.3 Publieke opinie

Het Ministerie van Defensie peilt doorlopend de steun en het draagvlak voor de krijgsmacht onder de Nederlandse bevolking. Uit een rapport van mei 2009 blijkt dat 53 % van de Nederlanders aangeeft bekend te zijn met de missie in Uruzgan. 33 % geeft aan (sterk) voorstander van de missie te zijn en 28% is (sterk) tegenstander. Verder geeft 39 % aan geen voor- of tegenstander te zijn. 51 % denkt dat de missie zal bijdragen aan de wederopbouw van Afghanistan en 35 % vindt de risico's die de Nederlandse militairen lopen verantwoord. Verder geeft 27 % aan dat wanneer Nederlandse militairen gedood worden, dit voor hen een reden zou zijn de Nederlandse militairen terug te roepen uit Afghanistan (Monitor Steun en Draagvlak, mei 2009). In onderstaande tabel is een overzicht te zien van enkele resultaten uit de onderzoeken van mei 2007, 2008 en 2009. Hierin wordt duidelijk dat de bekendheid van de missie schommelt, maar momenteel laag genoemd kan worden. De voorstanders van de missie daalden per jaar, terwijl de tegenstanders enigszins zijn gestegen. De grootste stijging is te zien in de groep geen voor- of tegenstander. Verder is het vertrouwen in wederopbouw na een daling in 2008, weer gestegen in 2009. Dit geldt ook voor het standpunt dat risico's van Nederlandse militairen verantwoord zijn.

Standpunt	Mei 2007 (n=187)	Mei 2008 (n=170)	Mei 2009 (n=240)
Bekend met missie Uruzgan	58 %	75 %	53 %
(Sterk) voorstander missie Uruzgan	42 %	38 %	33 %
(Sterk) tegenstander missie Uruzgan	26 %	33 %	28 %
Geen voor- of tegenstander missie Uruzgan	32 %	29 %	39 %
Missie Uruzgan draagt bij aan wederopbouw Afghanistan	49 %	34 %	51 %
Risico's van Nederlandse militairen zijn verantwoord	41 %	27 %	35 %
Dood militair reden voor terugtrekken uit Uruzgan	25 %	34 %	27 %

Figuur 2.1 Publieke Opinie Missie Uruzgan (bron: Monitor Steun en Draagvlak)

De sterk afwijkende cijfers van mei 2008 ten opzichte van 2007 en 2009 kunnen te maken hebben met het hoge aantal dodelijke slachtoffers. Tussen mei 2007 en mei 2008 zijn tien Nederlandse militairen door gevechtshandelingen om het leven gekomen (icasualties, 2009: *Fatalities By Country*). Het aantal Nederlandse slachtoffers ligt momenteel op negentien (zie figuur 2.2). De aanname dat de enigszins negatieve publieke opinie te maken heeft met het aantal Nederlandse doden wordt bekrachtigd door een prominent werk over de verhouding tussen publieke opinie en het aantal militaire slachtoffers geschreven door politiek wetenschapper John E. Mueller. In *War, President and Public Opinion* (1973) beschrijft Mueller de samenhang tussen de toenemende publieke weerstand met het stijgende aantal militaire slachtoffers. Dit komt naar voren uit zijn onderzoek naar de oorlogen in Korea en Vietnam.

In april 2009 blijkt uit onderzoek dat de meerderheid van de Nederlanders vindt dat de overheid een verzoek van de Verenigde Staten om meer militairen naar Afghanistan te sturen niet mag inwilligen. 59 % wil niet dat de troepen in Afghanistan blijven na 2010. Slechts 31 % vindt dat de troepen moeten blijven wanneer de huidige missie eindigt (AngusReid Global Monitor, 13 april 2009).

Prof.dr. Jan van der Meulen, bijzonder hoogleraar militair-maatschappelijke studies aan de Universiteit Leiden, vindt het zorgelijk dat de Nederlandse missie in Afghanistan maar een beperkt

draagvlak heeft onder de bevolking. Volgens Van der Meulen maakt dit het voor de uitgezonden militairen ongemakkelijk, omdat zij zich niet gesteund voelen door het publiek. Ook de steun voor volgende missies wordt onzeker en daarmee dreigt de grondslag van het Nederlandse veiligheids- en defensiebeleid aangetast te worden. Een expeditieaire krijgsmacht staat daarin immers centraal, aldus van der Meulen (Lavender, 7 oktober 2008). Van der Meulen meent dat de missie op zo weinig steun kan rekenen omdat er geen gevoel van urgentie is in relatie tot de eigen veiligheid.



Figuur 2.2 Aantal coalitiedoden in Afghanistan gemeten op 4 juni 2009 (bron: icasualties.org)

### 2.3 De Amerikaanse rol in de oorlog in Afghanistan

De Verenigde Staten spelen vanaf het begin af aan al een prominente rol in de oorlog tegen Afghanistan. Nadat de *Taliban* niet ingaan op de eisen van president Bush, openen de Verenigde Staten samen met Groot-Brittannië in oktober 2001 het vuur op strategische doelwitten in Afghanistan. De prominente rol van de Verenigde Staten in deze oorlog is op verschillende vlakken waar te nemen. Hieronder een korte uiteenzetting van de politieke en militaire rol van het land in Afghanistan. Daarnaast wordt ingegaan op de publieke opinie van de Amerikanen over de langdurige strijd.

#### 2.3.1 Politiek

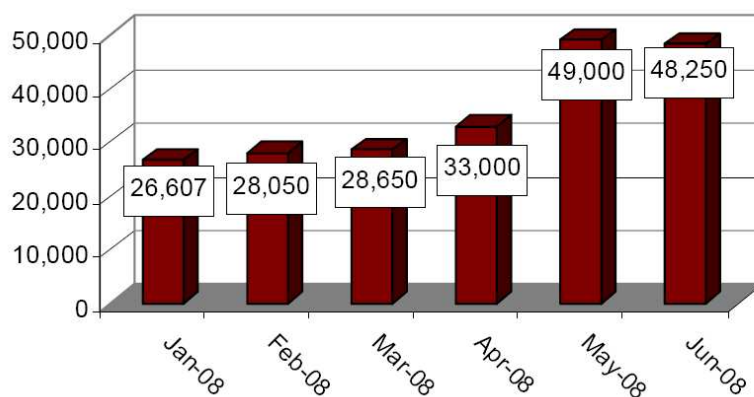
Na de aanslagen op 9 september 2001 in New York, brengen de Verenigde Staten al snel aanwijzingen in verband met de identiteit en de organisatie van de zelfmoordterroristen. Wetende dat *Al-Qaeda* achter de aanslagen zit en zich voornamelijk ophoudt in Afghanistan, stelt president Bush een ultimatum aan de radicaal-islamitische *Taliban* die op dat moment de macht hebben in Afghanistan. Hierin eist hij onder meer de uitlevering van alle *Al-Qaeda* leiders en in het bijzonder hoofdverdachte Osama Bin Laden. De *Taliban* bieden aan om Bin Laden te berechten op een Islamitisch Hof, maar de Verenigde Staten verwerpen dit aanbod. Wanneer de dreiging van oorlog groter wordt is de *Taliban* bereid hem in een neutraal land te laten berechten. Ook dit wordt door de Verenigde Staten afgewezen. Een gecoördineerde aanval door de Verenigde Staten in samenwerking met Groot-Brittannië en de Afghaanse Noordelijke Alliantie is het uiteindelijke gevolg van de mislukte onderhandelingen. In 1998 hebben de Verenigde Staten overigens al eens geprobeerd om de terroristen in Afghanistan aan te vallen. In dit jaar heeft de Clinton-administratie kruisraketten tegen bekende of veronderstelde terroristische opleidingskampen gelanceerd nadat de terroristen verscheidene ambassades van de Verenigde Staten hadden aangevallen.

De Verenigde Staten participeren in meerdere militaire operaties, waaronder *Operation Enduring Freedom* (OEF). Deze OEF valt onder de paraplu van de Amerikaanse *War on Terrorism* en is een samenwerking tussen de Verenigde Staten, Groot-Brittannië en de Afghaanse Noordelijke Alliantie. Ook nemen de Verenigde Staten deel aan de *International Security Assistance Force* (ISAF) die begin december 2001 door de VN-Veilighedsraad wordt opgezet om de Afghaanse hoofdstad Kabul en de omliggende gebieden te beveiligen (Thier, 2006:472-530).

Volgens de huidige president van de Verenigde Staten, Barack Obama, vormt *Al-Qaeda* ruim zeven jaar na de aanslagen van 11 september 2001 een groter gevaar dan ooit. De terreurorganisatie en bondgenoten zoals de *Taliban* moeten daarom definitief worden verslagen en vernietigd. Obama heeft president Hamid Karzai van Afghanistan toegezegd de problemen in het land als topprioriteit te behandelen. De Amerikaanse president kondigde in maart 2009 een nieuwe Amerikaanse strategie voor Afghanistan en Pakistan aan. Die moet vermijden dat Afghanistan opnieuw een thuishaven wordt voor terroristen die de rest van de wereld bedreigen. In die richting evolueert de regio nu al, aldus de Amerikaanse president (IPS, 29 april 2009). Obama rekent in de eerste plaats op militaire macht. Hij had eerder al aangekondigd dat hij 17.000 extra soldaten naar Afghanistan zou sturen, ter versterking van de 38.000 Amerikanen en de 30.000 manschappen uit andere NAVO-landen die er momenteel gelegerd zijn. Daarnaast moeten nog eens 4.000 Amerikaanse militairen Afghaanse legereenheden en de politiemacht helpen opleiden. De Amerikaanse regering zal ook honderden landbouwexperts, ingenieurs en juristen naar Afghanistan sturen om de ontwikkeling van Afghanistan vooruit te helpen en de corruptie te bestrijden.

### 2.3.2 Militair

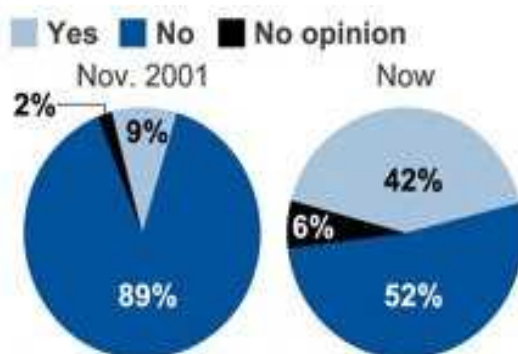
De Verenigde Staten participeren in meerdere militaire operaties. In juni 2008 zijn er ongeveer 48.000 troepen in Afghanistan gestationeerd (CRS Report for Congress, 15 juli 2008). Hiervan behoren 38.000 militairen tot het actieve componentenpersoneel en 10.000 behoren tot de Nationale Wacht en Reserves. In *Operation Enduring Freedom* zijn circa 28.000 militairen werkzaam. 23.000 militairen zijn gestationeerd in Afghanistan voor de ISAF. Sinds de start van de oorlog is het aantal Amerikaanse militairen alleen maar toegenomen. De toename van het aantal militairen van januari tot juni 2008 wordt weergegeven in figuur 2.3. Zoals aangegeven in paragraaf 2.3.1 maakte president Obama in maart 2009 bekend de strategie in Afghanistan te wijzigen, waardoor er 17.000 extra militairen naar Afghanistan worden gestuurd ter versterking van de huidige troepen. Ook worden er nog 4.000 Amerikanen gestuurd om de Afghaanse legereenheden en de politiemacht op te leiden.



Figuur 2.3 Vergelijking van het aantal Amerikaanse militairen in Afghanistan (bron: CRS, 15 juli 2008)

### 2.3.3 Publieke opinie

Uit een opiniepeiling van CNN in mei 2009 blijkt dat Amerikanen verdeeld zijn in hun mening over de oorlog in Afghanistan. 50 % is voor en 48 % is tegen, waarbij een foutmarge van plusminus 3 % wordt aangehouden. Slechts 36 % van de Amerikanen vindt het verloop van de oorlog goed gaan, terwijl 60 % van mening is dat dit niet het geval is (CNN Poll, 21 mei 2009). In april 2009 komt uit een zelfde soort peiling naar voren dat tweederde van de Amerikanen achter president Obama staat wat betreft het zenden van extra troepen naar Afghanistan. 52 % is echter tegen het sturen van nóg meer troepen, terwijl 45 % dit besluit zou steunen (CNN Poll, 13 april 2009). Uit onderzoek van *USA Today* in maart 2009 blijkt dat de steun van de bevolking aan de Amerikaanse missie naar een nieuw dieptepunt is gezakt. 42 % geeft aan dat de Verenigde Staten een fout hebben gemaakt door troepen naar Afghanistan te sturen. Dit aantal is het hoogste aantal sinds de peiling in november 2001 is gestart. Dit verschil is goed te zien in figuur 2.3. De Amerikaanse troepenmacht heeft met een groot aantal militaire slachtoffers te maken. Naast Afghanistan wordt er door de Verenigde Staten ook nog hevig gestreden in Irak. In januari 2009 bevinden zich 138.000 Amerikaanse troepen in dit land. Vanaf de start van de oorlog in 2003 zijn er 4.307 militairen gesneuveld. In Afghanistan zijn er tot 4 juni 2009 698 dodelijke slachtoffers te betreuren. Onderstaande tabel geeft het aantal omgekomen militairen in Afghanistan weer.



Figuur 2.4 Hebben de Verenigde Staten een fout gemaakt door troepen naar Afghanistan te sturen? (bron: *USA Today*, maart 2009)

Jaar	Verenigde Staten	Overige landen	Totaal
2009	68	58	126
2008	155	139	294
2007	117	115	232
2006	98	93	191
2005	99	32	131
2004	52	7	59
2003	48	9	57
2002	49	20	69
2001	12	0	12
<b>Totaal</b>	<b>698</b>	<b>473</b>	<b>1171</b>

Figuur 2.5 Aantal coalitiedoden per jaar (bron: *icasualties.org*)

### 3. THEORETISCH KADER

---

In een onderzoek naar nieuwsfotografie is het vanzelfsprekend dat er gedegen aandacht wordt geschonken aan de fundamenteën waarop deze vorm van berichtgeving is gebaseerd. In dit hoofdstuk wordt dan ook ingegaan op enkele belangrijke achtergronden van nieuwsfotografie. Allereerst wordt de betekenis van de persfoto behandeld. Wat is de boodschap die een foto kan uitdragen en kan er zonder meer gesproken worden over waarheid of schuilt hier een dieperliggende strekking achter? Vervolgens wordt de betekenis van een icoonfoto nader bekeken. Hierna komt de ontwikkeling van de oorlogsfotojournalistiek aan bod, waarin beknopt wordt beschreven welke groei deze de afgelopen decennia heeft doorgemaakt. In de volgende paragraaf wordt ingegaan op de professionalisering van de fotojournalistiek in Nederland en de Verenigde Staten. Vervolgens wordt er aandacht besteed aan het begrip embedded journalistiek. Verder wordt er gekeken naar eerdere onderzoeken die zich hebben gericht op de fotoberichtgeving over oorlog. De laatste paragraaf ten slotte, wijkt enigszins af van de andere paragrafen. Hierin wordt het medialandschap van zowel Nederland als de Verenigde Staten besproken. Zodoende wordt getracht een beter beeld te krijgen van de manier waarop er in beide landen wordt omgegaan met nieuws.

#### 3.1 Betekenis van een persfoto

In de negentiende eeuw bestond er een enorm groot vertrouwen in de objectiviteit van de foto. Los van de subjectiviteit van de mens was het mogelijk getuige te zijn van nieuwsgebeurtenissen. Men was ervan overtuigd dat een foto de werkelijkheid weergaf. Verder dan de technologie van de camera en de mechanismes die hierin een rol speelden, werd niet gekeken. Pas later kwam men tot het inzicht dat fotografie niet los te denken is van de mens en dus geen natuurlijke, maar een kunstmatige weergave betreft van de werkelijkheid (Damisch, 2003:88). Het was cultuurfilosoof Walter Benjamin (1892-1940) die als eerste schreef over deze menselijke inmenging en de impact en consequenties hiervan (Lister, 2004:308). In zijn invloedrijke werk *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid* (1939) gaat hij uit van de veronderstelling dat het wezen van de kunst sterk veranderd is sinds het mogelijk is technische reproducties te maken (Benjamin, 1985).

Pas een aantal decennia later kwam men tot andere inzichten op het gebied van de interpretatie van foto's. Pioniers in deze tijd waren Roland Barthes (1915-1980) en Susan Sontag (1933-2004). Zij gingen niet uit van de technologische verklaring, maar bestudeerden de betekenis van het fotografische beeld. Barthes en Sontag zorgden in korte tijd voor een omslag in het fotografische denken. Ze gingen beiden uit van de veronderstelling dat foto's als overblijfselen van de realiteit moeten worden beschouwd, maar de gebruikte methoden liepen wel uiteen (Price & Wells, 2004:26-27). Sontag koos voor de bestudering van betekenis, terwijl Barthes zich richtte op de semiologie, ofwel de systematische analyse van cultureel gedrag en iconen.

Volgens Sontag is het een vast gegeven dat we constant worden omringd door visuele beelden (televisie, video's, films), maar wanneer het op herinnering aankomt, dan heeft de foto de grootste impact. In een tijdperk van informatieovervloed is de foto een snelle manier om iets te begrijpen en biedt het houvast voor het onthouden ervan. Sontag vergelijkt de foto met een citaat of gezegde; men slaat er honderden op in het geheugen, waarbij deze onmiddellijk herinnerd worden wanneer het nodig is (Sontag, 2001:87).

Zij meent dat de foto een substantieel deel van de kennis van het verleden is gaan vormen (Sontag, 1979:4). Van persfoto's wordt verwacht dat zij de werkelijkheid representeren. Sontag zegt hierover:

*"The picture may distort; but there is always a presumption that something exists, or did exist, which is like what's in the picture."* (5)

Bij twijfel over nieuwsfeiten, geeft een foto vaak uitsluitel. Echter, door middel van foto's de realiteit vaststellen is slechts een representatie. Volgens Sontag is het geen probleem dat mensen middels foto's herinneren, maar men onthoudt uitsluitend de foto's. Foto's vergroten niet perse het begrip omtrent een onderwerp, juist de toelichting ervan is essentieel (Sontag, 1979:6).

Volgens de Fransman Roland Barthes kan een foto gezien worden als een aparte boodschap. Fotografie is deel van een proces; de foto heeft een doel en dit is het tot stand brengen van communicatie (Barthes, 2005:11). Beelden moeten daarmee per definitie betekenis overbrengen. De opbouw van de foto en de wisselwerking tussen toeschouwer en specifieke aandachtspunten in het beeld waren elementen waar Barthes zich op richtte. Om de verschillende invalshoeken te kunnen analyseren ging Barthes over tot het hanteren van twee termen, het '*studium*' ofwel de interesses en achtergronden van een persoon en het '*punctum*', het deel van een foto dat de persoon aantrok (40). In zijn boek *Rhétorique de l'image* beschrijft Barthes hoe verborgen betekenissen in foto's te ontcijferen zijn. Bij de betekenis van een foto staan volgens Barthes twee elementen centraal. Enerzijds maakt Barthes een onderscheid tussen betekenaar (*signifiant*) en betekenis (*signifié*), die samen het teken (*signe*) vormen. De andere onderscheiding die hij maakt, is die tussen denotatie en connotatie. Onder denotatie verstaat Barthes de letterlijke betekenis van de foto en connotatie is de ideologie of de symbolische betekenis zoals die in de foto tot uiting komt (van de Goor, 1999:41).

Een nieuw standaardwerk is nog niet verschenen, maar diverse wetenschappers hebben wel getracht hun eigen visie over fotografie uiteen te zetten. Zo stelt fotocriticus Vicky Goldberg – in navolging op het onderscheid van Barthes tussen denotatie en conotatie – dat wanneer het publiek niet klaar is voor de boodschap die in de foto zit, de foto dan wel gezien wordt, maar de boodschap niet begrepen (Goldberg, 1991:17). In haar boek '*The power of Photography*' zegt zij over de rol van de foto:

*"Photographs have a swifter and more succinct impact than words, an impact that is instantaneous, visceral and intense. They share the power of images in general, which have always played havoc with the human mind and heart, and they have the added force of evident accuracy"* (7).

Hierbij geeft Goldberg aan dat de werkelijkheid niet wordt weergegeven in foto's, maar dat de kijker betekenis verleent aan beelden. In deze context is intertekstualiteit een belangrijke term, waarmee bedoeld wordt op de cognitieve connecties die gemaakt worden indien een beeld of tekst blijkt aan te sluiten bij een eerder genoemd stuk tekst (Peeters, 2008:13). In het geval van visuele communicatie wordt het proces bedoeld waarbij betekenisgeving aan een beeld wordt versterkt door bestaande ervaringen met gelijksoortige beelden (Natharius, 2004:241).

Hoogleraar journalistiek aan de Universiteit van Oregon Julianne Newton stelt over de waarheid in foto's dat wat mensen weten, in direct verband staat met de visuele perceptie die ze hebben.



Wat we zien, geloven we over het algemeen ook (Newton, 2001:25). Newton stelt:

*“The photograph as an evidentiary document began to lose face in light of increased understanding of the subjective nature of visual representation” (ix)*

De Amerikaanse historicus, kunstcriticus en fotograaf Max Kozloff (1933-) heeft kritiek op de notie van visuele waarheid van Susan Sontag. Hij wijst erop dat een foto niet zozeer een overblijfsel is van de realiteit, maar een getuigenis met alle mogelijke vervormingen (Price & Wells, 2004:28)

Zowel de politieke wetenschappers Shanto Iyengar & Donald R. Kinder (1987) als hoogleraar journalistiek aan de Universiteit van Kansas David Perlmutter (1998) spreken in hun werk over de overtuiging van politici, journalisten en sociale wetenschappers dat nieuwsbeelden een groot effect hebben op het publiek. Iyengar en Kinder halen een voorbeeld aan van de oorlog in Vietnam; het is één ding om te *begrijpen* dat de Amerikaanse soldaten vechten en sterven in Vietnam, maar een hele andere om hen te *zien* vechten en sterven. In elk specifiek geval zijn de concrete visuele details van grote waarde (Iyengar & 1987:35). Perlmutter gaat in op de voorspelbaarheid van de emotionele reactie van het publiek op een afbeelding. Verder stelt Perlmutter dat een individu nooit onbevooroordeeld een situatie aanschouwt en dus vanuit een eigen perspectief een afbeelding beoordeelt en interpreteert (Perlmutter, 1998:35).

De Britse journalist Harold Evans heeft in zijn werk voortgeborduurd op de inzichten van Barthes. Hij beschrijft niet de diepere essentie van fotografie, maar gaat in op de praktijk van fotojournalistiek; hij kijkt niet zozeer naar de directe betekenis van de foto, maar richt zich op de betekenis die er door een (foto)redactie aan gegeven kan worden. Ondanks zijn andere invalshoek ten opzichte van fotografie, is het werk van Evans van grote waarde gebleken op het gebied van fotoanalyse. Evans formuleerde technieken op het gebied van redactionele inmenging. Zo kan een bepaalde waarde aan een foto worden toegevoegd door het formaat (leesbaarheid, emotionele impact), sequentie (een fotoserie over eenzelfde onderwerp in een tijdsverloop), cliché (herhaaldelijk plaatsen van dezelfde soort persfoto), derde effect (tegenover elkaar plaatsen van verschillende beeldinhouden), begeleidende tekst en kadrering (wegsnijden van een deel van de foto) (Evans, 1997:238). Fotohistoricus, journalist en docent fotojournalistiek van de master Media en Journalistiek aan de Erasmus Universiteit Rotterdam Louis Zweers spreekt over het *‘begrenzen van de werkelijkheid’*. Een bepaalde invalshoek kan verstrekkende gevolgen hebben op de manier waarop een foto wordt aanschouwd (Zweers, 2008).

### 3.2 De foto als icoon

Het Griekse woord *‘eikoon’*, waarvan icoon is afgeleid, betekent ‘beeld’ of ‘beeltenis’. Iconen behoren tot de Oosters-orthodoxe, de Oriëntaals-orthodoxe en de Oosters-katholieke kerk. Het zijn alle geschilderde of gebeeldhouwde voorstellingen van een religieuze gebeurtenis en ze zijn verbonden met het kerkelijke en spirituele leven. Bij het maken van een dergelijk icoon moeten bepaalde regels in acht genomen worden die zijn vastgelegd in schilders- en beeldhouwboeken, de zogenoemde canon (van Laarhoven, 1993:65). Het doel van een icoon in deze context is de eenheid van de goddelijke en menselijke wereld zichtbaar maken (Hoekstra & Ipenburg, 2008:156).

In de persfotografie is er ook sprake van iconen, zij het op een hele andere manier. Martijn Kleppe, promovendus aan de Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen op de Erasmus Universiteit Rotterdam, doet onderzoek naar de verbeelding van historische en recente gebeurtenissen door middel van persfoto’s. Volgens hem is een icoon in de persfotografie een beeltenis die men voor ogen heeft wanneer

zij aan een gebeurtenis of verschijnsel denkt. Dit beeld is voor deze groep mensen een visueel historisch referentiekader geworden en heeft voor alle mensen van deze groep dezelfde emotionele betekenis. Deze betekenis is echter breder en omvattender dan het afgebeelde en juist dit laatste maakt een afbeelding tot een icoonfoto (Kleppe, 2004:21). Icoonfoto's zijn eigenlijk visuele *lieux de mémoire*<sup>1</sup> waarbij nieuwsfeiten achteraf worden herinnerd aan de hand van icoon geworden beelden (Kleppe, 2006:¶4).

Aan foto's kan dus een bijzondere waarde toegekend worden. Henri Beunders, hoogleraar geschiedenis van maatschappij, media en cultuur aan de *Erasmus* Universiteit Rotterdam, stelt dat van alle gefotografeerde beelden over een bepaald onderwerp er vaak maar een paar icoon worden en in de herinnering blijven. Volgens hem komt dit niet zozeer door de behoefte van het publiek zich deze iconen te herinneren, maar meer door de voortdurende herhaling van de foto in boeken en kranten omdat ze een herkenningssymbool nodig hebben (Beunders, 1999:35). Griffin (2004) geeft aan dat persbureaus met name geïnteresseerd zijn in begrijpelijke foto's met een directe en heldere impact, welke tevens fungeren ter verduidelijking van de tekst (384). Deze impact is één van de redenen voor het ontstaan van iconen; de foto's dienen als simpel thematisch handvat voor belangrijke nieuwsfeiten. De icoonfoto's geven een vereenvoudigde weergave en een herinnering aan een belangrijk moment uit de geschiedenis. Vicky Goldberg (1991) is van mening dat de rol van emotie en verbeelding hierin een belangrijke rol speelt. Zij stelt:

*“The images I think of as icons almost instantly acquired symbolic overtones and larger frames of reference that endowed them with national or even worldwide significance. They concentrate the hopes and fears of millions and provide an instant and effortless connection to some deeply meaningful moment in history. They seem to summarize such complex phenomena as the powers of the human spirit or of universal destruction”* (135).

David Perlmutter onderscheidt twee soorten iconen; het *unieke* en het *algemene* icoon (Perlmutter, 1998:11). Een uniek icoon is één enkel beeld van één gebeurtenis en wanneer mensen het over dit beeld hebben, kan iedereen meteen hetzelfde beeld voor zich halen. Voorbeelden hiervan zijn het Napalm-meisje uit Vietnam, de man die op het plein van de Hemelse Vrede in Peking een tank staande weet te houden en de foto van de doodgestoken Theo van Gogh.



Figuur 3.1 Voorbeelden van unieke iconen

<sup>1</sup> Plaats van herinnering; een *lieu de memoire* is een symbolische plek waar het mogelijk is om een historische gebeurtenis te 'ervaren'

Bij een algemeen icoon gaat het juist om het constant afbeelden en herhalen van bepaalde elementen, ongeacht de tijd en plaats. En ondanks de verschillen in foto's, roepen ze bij een groep mensen toch dezelfde gevoelens op. Iedereen kan zich hier een voorstelling van maken, maar niet iedereen zal exact hetzelfde beeld voor zich hebben. Hierbij kan gedacht worden aan foto's van deportaties van joden uit de Tweede Wereldoorlog en foto's van hongerige kinderen in Afrika in de jaren tachtig van de twintigste eeuw. Iedereen kan zich hier een voorstelling van maken, maar niet iedereen zal exact hetzelfde beeld voor zich hebben (Kleppe, 2004:21-22; 2006:¶9).

Eigenlijk heeft elke grote gebeurtenis of maatschappelijk verandering dergelijke algemene iconen. Denk voor Nederland bijvoorbeeld maar aan foto's van Provo's en Dolle Mina's.



*Figuur 3.2 Voorbeelden van algemene iconen*

Foto's moeten aan diverse voorwaarden voldoen voordat het als icoonfoto bestempeld mag worden. Volgens Bernadette Kester, universitair docent Media en Journalistiek aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, is de afbeelding *an sich* slechts één van de voorwaarden. De andere voorwaarden zijn: de prominentheid van het nieuws waarvan de foto een illustratie is, de mate waarin een foto onderwerp is van een publieke discussie of verontwaardiging, de prijzen die een foto heeft gekregen en de regelmaat waarmee een foto steeds weer opnieuw als illustratie van een bepaalde gebeurtenis gebruikt wordt (Kleppe, 2004:23).

Perlmutter hanteert een enigszins andere typologie over de totstandkoming van een icoonfoto. Hij benoemt zes elementen die elkaar opvolgen. Allereerst gaat het om de betekenis, het belang of de nieuwigheid van de nieuwsgebeurtenis. Ten tweede moet de foto kunnen fungeren als een metoniem voor de gebeurtenis. Als derde gaat het om de bekendheid van het beeld of hoe de media het beeld opnemen, framen en vervolgens als enig visueel beeld van de gebeurtenis uitdragen. Ten vierde gaat het om de prominentheid van het vertoonde, dus wanneer en in welk nieuws het beeld wordt gebruikt. De foto wordt vervolgens een icoon wanneer deze vertoning vaak wordt herhaald in verschillende media of de vertoning onderwerp wordt van verhalen en analyses. Tenslotte wordt een foto een icoon omdat het een fundamenteel thema in de maatschappij kan produceren door concepten van goed tegenover slecht, ironie, conflict etc. op te roepen (Perlmutter & Wagner, 2004:98-101).

### **3.3 Oorlogsfotojournalistiek door de jaren heen**

Halverwege de negentiende eeuw kwam het genre van de oorlogsfotografie op. De Mexicaanse oorlog (1846-1848) staat bekend als de eerste gefotografeerde oorlog. De beelden waren echter nog statisch en alles verhullend. Er bestonden teveel technische belemmeringen; fotografen werkten met zware camera's,

al dan niet gebruikmakend van een donkere kamer op wielen. Mijlpalen in de oorlogsfotografie waren de Krim-oorlog (1854-1856) en de Amerikaanse Burgeroorlog (1861-1865) (Kester, 2002:237).

De Krim-oorlog was de eerste oorlog waarin een oorlogscorrespondent werd aangesteld: Roger Fenton. Fenton werd vanuit de Britse overheid naar het oorlogsgebied gestuurd om een meer 'genuanceerd' beeld van de oorlog vast te leggen (Price, 2004:87). In Groot-Brittannië was een grote verschuiving in de publieke opinie gaande naar aanleiding van negatieve berichtgeving over de erbarmelijke omstandigheden waaronder Britse soldaten op de Krim vochten en sneuvelden (Rouck, 2000:5). Daarom bracht Fenton, om het thuisfront niet te verontrusten, vooral de 'schone' officiële zijde van de oorlog in beeld – waarbij hogere officieren in vol ornaat voor de camera poseerden (Kester et al, 2000:45). Daarnaast was Fenton vanwege de technische beperkingen nog beperkt tot portretten of landschappen. De beelden van Fenton gaven nog geen realistisch beeld van de situatie op het slagveld.

Matthew Brady, een succesvolle portretfotograaf, was één van de fotografen van de Amerikaanse Burgeroorlog. Brady kreeg toestemming van Abraham Lincoln om de Noordelijke troepen te volgen en zo een extensieve fotocollectie aan te leggen over deze oorlog. Brady was, net als zijn medewerkers Alexander Gardner en Timothy O' Sullivan, overtuigd van het belang van een onverbloemde weergave van het oorlogsgeweld (Griffin, 1999:131). Zij maakten honderden foto's die vooral de gruwelijke gevolgen van de oorlog lieten zien. De Amerikaanse Burgeroorlog wordt daarom ook gezien als het échte startpunt van de oorlogsfotografie. Het was het eerste conflict dat van begin tot eind werd gefotografeerd (Griffin, 1999:131). Bij de Amerikaanse Burgeroorlog deden enkele honderden journalisten verslag van de strijd. Nog nooit eerder had een dergelijk gewapend conflict zoveel pers op de been gebracht. De Amerikaanse Burgeroorlog is dan ook de meest gefotografeerde oorlog van de negentiende eeuw (Kester, 2002:238). Voor het eerst werd het Amerikaanse publiek met voor die tijd zeer shockerende beelden geconfronteerd. Daardoor kregen deze foto's niet alleen in historische, maar ook in journalistieke zin een toegevoegde waarde. Het – weliswaar beperkte – publiek kwam via galeries en albums in aanraking met deze foto's. Een andere succesvolle en gangbare wijze van 'exposeren' was het publiceren van een nagetekende foto in de vorm van een houtgravure. De geïllustreerde pers steeg, mede dankzij houtgravures, halverwege de negentiende eeuw in populariteit. De gravure kan gezien worden als een voorloper van de latere persfoto (Kester, 2002:240). De illustraties, werden echter door buitenlandse tekenaars 'aan' het front gemaakt, wat betekende dat de beelden onderhevig waren aan militaire censuur (Karskens, 2001:57).

In de Eerste Wereldoorlog (1914-1918) nam oorlogsfotografie een grote vlucht toen de camera minder afhankelijk werd van het statief. Door de komst van camera's die gebruik maakten van celluloid film, probeerden oorlogsfotografen steeds dichterbij het strijdtoneel en het moment van actie te komen. Toen de Eerste Wereldoorlog uitbrak, waren er professionals die bereid waren de noodzakelijke risico's te nemen, uitgerust met apparatuur waarmee ze 'echte' actiefoto's konden nemen (Keegan & Knightley, 2004:7). Het maken van foto's in deze tijd werd echter bemoeilijkt doordat er altijd toestemming nodig was van voorlichtingsofficieren of andere dienstdoende commandanten. De militairen bepaalden in wezen wat er gefotografeerd mocht worden (Kester, 2002:245). De officiële persfotografen stonden onder een strikte censuur. De verschrikkingen van de loopgravenoorlog bleven verborgen door middel van een totaal verbod op fotografie (Keegan & Knightley, 2004:75).

Ook tijdens de Tweede Wereldoorlog werd de fotografie onderworpen aan censuur. Het maken en publiceren van anti-Duitse berichten of foto's was verboden. Het Duitse leger had, al ruim voor het uitbreken van de Tweede Wereldoorlog, oorlogsfotografen opgeleid om te werken als leden van propagandacompagnieën (Dutch Defense Press, 31 mei 2009:¶7). Toen de oorlog echter ten gunste van

Rusland begon te keren en het Rode Leger de Duitsers over de grens teruggedreef en oprukte naar Berlijn, veranderde dit. De – voornamelijk Amerikaanse – oorlogsfotografen kregen meer vrijheid en de afgrijselijke foto's van het gevecht waren niet langer taboe (Maslowski, 1998). Er werden opnamen gemaakt van de grimmige silhouetten van uitgebrande steden, het bloed en de lijken. Ook de concentratiekampen van de nazi's werden zichtbaar (Keegan & Knightley, 2004:129).

Tijdens de Korea-oorlog (1950-1953) was in eerste instantie sprake van vrijwillige censuur. Maar dit veroorzaakte zoveel verwarring dat de opperbevelhebber van de VN-strijdkrachten de media onder volledige jurisdictie van het leger plaatste en een militaire censuur instelde. Hoewel de verslaggeving van de gevechten tijdens de Korea-oorlog dus nog grotendeels plaatsvond volgens dezelfde regels als tijdens de Tweede Wereldoorlog, konden deze niet meer worden toegepast bij de vele andere gewapende conflicten die na de Tweede Wereldoorlog waren uitgebroken. Dit was met name zo bij de Chinese burgeroorlog van 1946-1949 en de Franse strijd in Indo-China, die duurde van 1946-1954. Het tijdperk van ná de censuur was aangebroken, waar de realiteit van de oorlog steeds zichtbaarder werd. In deze tijd heeft de wereldberoemde oorlogsfotograaf Robert Capa faam gemaakt.

In eerste instantie verwierf Capa roem als de fotograaf van Spaanse burgeroorlog; zijn foto van een Republikeinse soldaat op het moment dat hij sneuvelt blijft één van de beroemdste oorlogsfoto's aller tijden. Als officieel geaccrediteerd Amerikaans fotograaf tijdens de Tweede Wereldoorlog slaagde hij erin de landing op de Normandische kust op beeld vast te leggen. Capa was berucht om zijn avontuurlijke levensstijl, hij was het prototype van de onverschrokken oorlogsfotograaf die er alles voor over heeft om de essentie van de oorlog zo treffend mogelijk weer te geven. Zijn lijfspreuk was niet voor niets *"If your pictures aren't good enough, you're not close enough"*. Capa's dood was karakteristiek voor zijn leven; hij trapte op een landmijn tijdens een van zijn reportages in Vietnam (Keegan & Knightley, 2004:8-9).

In Vietnam was er onder de Amerikanen geen sprake van censuur. Een groep journalisten die uiteindelijk bijna 700 man omvatte en waar meer fotografen bij zaten dan ooit in een vorige oorlog, streek in Saigon neer om te zien of de Amerikanen in staat waren datgene te volbrengen waarin de Fransen hadden gefaald. De Vietnam-oorlog (1959-1975) werd de eerste oorlog die op televisie te volgen was. De oorlog duurde veel te lang, het aantal Amerikaanse slachtoffers werd te groot en er was aan het eind van de tunnel nog steeds geen licht te zien. De gruwelijke beelden zorgden ervoor dat het grootschalige oorlogsprotest op gang werd gebracht en de Amerikaanse overheid zich uiteindelijk genoodzaakt zag de strijd te staken. (Keegan & Knightley, 2004: 174-175).

De aandacht voor gewapende conflicten werd steeds groter. Men wil tegenwoordig op de hoogte zijn van alles wat er in de wereld gebeurt en de media proberen hierin te voorzien. Zowel de strijd in Afghanistan (2001-heden) als de Irak-oorlog (2003-heden) vallen op door de intensiteit waarmee ze door de pers worden gevolgd: duizenden journalisten komen erop af om 24 uur per etmaal nieuws te bieden (Keegan & Knightley, 2004:224-225).

### **3.4 Professionalisering fotojournalistiek**

Over de hele wereld heeft fotojournalistiek een enorme vlucht genomen in de eerste decennia van de 20<sup>e</sup> eeuw. Enkele veranderingen die zich hebben voorgedaan in Nederland en de Verenigde Staten, worden in de volgende paragrafen beschreven

### 3.4.1 Professionalisering in Nederland

Op het moment dat fotografische illustraties niet meer waren weg te denken waren in de pers, kwamen in Nederland de fotopersbureaus op. Het grootste fotopersbureau was *Vereenigde Fotobureaux* (VFB), dat rond 1920 voortkwam uit een fusie tussen twee fotobureaus. Andere bureaus volgden al snel, waaronder *Polygoon Fotobedrijf*, dat overigens vanaf 1946 voortleeft onder de naam *ANP-foto*. De bureaus zorgden niet alleen voor een grootschalige distributie van de foto's, maar ook voor een begin van de professionalisering van de fotografie. Opleidingen voor fotografen waren er destijds nog niet. Maar door de contacten van fotografen via de fotopersbureaus, werd kennis verspreid. Hierdoor konden fotografen hun talenten ontwikkelen. Rond 1920 gingen de eerste mensen beroepsmatig fotograferen en uitgeverijen, kranten en tijdschriften namen fotografen in dienst. De status van een persfotograaf was echter erg laag. Zo vermeldde een krant zelden of nooit de naam van de fotograaf onder de desbetreffende foto (Kester, 2002:247-248).

Pas in 1941, tijdens de Duitse bezetting van Nederland, werd verplichte naamsvermelding van de fotograaf bij publicatie van een foto in de pers ingevoerd (Kok, Selier & Somers, 1993:21). Er was in die tijd een strenge censuur en allerlei maatregelen betekenden het einde van verschillende Nederlandse fotopersbureaus. Wanneer persfotografen werkzaam wilden blijven, dan moesten zij lid worden van het in 1940 opgerichte *Verbond van Nederlandsche Journalisten*. Uit deze verplichtstelling volgde automatisch dat fotoverslaggevers zich in de toekomst journalist mochten noemen (Kester, 2002:252). Deze verplichte naamswijziging van persfotograaf naar fotojournalist gold als een belangrijk uitgangspunt voor de verdere professionalisering van de fotojournalistiek in Nederland. Het ging namelijk niet langer om een fotograaf die voor de pers werkte, maar om een fotograaf die via foto's informatie aan het publiek verschaftte. Behalve deze verandering in de perceptie van het vak, nam ook de professionalisering toe. In 1946 werd de *Nederlandse Vereniging voor Fotojournalisten* (NVF) opgericht en in 1948 volgde de instelling van een journalistieke tuchtraad en een eerste examen in de fotojournalistiek als toelatingseis voor de NVF. In 1949 werd een jaarlijkse prijs ingesteld onder de naam *De Zilveren Camera* en in de jaren vijftig zou hier de internationaal georiënteerde wedstrijd *World Press Photo* uit voortvloeien (Kleppe, 2004:15).

De Nederlandse fotojournalistiek had op het moment van de Korea-oorlog – die op 25 juni 1950 uitbrak – een zekere mate van professionalisering bereikt. Het duurde echter nog tot de jaren zeventig en tachtig voordat de Nederlandse fotojournalistiek gedurfter, professioneler, informatiever en ook esthetisch interessanter werd. Kester stelt dat we misschien vanaf die tijd pas echt mogen spreken van een volwassen status van de fotojournalist (Kester, 2002:256-258).

Omstreeks 1980 was men in de veronderstelling dat zwart-wit foto's tot het verleden zouden gaan behoren. Steeds meer bladen werden in kleur gedrukt. In toenemende mate gingen persfotografen als freelancer werken en zelf hun foto's beheren. Voor de bescherming van hun eigen rechten besloot een aantal fotojournalisten zich te verenigen in fotoagentschappen. Het freelancerschap onder persfotografen heeft sinds de jaren tachtig van de twintigste eeuw een enorme vlucht genomen (Kleibeuker, 2008:14).

### 3.4.2 Professionalisering in Verenigde Staten

Ook in de Verenigde Staten heeft een verschuiving plaatsgevonden in de betekenis van fotojournalistiek. De oorsprong van de term komt uit 1924 en werd gedefinieerd door de Amerikaanse historicus en journalist F.L. Mott (1886-1964). De term was gerelateerd aan nieuws en reportages, in die tijd was de fotojournalist alleen een aanschouwer of getuige (Cartwright, 2008:¶1).

Fotoagentschappen bestonden al sinds het eind van de 19e eeuw in de Verenigde Staten (*Bain News Service* 1895, *Underwood & Underwood* 1901, *International News Photos* 1909). Tussen 1900 en de Tweede Wereldoorlog ontwikkelde zich een enorme markt voor gedrukte media met een focus op foto's. In 1919 werd bijvoorbeeld *Daily News* gelanceerd, die als bijnaam *New Yorks picture newspaper* had. In datzelfde jaar ontstonden er ook twee fotosyndicaten: *International News Pictures* (opgericht door *Hearst*) en *Wide World Photos* (opgericht door de *New York Times*). Kort daarna werden ook *Acme Newspictures* (1923) en de *Associated Press News Photo Service* (1927) opgericht (Sexton, 2002:340).

Tot de Tweede Wereldoorlog waren de meeste fotojournalisten niet geschoold. Zij werden fotojournalisten doordat ze werkten als labtechnicus in de donkere kamer van een krant, waarna ze werden gepromoveerd tot 'shooter'. In 1944 bood G.I. Bill<sup>2</sup> mogelijkheden tot scholing, waardoor ambitieuze fotojournalisten colleges konden volgen. De nieuwe stroming fotojournalisten was nu gelijk aan de schrijvers en verslaggevers van de artikelen waarvoor zij fotografeerden (Cartwright, 2008:¶2).

De fotoberichtgeving in de Verenigde Staten bereikte zijn piek – zowel in kwantiteit als kwaliteit – tijdens de Tweede Wereldoorlog. Op 7 december 1941 werden het Amerikaanse *Pearl Harbor* en andere militaire bases in Hawaï bestookt door Japanse luchtaanvallen. De Amerikaanse media deden hier direct uitgebreid verslag van. Binnen een week waren de hartverscheurende foto's van exploderende Amerikaanse schepen onder een haag van bommen en torpedo's te zien (Sexton, 2002:340)

Toen de Tweede Wereldoorlog op zijn eind kwam, zagen sommige persfotografen de noodzaak in van meer professionalisering voor henzelf en hun collega's om zodoende een beter publiek beeld te ontwikkelen. Twee van hen waren Burt Williams en Joe Costa. Zij hadden hoge aspiraties voor naoorlogse fotografen. Zij hoopten dat fotografen hun vakkennis met elkaar zouden gaan delen, dat ethische normen werden opgesteld, dat de geloofwaardigheid groter zou worden en dat ze meer waardering zouden krijgen van zowel publiek als werkgever. De *National Press Photographers Association* (NPPA) werd hiervoor opgericht 1945 en had al snel 300 leden (Cartwright, 2008:¶3). In 1947 startten fotografen Robert Capa, George Rodger, David Seymour en Bill Vandivert de fotocoöperatie Magnum. De oprichting van Magnum was bedoeld om fotografen de kans te geven hun eigen gemaakte foto's te beheren. Magnum was een coöperatie zonder winstoogmerk waarin vijftig fotografen een gelijk aandeel bezaten (Sexton, 2002:340)

In de jaren '60 werd de markt voor fotojournalisten krapper vanwege de daling in oplagen. Vele tijdschriften en kranten waren slachtoffer van deze daling. Tijdschriften werden minder vaak uitgegeven, maar de waarde van nieuwsfoto's bleef bestaan. Heden ten dage zijn er verschillende Amerikaanse fotopersbureaus zoals *Associated Press*, *Black Star*, *Contact Press Images* en *Magnum* (Sexton, 2002:341).

### 3.5 Embedded journalisten

De overwegend negatieve Amerikaanse berichtgeving over de Vietnamoorlog betekende de genadeklap voor de Amerikaanse legeractiviteiten in het Aziatische land. Gesteld wordt dat de oorlog 'in de Amerikaanse huiskamers is verloren'. Militairen waren van mening dat ze te weinig grip hadden gehad op de nieuwsvoorziening tijdens de oorlog. Daarom deden ze in de daarop volgende militaire conflicten hun best om de pers in toom te houden. Dit resulteerde in het Amerikaanse beleid tijdens de Golfoorlog van 1991, waarin de media zo veel mogelijk werd weggehouden uit het oorlogsgebied en hoofdzakelijk informatie kreeg via persconferenties. Het kleine aantal berichten, foto's en video's suggereerden een

<sup>2</sup> De G.I. Bill (officieel *Servicemen's Readjustment Act of 1944* genaamd) was een wetsvoorstel dat veteranen van de Tweede Wereldoorlog voorzag van universitaire scholing of een beroepsopleiding

'schone' oorlog. Dit stond echter in schril contrast met de berichten die naderhand bekend werden. Dit tastte de geloofwaardigheid van het leger aan.

Toen de Verenigde Staten voorbereidingen troffen voor de inval in Irak van 2003, kwam de rol van de pers wederom aan de orde. Het moest anders dan de oorlog in 1991. Victoria Clarke, de onderminister van Defensie voor public affairs, stelde in 2002 voor om geselecteerde journalisten de kans te geven om langere tijd op te trekken met een legeronderdeel. Zo konden journalisten uit de eerste hand en van binnenuit berichten hoe het leger functioneerde (Zeide, 2005:1309). De journalisten werden *embedded*, oftewel 'ingebod' binnen het leger. Deze kans grepen veel journalisten met beide handen aan. Ruim vijfhonderd van hen maakten de inval in Irak van dichtbij mee en in totaal waren ruim drieduizend journalisten betrokken bij de Irak-oorlog van 2003 (Tumber 2004:1).

De voordelen van *embedded* zijn hebben vooral te maken met logistieke zaken zoals vervoer, verblijf, eten en veiligheid. Naast deze voordelen, zijn er echter ook meerdere nadelen te benoemen. Allereerst bestaat het gevaar dat er eenzijdig verslag wordt gedaan van een gebeurtenis. In de journalistiek is het belangrijkste principe 'hoor-wederhoor'. Omdat die mogelijkheid zeer beperkt is, staat dit principe bij *embedded* verslaggeving onder druk. De journalist wordt daarnaast beperkt door de regels binnen de legerbasis. Zo bleek dat in Irak journalisten werden *embedded* binnen een reparatie-onderdeel van het leger dat de basis nooit verliet. Het verbieden van het doorgeven van bepaalde informatie en het vertragen van nieuws kwam eveneens voor. Ook manipuleerde het Amerikaanse ministerie van Defensie de berichtgeving, door relatief veel kleine en/of lokale media toe te laten die afkomstig waren uit plaatsen waar grote legereenheden gevestigd waren. Deze berichtgeving was meer gericht op het volgen van 'onze jongens' als persoon, dan op het volgen en verklaren van hun werk in Irak (Tumber 2004:20). Een ander gevaar van *embedded* zijn is dat de journalist onbewust onderdeel gaat uitmaken van die ene kant van het verhaal. Dat kan van invloed zijn op de objectiviteit van het woordgebruik. De *embedded* journalist moet hier extra bedacht op zijn.

#### *Het Nederlandse embedded-programma*

Toen de Nederlandse regering in 2006 soldaten uitzond naar de provincie Uruzgan, besloot het ministerie van Defensie om een *embedded* programma te starten. Dit vanuit de overtuiging dat de pers positief moest worden benaderd, omdat maatschappelijke steun van groot belang was voor de missie. Defensie zag het als een gegeven dat de Nederlandse pers kritisch zou kijken naar de missie en wegduiken was daarvoor geen optie. Een betere benadering was openheid van zaken; 'begrip leidt tot waardering' was het uitgangspunt (Stokkink, 2007:11-12). Defensie benadert de pers actief om ze uit te nodigen voor een bezoek aan Uruzgan. In de praktijk komt het erop neer dat journalisten voor twee weken naar Uruzgan gaan. Er is plaats voor drie journalisten per keer. In het toelatingsbeleid heeft Defensie een voorkeur voor meer ervaren journalisten van algemene media boven journalisten van minder gespecialiseerde media. Bij het toelatingsbeleid probeert Defensie ook om diversiteit in het soort medium aan te houden.

Nederlandse journalisten die *embedded* zijn bij de Taskforce Uruzgan, moeten zich houden aan een gedragscode. Alle bezoeken van een journalist moeten van tevoren gepland worden. Verder controleert Defensie alle publicaties op het in gevaar brengen van de operationele veiligheid. Een andere beperking is het moment van publicatie. Stel dat er zich een incident voordoet waarbij Nederlandse militairen betrokken zijn. Een journalist wil dit zo snel mogelijk melden, maar Defensie wil de tijd en gelegenheid hebben om de naasten van betrokken militairen allereerst te informeren.



Sommigen stellen dat Defensie censuur uitoefent. Volgens *NOS-verslaggever* Jeroen de Jager wordt dit in elk geval wel af en toe geprobeerd. Zo wilde Defensie liever niet dat het NOS-journaal beelden uitzond van de overdracht van drie gevangenen aan de Afghaanse autoriteiten. Die beelden deden volgens Defensie te veel denken aan de gevangenen op *Guantanamo Bay* en dat zou slecht zijn voor het imago van de missie (de Jager, 2007:¶7). Gereputeerde oorlogsverslaggevers als Hans-Jaap Melissen (*Wereldomroep*) en Arnold Karskens (*Nieuwe Revu*) weigeren principieel om embedded Kamp Holland in te gaan. Zij willen het echte verhaal van de oorlog verslaan en hebben hoor en wederhoor hoog in het vaandel (Stalenburg, 2007:¶7).

### 3.6 Wetenschappelijk onderzoek naar de fotoberichtgeving over oorlog

Er is veel wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de berichtgeving over oorlog in de voorbije jaren. Een relatief klein deel hiervan focust zich specifiek op de fotoberichtgeving over oorlog. De verschillende onderzoeken over dit onderwerp verschillen voornamelijk in de oorlog die wordt onderzocht en de onderzoekseenheid. Ook de onderzoeksmethode ligt niet vast. Zo wordt er onder meer gebruikt gemaakt van inhoudsanalyse, historische analyse, structuralistische analyse en iconografie. Hieronder worden beknopt enkele uitkomsten van onderzoeken besproken die zich hebben gericht op de fotoberichtgeving over oorlog.

- Michael Griffin & Jongsoo Lee (1995) *Picturing the Gulf War: Constructing an Image of War in Time, Newsweek, and US News and World Report*

Michael Griffin en Jongsoo Lee richtten zich in hun onderzoek op de fotoberichtgeving over de Golfoorlog (1991). Zij onderzochten drie Amerikaanse nieuwsmagazines (*Time*, *Newsweek* en *US News & World Report*) tijdens de gehele duur van operatie *Desert Storm*. De onderzoekers constateerden dat er enorm weinig aandacht werd besteed aan gevechtshandelingen in welke vorm dan ook. Meer dan 500 *backstage* en *file* foto's werden gepubliceerd, terwijl er maar 38 foto's van daadwerkelijke gevechtshandelingen verschenen. Griffin en Lee stellen dat het algemene beeld dat voortkomt uit de gepubliceerde foto's ontzettend pro-VS is. Er wordt nauwelijks aandacht besteed aan de slachtoffers van de oorlog. Zo bestond maar 2 % van het aantal foto's uit beelden van gewonde of gedode Amerikaanse soldaten. Door het vermijden van beelden van Amerikaanse en Engelse militairen in lijkzakken en Irakese slachtoffers van luchtaanvallen, kwam de aandacht vooral te liggen op de materiële schade. Uiteindelijk werd het conflict zelfs geportretteerd als een '*bloodless affair*'.

- Michael Griffin (2004) *Picturing America's war on terrorism in Afghanistan and Iraq: photographic motifs as news frames*

Michael Griffin breidde in 2004 zijn eerdere onderzoek *Picturing the Gulf War* uit. In *Picturing America's war on terrorism in Afghanistan and Iraq* vergeleek hij wederom de fotoberichtgeving in Amerikaanse nieuwsmagazines *Time*, *Newsweek* en *US News & World Report* over de Golfoorlog (1991). Dit keer kijkt hij echter ook naar de invasie in Afghanistan (2001) en de invasie in Irak (2003). De inhoudsanalyse van Griffin toont aan dat zowel tijdens de Golfoorlog als tijdens de oorlogen in Afghanistan en Irak het merendeel van de gepubliceerde foto's betrekking had op *backstage events*. Hierin werd ofwel de militaire technologie en de kracht van het Amerikaanse leger getoond, danwel foto's van belangrijke politieke leiders. Binnen deze eenzijdige, abstracte berichtgeving werd de 'vijand' geminimaliseerd tot een stereotype symbool en slachtoffers aan de zijde van deze 'vijand' werden niet getoond. Er werd daarnaast

ook geen ruimte opengelaten voor slachtoffers aan Amerikaanse zijde. Slechts 1,5% van de afgebeelde foto's in het onderzoek van Griffin bleek betrekking te hebben op daadwerkelijke oorlogshandelingen in de vorm van gevechten. Verder was er opmerkelijk weinig fotomateriaal waarop bewoners van de getroffen gebieden werden afgebeeld. Griffin concludeert dan ook dat de weekbladen het heersende beeld steeds weer versterkten. Er werd geenszins geprobeerd om onafhankelijke of unieke 'visuele' informatie over te brengen en de fotoberichterij in de magazines steunde routinematig Washingtons 'officiële' versie van het verhaal. De foto's werden gekenmerkt door een geringe collectie met voorspelbare, terugkerende motieven.

- Dana L. Cloud (2004) *To veil the threat of terror: Afghan women and the 'clash of civilizations' in the imagery of the U.S. war on terrorism*

Dana L. Cloud richtte zich in haar onderzoek op de fotoberichterij over – voornamelijk – Afgaanse vrouwen en de manier waarop dit de publieke opinie over de oorlog in Afghanistan beïnvloedde. Zij onderzocht hiervoor foto's die zijn verschenen op de website Time.com. Cloud constateerde dat de rol die Afgaanse vrouwen in afbeeldingen kregen toebedeeld, meespeelden tijdens het rechtvaardigingsproces van oorlog tegen landen als Afghanistan. Het contrast tussen de westerse normen en waarden werd visueel gemaakt, aangezien de vrouw geportretteerd werd als hulpbehoevend en bijna wanhopig zoekend naar redding uit de onderdanige positie.

- Cynthia King & Paul Martin Lester (2005) *Photographic coverage during the Persian Gulf and Iraqi wars in three U.S. Newspapers*

Cynthia King en Paul Martin Lester deden een vergelijkend onderzoek naar de fotoberichterij over de Golfoorlog van 1991 en de Irak-oorlog van 2003. In 1991 was er sprake van een 'pool system' waarbij kritiek werd geuit op het beperken van de journalist en zo ook hun artikelen. De aanwezige embedded journalisten in 2003 zouden – ondanks enkele geldende beperkingen – veel dichterbij de 'actie' moeten kunnen komen. King & Lester verwachtten dat er noemenswaardige verschillen tussen de fotoberichterij over beide oorlogen zouden bestaan en dan met name wat betreft het aantal foto's over de strijd. In hun inhoudsanalyse keken zij naar drie Amerikaanse kranten, te weten de *Chicago Tribune*, *Los Angeles Times* en *New York Times*. Zij constateerden dat er weliswaar verschillen te bemerken waren, maar dat dit vooral op kwantitatief niveau was. Het aantal foto's in 2003 was aanzienlijk gestegen ten opzichte van 1991. Foto's waarop gevechtshandelingen te zien waren bleken echter relatief even veel voor te komen als in 1991. Het feit dat er embedded journalisten aanwezig waren bij de militairen betekende dus niet automatisch dat hierdoor ook meer 'actie' te zien was. De embedded journalisten hielden zich te veel vast aan het verhaal van militaire strategen en politici. De foto's waren erg pro-militair. King & Lester stelden dat deze bevindingen de grotere mate van controversie van de oorlog in 2003 weerspiegelen.

- Shahira Fahmy & Daekyung Kim (2006) *Picturing the Iraq War. Constructing the image of war in British and U.S. media*

Shahira Fahmy en Daekyung Kim deden een inhoudsanalyse naar de fotoberichterij over de oorlog in Irak. Zij onderzochten de Amerikaanse krant *New York Times* en de Engelse krant *The Guardian*. Opmerkelijk weinig foto's toonden gevechtsactiviteiten, ondanks de inzet van embedded journalisten. De foto's die voornamelijk werden getoond waren foto's van geallieerde troepen, Irakese slachtoffers, politieke leiders en ontmoetingen tussen geallieerde troepen en burgers. Alleen *The Guardian* toonde foto's van

actuele gebeurtenissen. Eén aspect binnen de fotoberichtgeving bleek overigens verrassend: de nadruk lag op Irakese burgers als slachtoffers van de oorlog. De beelden van militaire slachtoffers waren wel aanwezig, maar erg beperkt.

- Alexander G. Nikolaev (2009) *Images of War: Content Analysis of the Photo Coverage of the War in Kosovo*

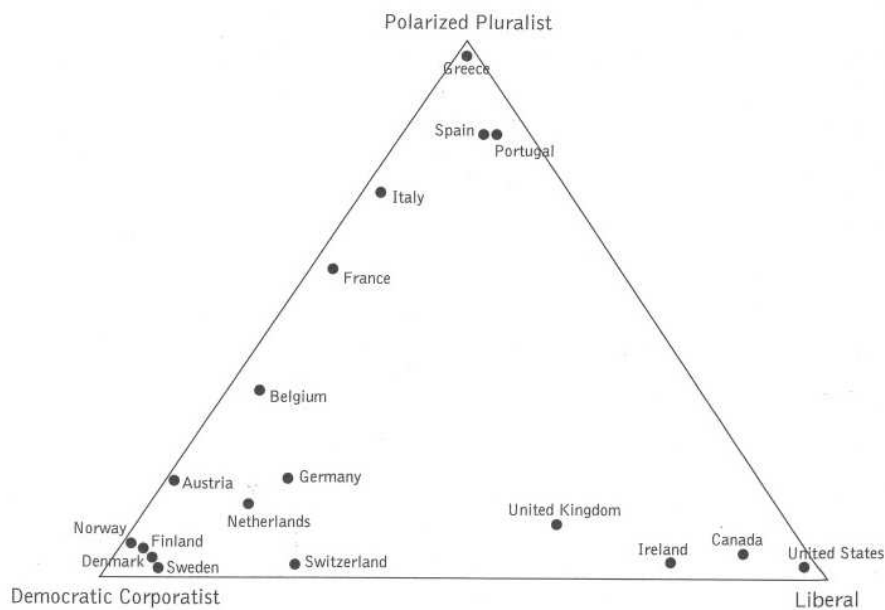
Alexander G. Nikolaev deed onderzoek naar de fotoberichtgeving over de oorlog in Kosovo door drie Amerikaanse tijdschriften (*Time*, *Newsweek* en *US News & World Report*). Amerikaanse en internationale stukken stelden dat het conflict een burgeroorlog was tussen de Servische bevolking van Kosovo (die door de Joegoslavische overheid werd gesteund) en een Albanese nationalistische terroristenorganisatie (KLA) (US Senate Republican Policy Committee, 1999). Nikolaev vroeg zich af of dit ook zo werd getoond in de media. Zijn hypothese was dat de fotoberichtgeving geen gebalanceerd beeld toonde en onderhevig was aan een duidelijk vooroordeel tegen de Serviërs. Van de beelden over 'lijden' ging het in 92.3% van de gevallen over Albanezen. Er waren maar 2 foto's (van de 365) die het lijden van de Serviërs toonden. 76.3% van alle foto's over vernietiging waren in Servië, maar waren 'anoniem' en 52% van alle foto's zonder mensen behoren tot de categorie van Serviërs. De Serviërs werden getoond op enkel 11.7% van alle foto's van burgers, terwijl dit in 77.5% van de gevallen Albanezen waren. Bijna de helft van alle 'angstaanjagende' foto's (46.7%) bevatten beelden van Serviërs. In 85.5% van de gevallen gaat het medeleven naar de Albanezen terwijl er slechts één medelevende foto van een Serviër is. Kijkend naar de cijfers wordt de hypothese van Nikolaev dus duidelijk statistisch gesteund. In de fotoberichtgeving is een pro-Albanese tendens zichtbaar.

### 3.7 Medialandschap In de Verenigde Staten en Nederland

De wetenschappers Hallin & Mancini (2004) stelden dat niet elk Westers land er hetzelfde medialandschap en hetzelfde politieke systeem op nahoudt. Zij ontwikkelden een theorie die het vergelijken van mediasystemen in ontwikkelde kapitalistische democratieën van Westelijk Europa en Noord-Amerika mogelijk zou maken. Hallin & Mancini (2004) omschreven vier dimensies waarbinnen de vergelijkingen gemaakt konden worden. Deze vier dimensies betreffen de ontwikkeling van de massapers, politiek parallelisme, journalistiek professionalisme en de rol van de staat. Vanuit de variatie binnen deze vier dimensies ontstonden drie mediasystemen, namelijk het *polarized pluralist model* (Zuid-Europa), het *democratic corporatist model* (Noord- en Centraal-Europa) en het *liberal model* (Noord-Atlantische regio). In totaal werden 18 landen meegenomen in de analyse. In figuur 3.3 is de driehoek met de modellen te zien. De interactiepatronen tussen media en politiek in elk van de bestudeerde landen komen met één van die modellen overeen. In het *liberal model* domineren de commerciële media samen met het marktdenken. Het *democratic corporatist model* wordt gekenmerkt door commerciële en (voormalige) verzuilde media die naast elkaar bestaan. Daarnaast is ook een beperkte rol weggelegd voor de staat. In het *polarized pluralist model* ten slotte zijn de media en het partijpolitieke systeem volledig met elkaar verstrengeld. Hierbij is er ook een grote rol weggelegd voor de staat.

Nederland bevindt zich aan de kant van het *democratic corporatist model*. De ontwikkeling van de massapers begon al vroeg. Op het gebied van politiek parallelisme was er sprake van een van oorsprong sterke verzuiling die ook in de media zichtbaar was. Naast de van oorsprong verzuilde media, is het sinds 1989 toegestaan commerciële omroepen te starten. De professionalisering in Nederland is sterk, de zelfregulatie is geïnstitutionaliseerd en er bestaan organisaties die de autonomie en belangen van

journalisten behartigen. Ten slotte is er sprake van interventie van de staat, zij het met de bescherming van persvrijheid. Er is sprake van overheidssubsidie voor bepaalde media en het publieke bestel is nog steeds aanwezig.



Figuur 3.3 In vulling van de drie modellen (bron: Hallin & Mancini, 2004)

De Verenigde Staten daarentegen behoren tot het *liberal model*. Er is sprake van een zeer vroege ontwikkeling van de commerciële massapers. De Verenigde Staten waren het eerste land waar een commerciële krantenindustrie ontstond en het land liep tevens voorop wat betreft commerciële omroepen. Op het gebied van politiek parallelisme kan er gesproken worden over neutrale commerciële media die formeel geheel autonoom zijn. Net als in Nederland is er in de Verenigde Staten sprake van een sterke professionalisering, maar de zelfregulatie is niet-geïstitutionaliseerd. De rol van de staat is miniem binnen het *liberal model*; binnen dit model worden de media grotendeels door de markt gedomineerd en gestuurd. Persvrijheid is zeer belangrijk binnen de Verenigde Staten. In de grondwet zijn meerdere wetten aangenomen die rechtsbescherming garanderen (Freedomhouse. *Freedom of press index*).

## 4. METHODOLOGIE

---

Dit onderzoek moet een antwoord geven op de vraag hoe de oorlog in Afghanistan in verschillende Nederlandse en Amerikaanse kranten visueel wordt gerepresenteerd. In dit hoofdstuk wordt uiteengezet welke methoden worden gebruikt en welke keuzes er zijn gemaakt met betrekking tot het beantwoorden van bovenstaande vraag.

### 4.1 Onderwerpkeuze en relevantie

Het onderzoeksthema van deze thesis is de oorlog in Afghanistan en de wijze waarop dit visueel in beeld gebracht wordt in Nederlandse en Amerikaanse kwaliteits- en populaire kranten in het jaar 2008. Daarnaast wordt er gekeken in hoeverre er verschillen zijn te ontdekken tussen de fotoberichtgeving vanuit geografisch niveau en mediumniveau.

Ik heb om verschillende redenen gekozen voor dit thema. Het onderwerp oorlog heeft me altijd geboeid. De strijd tussen partijen en de aanleiding hiertoe ligt vaak zeer gecompliceerd. Hoe dit door de media in beeld wordt gebracht is daarom erg interessant. Tijdens de research workshop Fotojournalistiek, werd mijn interesse voor fotoberichtgeving gewekt. Gebeurtenissen kunnen onwaarschijnlijk mooi of hard in beeld worden gebracht. En dit beeld kan op zijn beurt weer op verschillende manieren worden bekeken. De keuze voor een algemeen thema was dan ook snel gemaakt; fotoberichtgeving over een oorlog. Aangezien we ons in de workshop Fotojournalistiek hebben beziggehouden met de fotoberichtgeving over de Nederlandse missie in Uruzgan, leek het me interessant om deze lijn breder te trekken. Zodoende ben ik uitgekomen bij het thema de oorlog in Afghanistan en de wijze waarop dit visueel in beeld is gebracht. Zoals hiervoor aangegeven, wilde ik de lijn van het onderzoek naar de fotoberichtgeving over de Nederlandse missie in Uruzgan breder trekken. Naast de verschuiving van het 'deel' Uruzgan naar het 'geheel' Afghanistan, heb ik ervoor gekozen om Amerikaanse kranten in mijn onderzoek te betrekken. Mijn uiteindelijke doel is om met behulp van de fotoanalyse concrete uitspraken te kunnen doen over een mogelijk verschil tussen Nederlandse en Amerikaanse kranten. Maar ook wil ik bekijken of er verschillen te bekennen zijn tussen een Nederlandse kwaliteitskrant en populaire krant en een Amerikaanse kwaliteitskrant en populaire krant.

De relevantie van dit onderzoek ligt op meerdere niveaus. Allereerst is het vanuit theoretisch oogpunt interessant om te bekijken welke elementen in een foto kunnen worden onderzocht en of deze ook voorkomen binnen foto's over de oorlog in Afghanistan. Verder kan wellicht uit het onderzoek worden afgeleid of het niveau<sup>3</sup> van een krant zichtbaar wordt in de geplaatste foto's. Ook is het interessant om concrete uitspraken te doen over de verschillen tussen Nederlandse en Amerikaanse kranten met betrekking tot hun fotoberichtgeving over de oorlog in Afghanistan.

### 4.2 Vraagstelling en deelvragen

De vraagstelling die uit het onderzoeksthema is ontstaan luidt: *'Op welke wijze wordt de oorlog in Afghanistan in beeld gebracht in Nederlandse en Amerikaanse kwaliteits- en populaire kranten in het jaar 2008 en in hoeverre zijn er verschillen waar te nemen?'*

---

<sup>3</sup> In deze thesis worden onderscheiden: kwaliteitskrant t.o. populaire krant. Ontleend aan Bakker (2007:7)

De hoofdvraag wordt onderverdeeld in onderstaande deelvragen.

- Hoe wordt de oorlog in Afghanistan fotografisch verbeeld in de *Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *USA Today* en *New York Times*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen de *Telegraaf* en *NRC Handelsblad*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *USA Today* en *New York Times*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *Telegraaf* en *USA Today*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *NRC Handelsblad* en *New York Times*?

Zoals blijkt uit de vraagstelling en bovenstaande deelvragen, moet dit onderzoek uitwijzen of er verschillen zijn te benoemen betreffende de fotografische representatie van de oorlog in Afghanistan op twee niveaus, namelijk op geografisch niveau (Nederland tegenover VS) en op mediumniveau (populaire krant tegenover kwaliteitskrant).

### 4.3 Onderzoekseenheid

Met dit onderzoek wordt getracht te achterhalen of er verschillen in de fotoberichtgeving over de oorlog in Afghanistan te ontdekken zijn tussen kwaliteitskranten en populaire kranten. Naast dit onderscheid wordt er tevens op geografisch niveau geanalyseerd. Uiteindelijk heb ik ervoor gekozen om twee Nederlandse en twee Amerikaanse kranten te onderzoeken. Gezien de aanleiding van dit onderzoek is Nederland een vanzelfsprekende keuze. De Verenigde Staten zijn in dit onderzoek eigenlijk niet uit te sluiten vanwege de grote rol die dit land speelt in de aanzet en de voortgang van de oorlog in Afghanistan. De Verenigde Staten vielen Afghanistan op 7 oktober 2001 binnen (Nova, 23 januari 2003) en hebben met 48.000 soldaten veruit de meeste manschappen in deze oorlog (CRS Report for Congress, 15 juli 2008). Uiteindelijk heb ik vier kranten geselecteerd die zijn onderverdeeld in Nederlands tegenover Amerikaans en kwaliteit tegenover populair. De Nederlandse kranten die worden onderzocht zijn de *Telegraaf* (populair) en *NRC Handelsblad* (kwaliteit). De Amerikaanse kranten die worden onderzocht zijn *USA Today* (populair) en *New York Times* (kwaliteit).

	Populair	Kwaliteit
<b>Nederland</b>	<i>Telegraaf</i>	<i>NRC Handelsblad</i>
<b>Verenigde Staten</b>	<i>USA Today</i>	<i>New York Times</i>

Figuur 4.1 Onderzoekseenheden

#### 4.3.1 Telegraaf

Op 1 januari 1893 werd in Amsterdam *De Telegraaf* opgericht: een neutraal dagblad voor een ruime lezerskring. De oprichter en eigenaar was Henry Tindal, ook wel de 'Ceasar der Nederlandsche pers' genoemd. De *Telegraaf* was bedoeld als complement op dagblad de *Amsterdammer*. De *Amsterdammer* richtte zich vooral op de bovenlaag van de bevolking, vandaar dat *De Telegraaf* bedoeld was voor een algemene lezerskring. De *Amsterdammer* was een avondblad, dus diende *De Telegraaf* een ochtendblad te zijn en de *Amsterdammer* was een politiek blad, dus moest de nieuwe krant op politiek gebied neutraal zijn (Scheffer, 1976:21). Tindal ging in 1901 failliet en *De Telegraaf* kwam in bezit van de drukker H. Holdert. Hij legde de neutraliteit van de krant schriftelijk vast (*Telegraaf.nl*, 12 september 2002). Met een oplage van 719.000 exemplaren is de *Telegraaf* heden ten dage de grootste krant van Nederland (NRC, 1 april 2008).

De krant wordt bestempeld als populaire krant, hier tegenover staat de kwaliteitskrant (Bakker, 2007:7). Achter de typering gaat een niet uitgesproken invulling van het begrip 'kwaliteit' schuil die erop neerkomt dat vooral gekeken wordt naar de verhouding (politieke) informatie versus amusement in een dagblad. Een krant met relatief weinig (politieke) informatie en veel amusement krijgt het etiket populaire krant opgeplakt (Kaiser, 1994:27).

#### 4.3.2 NRC Handelsblad

NRC Handelsblad verscheen voor het eerst op 1 oktober 1970. Het was de eerste ontzuidde krant van Nederland. De avondkrant is ontstaan uit een fusie van twee oude, noodlijdende dagbladen: het *Algemeen Handelsblad* uit 1828 en de *Nieuwe Rotterdamsche Courant* uit 1844. De krant maakte deel uit van de Nederlandse Dagblad Unie, totdat het concern in 1995 overgenomen werd door PCM Uitgevers. Bij de start van het dagblad werd een duidelijke richtlijn meegegeven; de krant zou de primeur niet schuwen en niet terugdeinzen voor actieve journalistiek, die uiteraard snel en betrouwbaar moest zijn. Nieuws, analyse en opinie zouden strikt worden gescheiden (Rümke, ¶9). Het motto van het dagblad is Lux et Libertas, oftewel licht en vrijheid. De krant profileert zichzelf als kwaliteitskrant, voor lezers in de hogere inkomens- en opleidingscategorieën. Birgit Donker, hoofdredacteur van NRC Handelsblad, geeft in een interview in 2006 aan dat de krant nog steeds een neutrale, liberale krant is die de vrijheid van het individu voorstaat (Fijter, 13 december 2006). NRC Handelsblad heeft een oplage van 211.000 exemplaren (NRC, 1 april 2009). Samen met de *Volkskrant* en *Trouw* wordt *NRC Handelsblad* getypeerd als een kwaliteitskrant. Volgens Bakker (2007:7) is een kwaliteitskrant een krant met relatief veel (politieke) informatie en weinig amusement.

#### 4.3.3 USA Today

De *USA Today* is op 15 september 1982 opgericht door Allen Neuharth en wordt uitgegeven door *Gannett Company*. De oprichting had als doel om de Amerikaanse krantenmarkt van een nationale krant te voorzien, omdat deze markt veelal bestond uit lokale kranten. Door gebruik te maken van kleur en vele diagrammen, grafieken en foto's, stond de krant in groot contrast tot de relatief kleurloze kranten in die tijd. Bij de oprichting van de krant beschuldigden critici de redacteurs van het verspreiden van 'fast-food nieuws' door lezers een 'dagelijks menu van sterk bewerkte nieuwssamenvattingen, sportstatistieken, roddels en onbeduidende zaken' te bieden. *USA Today* werd onder meer bekend door zijn opiniepeilingen, waarmee de nationale focus van de krant werd benadrukt. Volgens oprichter Neuharth is de *USA Today* gericht op een 'mobiel, geïnteresseerd, intellectueel segment van de maatschappij' (Wehner, 2004:1). De krant heeft heden ten dage een oplage van ongeveer 2,2 miljoen. Het is daarom ook de grootste krant van de VS en de op één na grootste Engelstalige krant, na *The Times of India* (*USA Today*, 2008). *USA Today* kan – bekeken vanuit de beschrijving van Bakker (2007:7) – worden gezien als een populaire krant.

#### 4.3.4 New York Times

De *New York Times* is op 18 september 1851 opgericht door George Jones en Henry Jarvis Raymond. Laatstgenoemde is in 1856 ook met persbureau Associated Press gestart. De krant wordt uitgegeven door Arthur Ochs Sulzberger Jr. en is in bezit van *The New York Times Company*. Het is de grootste stedelijke krant van de VS. De bijnaam van de *New York Times* is 'The Gray Lady', wat refereert aan de stellige verschijning en stijl. Het lezerspubliek bestaat uit hoger opgeleide Amerikanen. De krant wordt beschouwd als een kwaliteitskrant en heeft een democratische signatuur (*New York Times*, 2008). Er zijn de afgelopen

jaren echter veel beschuldigingen geweest aan het adres van de krant. De krant zou zich namelijk schuldig maken aan eenzijdige berichtgeving. In 2004 schreef de toenmalige ombudsman, Daniel Okrent, een stuk waarin hij concludeerde dat de *New York Times* inderdaad een linkse inslag had betreffende bepaalde maatschappelijke kwesties. Dit kwam volgens hem echter door het kosmopolitische karakter dat was voortgekomen uit de oorsprong van de krant, de stad New York (Okrent, 2004:2). De krant heeft heden ten dage een oplage van ongeveer 1,5 miljoen exemplaren. De *New York Times* kan in de mediumverdeling worden getypeerd als een kwaliteitskrant.

#### 4.4 Onderzoeksperiode

Het is belangrijk om een recent en goed afgebakende periode te onderzoeken. Een volledig jaar moet een realistisch en betrouwbaar beeld geven. Verder dienen de gegevens beschikbaar te zijn. Daarom heb ik gekozen voor het jaar 2008 als onderzoeksperiode. Daarnaast is 2008 een interessant jaar omdat dit volgens de Afghaanse minister van Defensie, Abdul Rahim Wardak, het bloedigste jaar voor Afghanistan is geweest sinds in 2001 het Taliban-bewind ten val werd gebracht (AFP, 14 oktober 2008).

#### 4.5 Selectie foto's

De geanalyseerde foto's hebben een direct verband met de oorlog in Afghanistan. Dit hoeven niet alleen foto's ter plaatse te zijn, maar kunnen ook foto's aan het thuisfront zijn. Om een duidelijk beeld te krijgen van de representatie van de oorlog in Afghanistan, is geen enkele foto uitgesloten. Over het algemeen zijn de volgende foto's voorbij gekomen:

- Foto's van militairen;
- Foto's van politici;
- Foto's van de Afghaanse bevolking en/of Afghaanse stammenhoofden;
- Foto's van het thuisfront;
- Foto's van een gevecht en/of aanslag;
- Foto's van het materieel;
- Foto's van humanitair optreden;
- Foto's van het landschap;

De dataverzameling heeft op verscheidene manieren plaatsgevonden. Hieronder staat aangegeven hoe de foto's zijn verzameld.

- *NRC Handelsblad* en *de Telegraaf*

In de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag waren de maanden januari tot en met mei 2008 van de *Telegraaf* beschikbaar en de maanden januari tot en met november 2008 van *NRC Handelsblad*. De overige maanden van beide kranten lagen nog bij de binder. Juni tot en met december 2008 uit de *Telegraaf* heb ik bekeken in de Openbare Bibliotheek Rotterdam en de maand december 2008 van *NRC Handelsblad* heb ik bekeken in de Openbare Bibliotheek Den Haag. Met behulp van een digitale camera heb ik de foto's verzameld. De overige gegevens heb ik direct op een laptop ingevoerd.

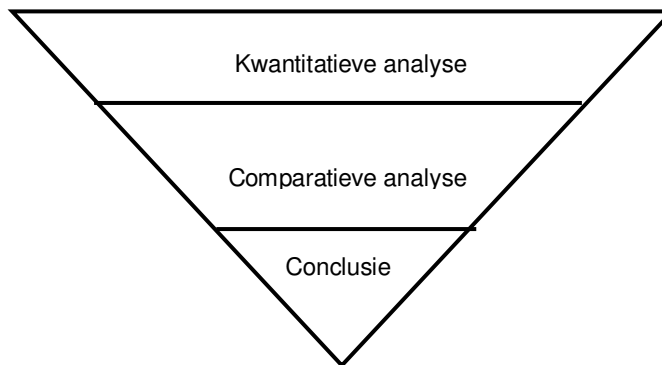
- *New York Times* en *USA Today*

Beide kranten waren in Nederland niet op papier beschikbaar en zodoende moest de dataverzameling op een andere manier plaatsvinden. Uiteindelijk heeft de krantendatabank LexisNexis hierin uitkomst geboden. Via de zoekstrings *Afghanistan (photo/graphic)* en *Afghan (photo/graphic)* heb ik bekeken welke artikelen er in beide kranten zijn verschenen. Via de zoekfunctie van de sites van beide kranten [www.nyt.com](http://www.nyt.com) en [www.usatoday.com](http://www.usatoday.com) en met behulp van Google is alle benodigde data gevonden en verwerkt.



## 4.6 Analysemethode

De basis van dit onderzoek is de kwantitatieve fotoanalyse. De foto's worden met behulp van een codeerschema uitgebreid geanalyseerd. Hiermee wordt antwoord gegeven op de eerste deelvraag 'Hoe wordt de oorlog in Afghanistan fotografisch verbeeld in de *Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *USA Today* en *New York Times*?' De overige vier deelvragen zullen worden beantwoord *met behulp van de kwantitatieve fotoanalyse*. Aan de hand van de resultaten uit deze fotoanalyse, wordt een comparatieve analyse uitgevoerd. Uiteindelijk komt de conclusie voort uit de kwantitatieve analyse en de comparatieve analyse.



### 4.6.1 Kwantitatieve fotoanalyse

Middels een analyseschema zullen de foto's worden onderzocht. Dit analyseschema is opgesteld aan de hand van Griffin & Lee (1995; *Picturing the Gulf War: Constructing an Image of War in Time, Newsweek, and US News and World Report*) en Zweers (2008; *research workshop Fotojournalistiek studiehandleiding: kwalitatief & kwantitatief analysemodel van persfoto's over de Nederlandse militaire missie in Uruzgan 2008*). De analyse moet uiteindelijk een antwoord geven op de vraag: Hoe wordt de oorlog in Afghanistan fotografisch verbeeld in de *Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *USA Today* en *New York Times*?

De analysecriteria zijn in vier groepen opgedeeld, namelijk algemene variabelen, beeldinhoudelijke variabelen, tekstuele variabelen en de combinatie tussen beeldinhoudelijke en tekstuele variabelen. De algemene variabelen hebben betrekking op de basiseigenschappen van de foto, zoals datum, pagina en bron. De beeldinhoudelijke variabelen gaan over de kenmerken die op de foto te zien zijn. De tekstuele variabelen houden verband met alle aspecten die in de kop, lead en ondertekening naar voren komen. De combinatie tussen beeldinhoudelijke en tekstuele variabelen gaat over de invloed van de tekst op de foto wat betreft teneur. In figuur 4.2 is het complete schema te zien.

#### *Algemene variabelen*

De algemene variabelen hebben betrekking op de basiseigenschappen. De volgende kenmerken worden hierin onderzocht:

- Fotonummer/ datum: Hiermee krijgen de foto's een label, zodat ze makkelijk terug te vinden zijn.
- Pagina/sectie: Er zijn een aantal katernen die mee worden genomen in de fotoanalyse. Afhankelijk wat de kranten voor secties bevatten, hebben ik vooralsnog de volgende secties onderscheiden: voorpagina, binnenlandpagina, buitenlandpagina, opiniepagina, weekendbijlage / special.
- Losse foto of bij artikel: Is het een losse foto of behoort de foto tot een artikel?
- Bron: Is de foto afkomstig van een persbureau, een fotograaf of anders? De persbureaus worden ook onderverdeeld.

<b>Algemene variabelen</b>			
Fotonummer			
Datum			
Pagina/sectie	- Voorpagina - Binnenlandpagina - Buitenlandpagina	- Opiniepagina - Weekendbijlage of special - Overig	
Losse foto of bij artikel	- Losse foto - Bij artikel		
Bron			
<b>Beeldinhoudelijke variabelen</b>			
Onderwerp foto	- Militair/politioneel optreden - Humanitair optreden - Politiek - Thuisfront & recreatie - (Wapen)uitrusting	- Islamitisch extremisme - Afghaanse bevolking / leven - Portret van militair/burger - Overig/freelancers	
Camera standpunt	- Hoog	- Midden	- Laag
Teneur foto	- Negatief	- Neutraal	- Positief
Slachtoffer(s) foto	- Buitenlandse militairen - Afghaanse militairen - Afghaanse burger(s) - Buitenlandse burgers/ hulpverleners - Talibanstrijders/rebellen - Buitenlandse militair(en) en Afghaanse militairen - Buitenlandse militair(en) en Afghaanse burger(s) - Buitenlandse militair(en) en buitenlandse burgers/ hulpverleners - Buitenlandse militair(en) en Talibanstrijders/rebellen	- Afghaanse militairen en Afghaanse burgers - Afghaanse militairen en buitenlandse burgers/hulpverleners - Afghaanse militairen en Talibanstrijders/rebellen - Afghaanse burger(s) en buitenlandse burgers/ hulpverleners - Afghaanse burger(s) en Talibanstrijders/rebellen - Buitenlandse burgers/hulpverleners en Talibanstrijders/rebellen - N.v.t	
<b>Tekstuele variabelen</b>			
Kop boven foto			
Kop en subkop bij artikel			
Lead			
Onderschrift foto			
Teneur tekst	- Negatief	- Neutraal	- Positief
Onderwerp tekst	- Militair/politioneel optreden - Humanitair optreden - Politiek - Thuisfront & recreatie	- Islamitisch extremisme - Afghaanse bevolking / leven - (Wapen)uitrusting - Overig	
Slachtoffer(s) tekst	- Buitenlandse militairen - Afghaanse militairen - Afghaanse burger(s) - Buitenlandse burgers/ hulpverleners - Talibanstrijders/rebellen - Buitenlandse militair(en) en Afghaanse militairen - Buitenlandse militair(en) en Afghaanse burger(s) - Buitenlandse militair(en) en buitenlandse burgers/ hulpverleners - Buitenlandse militair(en) en Talibanstrijders/rebellen	- Afghaanse militairen en Afghaanse burgers - Afghaanse militairen en buitenlandse burgers/hulpverleners - Afghaanse militairen en Talibanstrijders/rebellen - Afghaanse burger(s) en buitenlandse burgers/ hulpverleners - Afghaanse burger(s) en Talibanstrijders/rebellen - Buitenlandse burgers/hulpverleners en Talibanstrijders/rebellen - N.v.t	
<b>Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen</b>			
Teneur combinatie foto/tekst	- Positief - positief - Positief - neutraal - Positief - negatief - Neutraal - positief - Neutraal - neutraal	- Neutraal - negatief - Negatief - positief - Negatief - neutraal - Negatief - negatief	
Teneurverschil	- Positiever	- Neutraal	- Negatiever

Figuur 4.2 Codeerschema

*Beeldinhoudelijke variabelen*

De beeldinhoudelijke variabelen gaan over de kenmerken die op de foto te zien zijn. Hierin worden de volgende eigenschappen geanalyseerd:

- **Onderwerp foto:** Het onderwerp van de foto is in negen categorieën ingedeeld, welke in figuur 4.3 zijn weergegeven. Aan de hand van deze categorieën is snel te zien welke onderwerpen de meeste aandacht krijgen en welke de minste. Wat onder welk onderwerp wordt verstaan, is vastgelegd in het schema hieronder. Dit schema is gebaseerd op het analysemodel persfoto's Uruzgan in de studiehandleiding research workshop fotojournalistiek 2008 (Zweers, 2008), waarbij de categorie overig is toegevoegd. Wanneer er foto's zijn die niet in één van onderstaande categorieën passen, dan kan deze worden ingedeeld bij overig.

Militair / politieel optreden	ISAF / militairen/ Afghaanse politie in overleg, in actie tegen Talibanstrijders, patrouilleren, verkenningen, bewaking/beveiliging gebouwen en personen, militaire toespraak en ceremonies (ook tekenen van condoleance op basis), aanval door buitenlandse troepen
Humanitair optreden	Hulpverlening, medische zorg, opvang vluchtelingen, contact met de bevolking, training politie, wederopbouw, aanleg wegen, irrigatiekanalen, bruggen, scholen, bestrijding analfabetisme, ondersteunen vrouwen- en mensenrechtenorganisaties, samenwerking buitenlandse militairen en Afghanen, bezoek werkgevers
Politiek	Foto's van politici (op bezoek bij buitenlandse militairen of in gesprek met Afghaanse leiders), debat, vreedzame demonstraties, Afghaanse politici, bekendmaking/ mededelingen van buitenlandse en/of Afghaanse politici (ook bekendmakingen militaire functies)
Thuisfront & Recreatie	Contact met thuisfront via internet/telefoon, bezoek artiesten aan kampen, feestdagen, sporten, leuke dingen doen, pers te woord staan, ontspanning op het kamp, kazernes, (militairen en hun) familie/vrienden/partners, condoleance in thuisland
Islamitisch extremisme	Taliban, geweld en aanslagen door Taliban, radicale politieke islam, jihadisten, gewelddadige demonstraties.
Afghaanse bevolking / leven	Afghaanse mannen/vrouwen/kinderen, boer die op het land werkt, vrouw met kinderen op straat, Afghaans landschap
(Wapen)uitrusting	Alle materieel en wapens (sec en passief, dus zonder aanwezigheid van militairen), zoals militaire voertuigen, geweren, raketten etc.
Portret van militair/burger	Portret van een militair of burger waarbij niet duidelijk is welke actieve handeling er plaatsvindt
Overig	Alles wat niet in bovenstaande categorieën geplaatst kan worden

*Figuur 4.3 Onderwerp foto*

- **Camerastandpunt:** Het camerastandpunt van de fotograaf bij een foto is van belang aangezien het een bepaald gevoel bij de beschouwer kan versterken. Het camerastandpunt is onderverdeeld in een hoog standpunt (ook wel vogelperspectief genoemd), in een laag standpunt (ook wel kikkerperspectief genoemd) en in een midden standpunt, oftewel ooghoogte. Een hoog camerastandpunt kan iemand kleiner maken terwijl een laag camerastandpunt meer dominantie aan de gefotografeerde persoon kan verlenen.
- **Teneur foto:** De teneur van de foto is het gevoel dat de foto in eerste instantie oproept. In onderstaand schema is weergegeven welke thema's er onder welke teneur vallen.

Positief	Religieuze tolerantie, emancipatie, feestdagen, democratisering, dialoog, overleg, wederopbouw, samenwerking, contact/hulp (aan) Afghaanse bevolking, vreugde, euforie, compassie
Neutraal	Religie, moskee(bezoek), het leven in de stad, op het platteland of in het basiskamp, culturele manifestaties, dagelijkse leven militairen, portret, wapenuitrusting (als passief product)
Negatief	Geweld, aanslagen, angst voor terreur, jihadisten, militante fundamentalistische organisaties, radicale politieke islam, religieus extremisme, onderdrukking vrouwen, polarisatie, schandalen, corruptie, wapenuitrusting (als actief middel), doden en gewonden, vernielingen, huiszoekingen, verdriet, oorlog, condoleance, pijn, boosheid, paniek, gevechtshandelingen.

Figuur 4.4 Teneur foto

- Slachtoffer(s) foto: Hierbij wordt gekeken welke slachtoffers er op de foto's te zien zijn. Het gaat hierbij om slachtoffers die zijn geraakt door gevechtshandelingen, maar ook andere beeltenissen die betrekking hebben op slachtoffers zoals graven, lijkwagens of lijkkasten worden hierin meegenomen. Dit is onderverdeeld in de volgende groepen: buitenlandse militairen, Afghaanse militairen, Afghaanse burgers, buitenlandse burgers/hulpverleners, Talibanstrijders/rebellen en alle combinaties hiervan. De foto's waarop geen slachtoffers te zien zijn of waarop niet te bepalen is om wat voor een slachtoffer het gaat, krijgt het label n.v.t.

#### Tekstuele variabelen

- Kop boven foto / kop en subkop bij artikel / lead / onderschrift foto: de tekst bij een foto – die kan bestaan uit een kop, subkop, onderschrift en een lead – is van groot belang. De betekenis van de foto hangt af van woorden (Sontag, 2005:29). De tekst kan echter nooit laten zien hoe het geweest is, vandaar dat de nieuwsfoto hiervoor wordt gebruikt. Tevens kan de tekst bij de foto de teneur verder bepalen, aldus Evans (1997:255). De betekenis van elke foto is gebonden aan een context.
- Teneur tekst: Naast de foto wordt ook de teneur van de tekst bepaald. De tekst van de foto kan immers de teneur verder bepalen. Het is van belang om na te gaan of de bijgevoegde tekst bijdraagt aan het gevoel dat een foto oproept of dat de bijgevoegde tekst juist tegenstrijdig is. Hieronder staat aangegeven welke thema's er onder welke teneur vallen.

Positief	Wederopbouw, hulp bieden, medailles voor werkzaamheden, overleg, training, hulp aan Afghaanse leger/bevolking/Afghaanse leiders, feestdagen, vreugde, euforie
Neutraal	Gewone/allegaagse leven/werk van militairen, (bezoek van) politici, Afghaanse bevolking, functieomschrijving, kabinetsbesluiten, achterblijvers (thuisfront), politieke bijeenkomsten, wapens (als passief product)
Negatief	Geweld, aanslagen, schandalen, corruptie, doden/gewonden, vernielingen, gevechten, wapens (als actief middel), verslechtering wederopbouw, verdriet, angst, huiszoekingen, oorlog, offensief, verdriet

Figuur 4.5 Teneur tekst

- Onderwerp tekst: De tekst wordt onderverdeeld in de categorieën militair/politioneel optreden, humanitair optreden, politiek, thuisfront & recreatie, islamitisch extremisme, Afghaanse bevolking/leven, (wapen)uitrusting en overig. De betekenissen van de onderwerpen zijn in figuur 4.3 terug te vinden.
- Slachtoffers tekst: Hierbij wordt gekeken welke slachtoffers er in de tekst worden genoemd. Het gaat hierbij om slachtoffers die gewond zijn geraakt door gevechtshandelingen. Dit is onderverdeeld in de volgende groepen: buitenlandse militairen, Afghaanse militairen, Afghaanse burgers, buitenlandse burgers/ hulpverleners, Talibanstrijders/rebellen en alle combinaties hiervan. Teksten waarin geen slachtoffers worden benoemd, krijgen het label n.v.t.

#### *Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen*

- Teneur combinatie foto-tekst: Het is van belang om na te gaan of de bijgevoegde tekst bijdraagt aan het gevoel dat een foto oproept of dat de bijgevoegde tekst juist tegenstrijdig is. Dit is te zien in de combinatie van de teneur van de foto en de tekst. Hierbij kunnen we de volgende combinaties tegenkomen: Positief – positief, positief – neutraal, positief – negatief, neutraal – positief, neutraal – neutraal, neutraal – negatief, negatief – positief, negatief – neutraal, negatief – negatief.
- Teneurverschil: Aan de hand van teneur combinatie foto-tekst kan het teneurverschil worden vastgesteld. De teneur van de foto in combinatie met de tekst kan positiever, hetzelfde of negatiever zijn dan de foto zonder tekst.

#### **4.6.2 Comparatieve analyse**

De resultaten van de fotoanalyse worden gebruikt voor de comparatieve analyse. De comparatieve analyse zal bestaan uit een vergelijking van de onderzoekseenheden. Op kwantitatief niveau wordt beschreven welke verschillen er in de fotoberichtgeving over de oorlog in Afghanistan te zien zijn binnen *Telegraaf* en *NRC Handelsblad* (mediumniveau), *USA Today* en *New York Times* (mediumniveau), *Telegraaf* en *USA Today* (geografisch niveau) en *NRC Handelsblad* en *New York Times* (geografisch niveau). Het *mediumniveau* heeft betrekking op de 'ideologie' van de krant (Nederlandse populaire krant tegenover Nederlandse kwaliteitskrant en Amerikaanse populaire krant tegenover Amerikaanse kwaliteitskrant). Het *geografisch niveau* heeft betrekking op de standplaats van de krant (Nederlandse populaire krant tegenover Amerikaanse populaire krant en Nederlandse kwaliteitskrant tegenover Amerikaanse kwaliteitskrant).

#### **4.7 Verwerking**

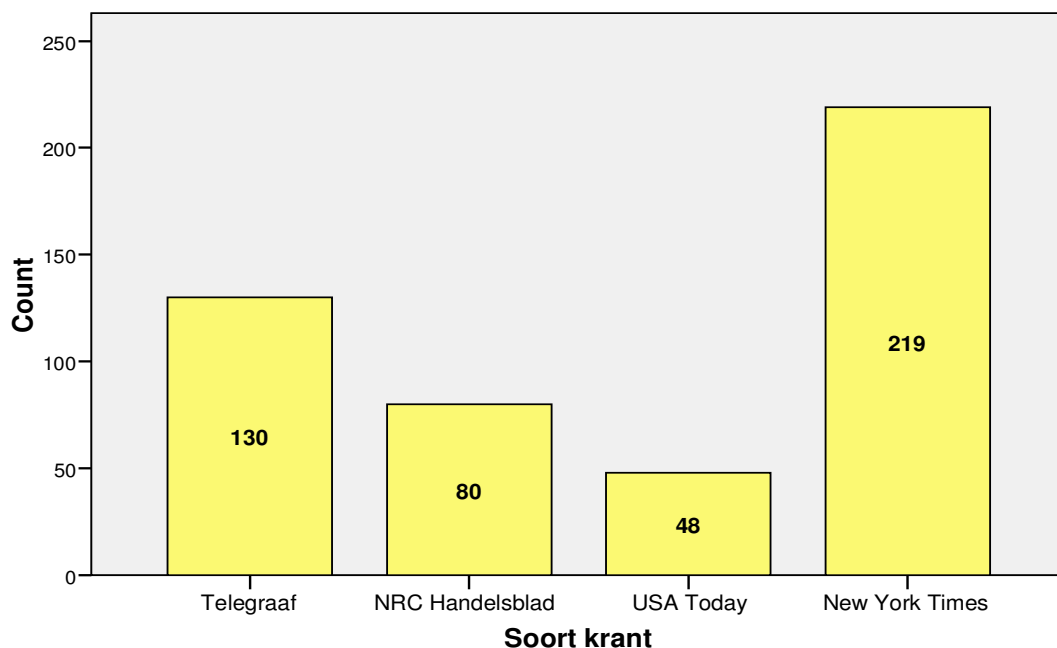
De resultaten van de analyse zijn in het codeerschema genoteerd. Vervolgens worden resultaten in het statistische programma SPSS verwerkt. Door middel van grafieken en diagrammen kan zodoende een duidelijke visuele weergave worden getoond van de resultaten. Hiermee wordt antwoord gegeven op de vraag: Hoe wordt de oorlog in Afghanistan fotografisch verbeeld in de *Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *USA Today* en *New York Times*? Aan de hand van deze resultaten kunnen vervolgens de overige vier deelvragen worden beantwoord, namelijk:

- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen de *Telegraaf* en *NRC Handelsblad*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *USA Today* en *New York Times*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *Telegraaf* en *USA Today*?
- In hoeverre zijn er verschillen te benoemen tussen *NRC Handelsblad* en *New York Times*?

Uiteindelijk zullen de resultaten van bovenstaande deelvragen leiden tot het antwoord op de vraagstelling *‘Op welke wijze wordt de oorlog in Afghanistan in beeld gebracht in Nederlandse en Amerikaanse kwaliteits- en populaire kranten in het jaar 2008 en in hoeverre zijn er verschillen waar te nemen?’*

## 5. KWANTITATIEVE FOTOANALYSE

Met behulp van een codeerschema is de fotoberichtgeving over de oorlog in Afghanistan in twee Nederlandse en twee Amerikaanse kranten geanalyseerd. Deze codeerschema's zijn vervolgens ingevoerd in statistiekprogramma SPSS. Met behulp hiervan worden in dit hoofdstuk de resultaten van de fotoanalyse getoond. De analysecriteria zijn in vier groepen opgedeeld, namelijk algemene variabelen, beeldinhoudelijke variabelen, tekstuele variabelen en de combinatie tussen beeldinhoudelijke en tekstuele variabelen. Per krant en per onderwerp zullen door middel van grafieken de meest belangrijke en meest opvallende uitkomsten worden getoond en worden beschreven. Naast de analyse van de standaardwaarden, zullen ook de verbanden tussen bepaalde variabelen worden besproken. Hierin wordt als standaard aangehouden dat de drie meest voorkomende relevante variabelen nader bekeken worden. Hiermee wordt antwoord gegeven op de eerste deelvraag 'Hoe wordt de oorlog in Afghanistan fotografisch verbeeld in de *Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *USA Today* en *New York Times*?' In hoofdstuk 6 zullen de resultaten uit de kwantitatieve fotoanalyse worden gebruikt om de verschillen tussen de kranten te benoemen. Hierbij wordt ingegaan op de vraag of er op geografisch niveau (Nederland tegenover VS) en op mediumniveau (populaire krant tegenover kwaliteitskrant) verschillen op te merken zijn. Het aantal verschenen foto's over de oorlog in Afghanistan verschilt per krant. In figuur 5.1 wordt het aantal per krant weergegeven.

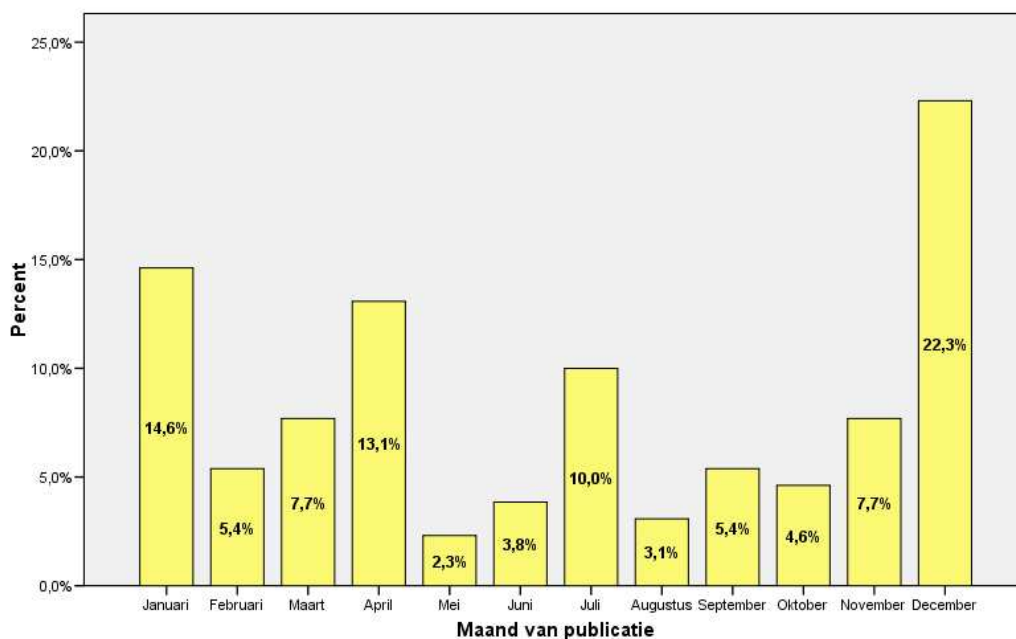


Figuur 5.1 Aantal verschenen foto's in 2008 over de oorlog in Afghanistan

### 5.1 Fotoberichtgeving in de Telegraaf

In de *Telegraaf* zijn in het jaar 2008 130 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. In de volgende paragrafen worden de resultaten uit de kwantitatieve fotoanalyse nader bekeken en besproken.

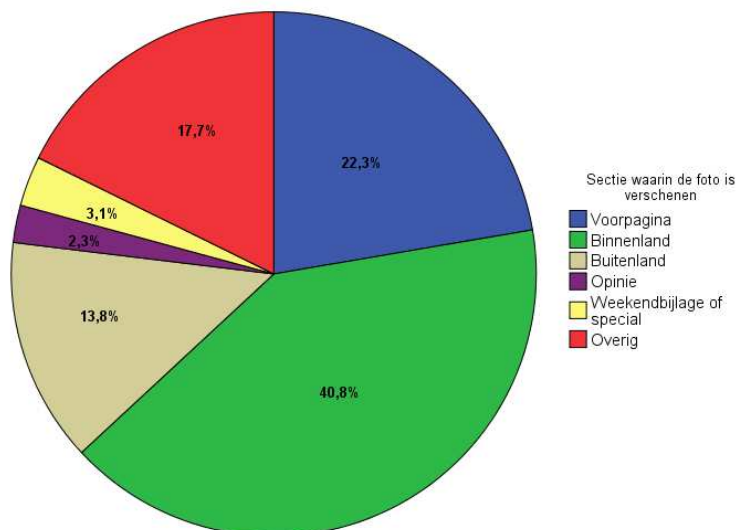
### 5.1.1 Algemene variabelen



Figuur 5.2 Maand waarin de foto is verschenen

In de *Telegraaf* zijn de meeste foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen in de maand december (22,3%). Daarnaast blijken in de maanden januari (14,6%) en april (13,1%) relatief veel foto's over dit onderwerp in de *Telegraaf* te staan. De maanden mei en augustus bevatten juist weinig foto's (resp. 2,3% en 3,1%).

Veruit de meeste foto's zijn in de sectie binnenland verschenen (40,8%). Met 22,3% staat de voorpagina op een tweede plaats. Overige secties/pagina's nemen een derde plaats in met 17,7%. In de sectie buitenland verschijnen relatief weinig foto's (13,8%), net als de opiniepagina (2,3%) en weekendbijlage/special (3,1%).



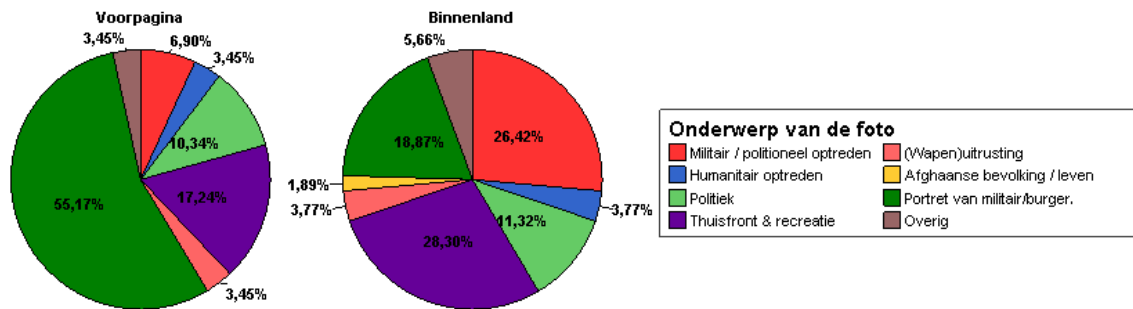
Figuur 5.3 Sectie waarin de foto is verschenen

*Sectie ↔ onderwerp foto:* Op de voorpagina zijn relatief veel portretfoto's verschenen (55,17%). Thuisfront & recreatie komt daarna het meeste voor met een percentage van 17,24%, gevolgd

door politiek met een percentage van 10,34%. Op de voorpagina zijn geen foto's verschenen over Afghaanse bevolking/leven. De overige categorieën komen minder voor. In de sectie binnenland zijn de meeste foto's van het onderwerp thuisfront & recreatie verschenen (28,3%). Ook komen relatief veel foto's van militair/politioneel optreden (26,4%) voor, dat wordt gevolgd door de categorie portret van militair/burger

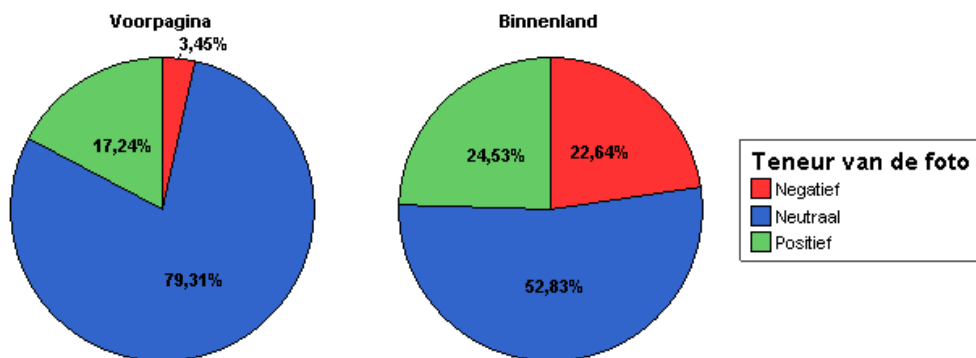


(18,87%) en politiek (11,32%). In deze sectie komt het onderwerp Afghaanse bevolking/leven relatief erg weinig voor met een percentage van 1,89%. Ook de overige categorieën komen weinig voor.



Figuur 5.4 Vergelijking sectie en onderwerp van de foto

Sectie ↔ teneur foto: Op de voorpagina hebben relatief veel foto's een neutrale teneur (79,31%). 17,24% is positief en maar 3,45% is negatief. In de binnenlandsectie hebben 52,83% van de foto's een neutrale teneur, 24,53% is positief en 22,64% is negatief.

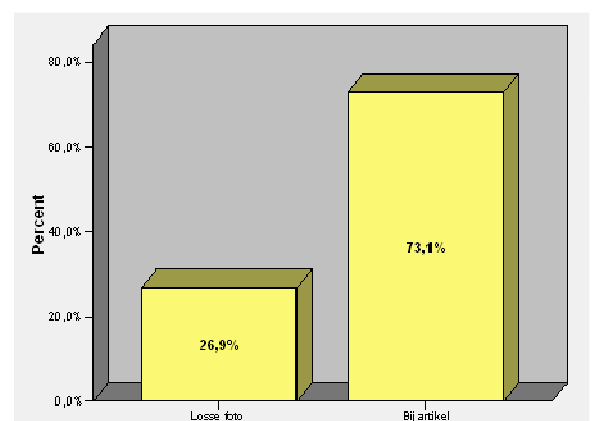


Figuur 5.5 Vergelijking sectie en teneur van de foto

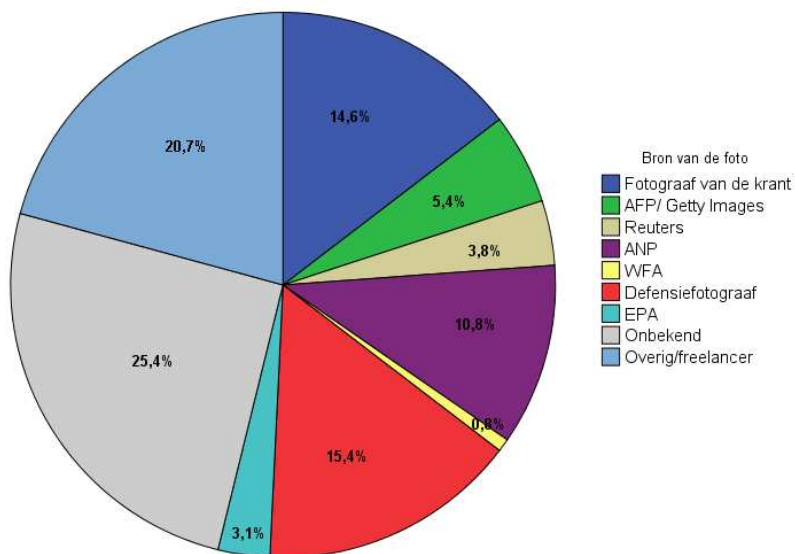
In figuur 5.6 is te zien dat van alle verschenen foto's in de *Telegraaf* 73,1% hoort bij een artikel en 26,9% een losse foto is.

De meeste foto's in de *Telegraaf* zijn afkomstig van een onbekende bron (25,4%), wat betekent dat er geen bron vermeld wordt bij de foto. De nummer twee wat betreft brongebruik in de *Telegraaf* is de categorie overig (20,7%). Uit de analyse blijkt dat de *Telegraaf* veel gebruik maakt van freelance fotojournalisten die in dit onderzoek in de categorie overig geplaatst worden. Er wordt relatief weinig gebruikt gemaakt van persbureaus met een totaal van 23,9%.

Van de persbureaus wordt het meest gebruik gemaakt van het ANP met een percentage van 10,8%. Verder gebruikt de krant foto's van Defensie (15,4%). 14,6% van de foto's is afkomstig van eigen fotografen.



Figuur 5.6 Behoort de foto tot een artikel of is het een losse foto?

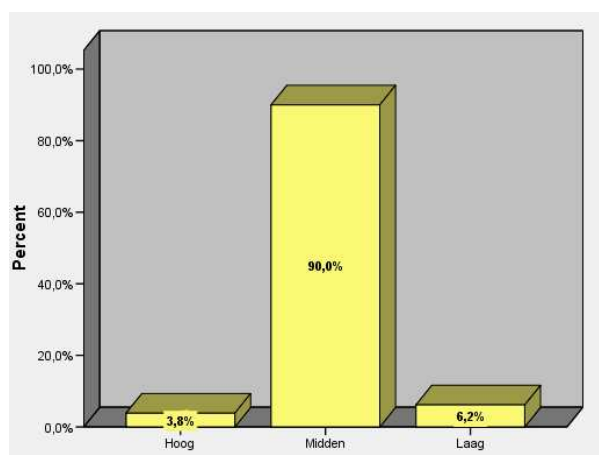


Figuur 5.7 Bron van de foto

**5.1.2 Beeldinhoudelijke variabelen**

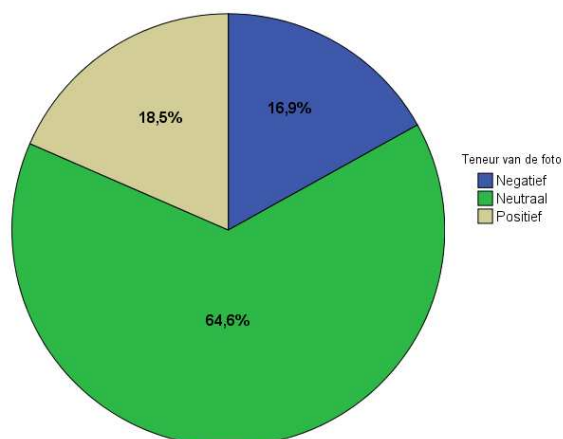
Het camerastandpunt van de foto's in de *Telegraaf* is vooral op ooghoogte (90%). In 6,2% van de foto's is een laag camerastandpunt gebruikt, terwijl dit een percentage van 3,8% is voor een hoog camerastandpunt.

In totaal hebben 64,6% van de foto's in de *Telegraaf* heeft een neutrale teneur. 18,5% is positief, terwijl 16,9% van de foto's een negatieve teneur heeft.

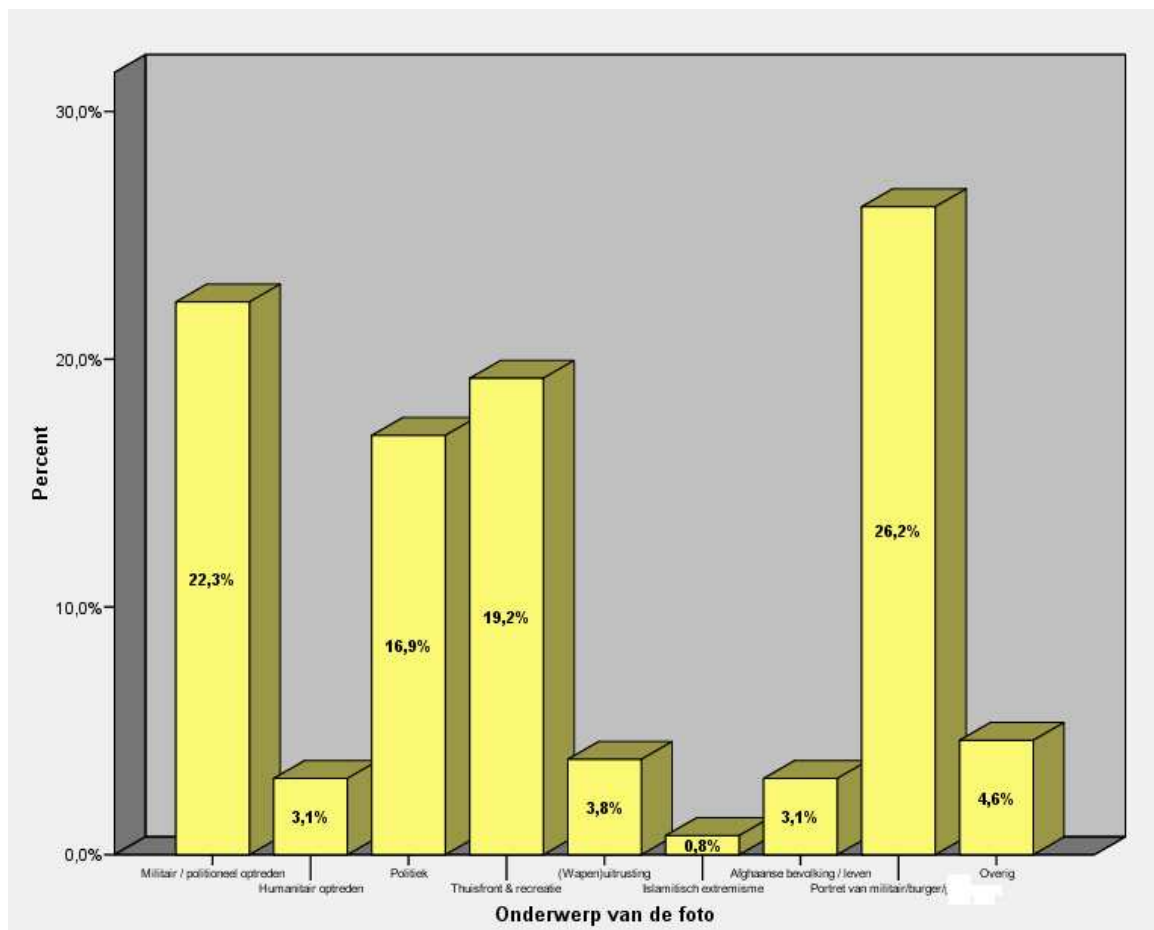


Figuur 5.8 Camerastandpunt van de foto

In figuur 5.10 is te zien dat er in de *Telegraaf* veel portretfoto's staan, namelijk 26,2% van het totaal aantal foto's. Daarnaast is militair/politioneel optreden een veelvoorkomend onderwerp met 22,3%. Bij thuisfront & recreatie is dit een percentage van 19,2% en bij politiek 16,9%. Relatief weinig foto's gaan over humanitair optreden (3,1%), (wapen)uitrusting (3,8%), Afghaanse bevolking/leven (3,1%) en islamitisch extremisme (0,8%).

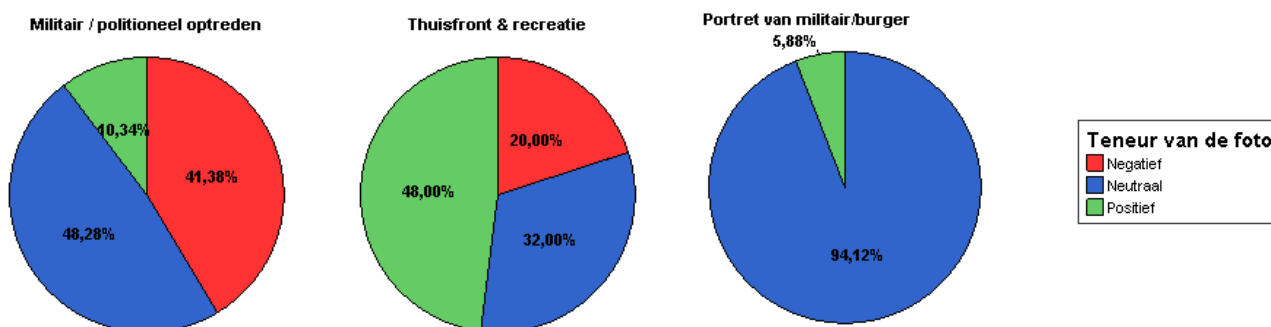


Figuur 5.9 Teneur van de foto



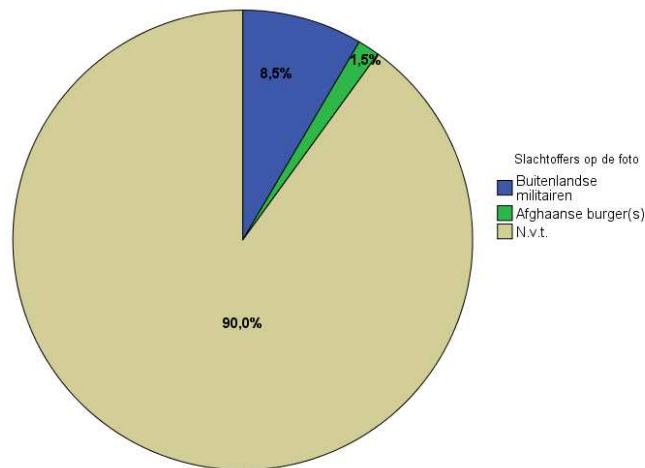
Figuur 5.10 Onderwerp van de foto

Onderwerp foto ↔ teneur foto: Bij het onderwerp militair/politioneel optreden heeft 41,38 % van de foto's een negatieve teneur. 48,28 % is neutraal en 10,34 % is positief. Bij het onderwerp thuisfront & recreatie is 48% van de foto's positief, 32% is neutraal en 20 % is negatief. Bij het onderwerp portret heeft 95,92 % van de foto's een neutrale teneur en 4,08 %, heeft een positieve teneur.



Figuur 5.11 Vergelijking onderwerp foto en teneur foto

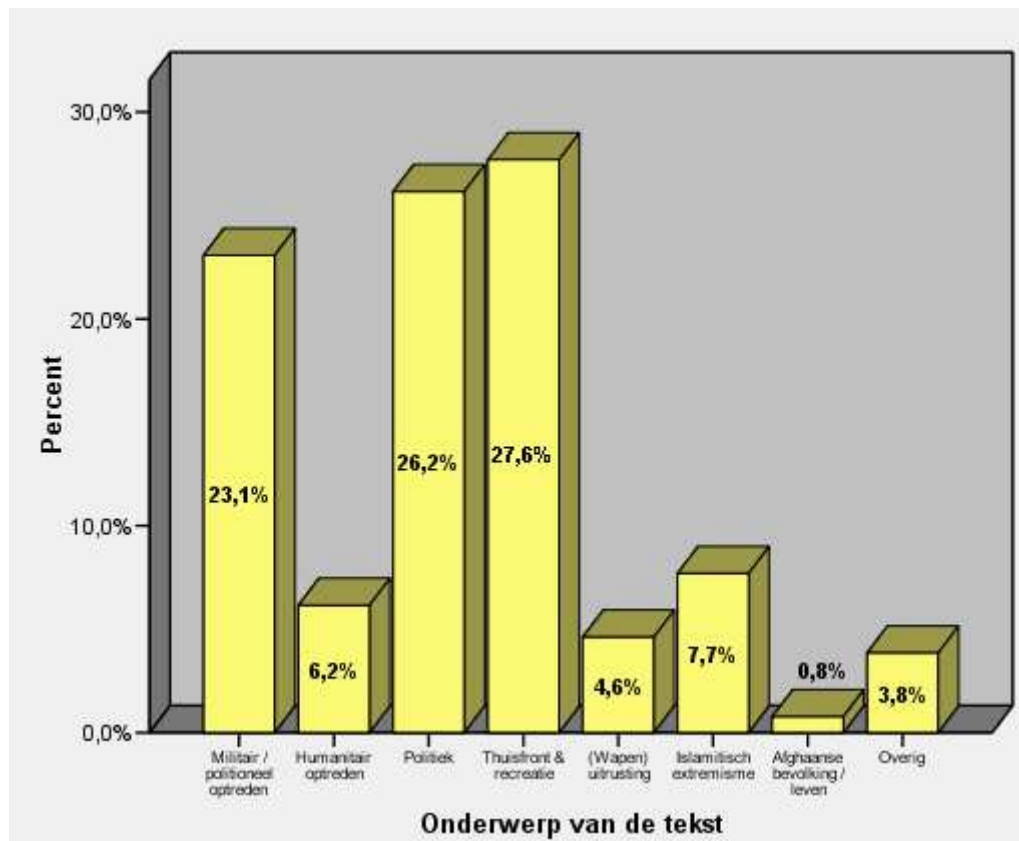
In de foto's in de *Telegraaf* is op 90% van de foto's geen slachtoffer zichtbaar. Op 8,5% van de foto's zijn buitenlandse militairen als slachtoffergroep te zien, terwijl de slachtoffergroep Afghaanse burgers op 1,5% van de geanalyseerde foto's te zien is. De overige slachtoffergroepen zijn niet zichtbaar op de foto's in de *Telegraaf*.



Figuur 5.12 Slachtoffers op de foto

### 5.1.3 Tekstuele variabelen

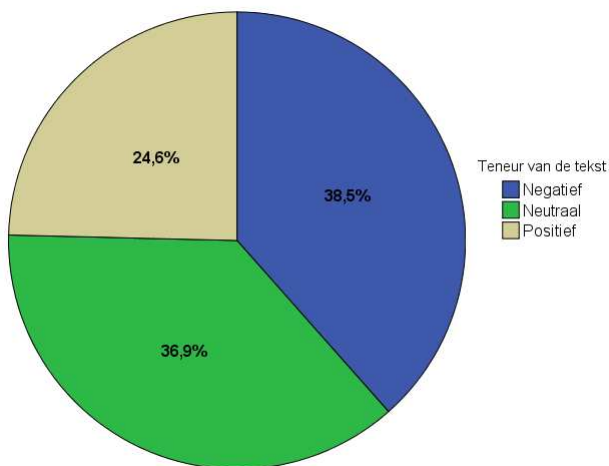
In de *Telegraaf* wordt in de tekst veel aandacht geschonken aan de categorieën thuisfront & recreatie (27,6%) en politiek (26,2%). Ook militair/politioneel optreden komt vaak voor (23,1%). Er wordt relatief weinig aandacht besteed aan het onderwerp Afghaanse bevolking/leven (0,8%). Ook de categorieën (wapen)uitrusting, humanitair optreden en islamitisch extremisme komen niet vaak voor (resp. 4,6%, 6,2% en 7,7%).



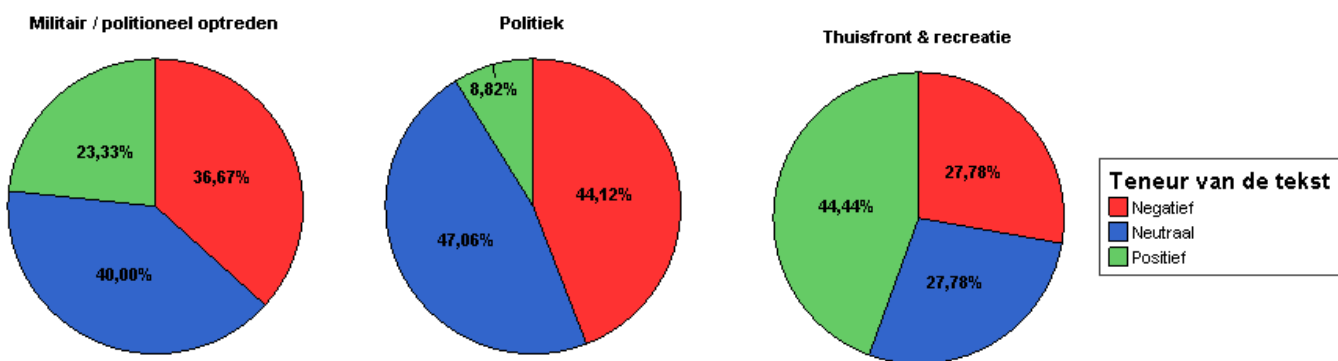
Figuur 5.13 Onderwerp van de tekst

De teneur van de tekst in de *Telegraaf* is redelijk gelijk verdeeld. In totaliteit komt een negatieve teneur het meest voor met een percentage van 38,5%. Hierna volgt neutraal met 36,9% en positief met 24,6%.

*Onderwerp van de tekst ↔ teneur van de tekst:* Bij het onderwerp militair/politioneel optreden is 36,67% van de tekst negatief, 40% neutraal en 23,33% positief. Bij het onderwerp politiek is 44,12% van de tekst negatief, 47,06% neutraal en 8,82% positief. Bij het onderwerp thuisfront en recreatie is de teneur van de tekst in 27,78% van de gevallen negatief. Een zelfde percentage is neutraal en 44,44% is positief.

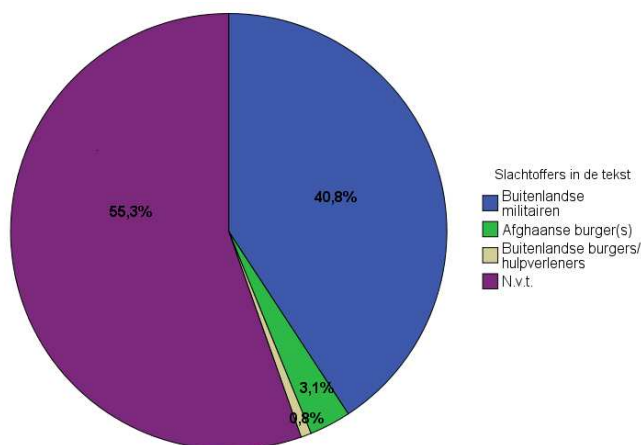


Figuur 5.14 Teneur van de tekst



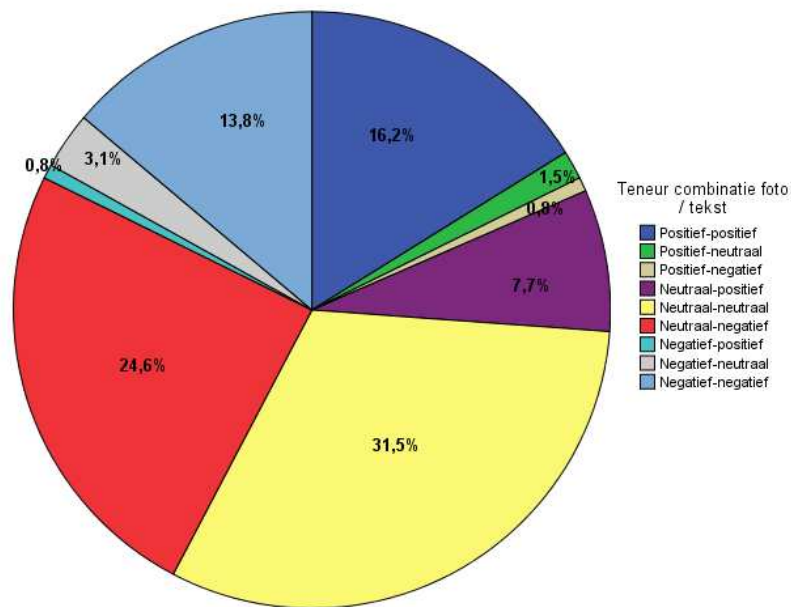
Figuur 5.15 Vergelijking onderwerp tekst en teneur tekst

Er wordt relatief veel gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. In 40,8% van de geanalyseerde teksten wordt hierover gesproken. Daarnaast wordt er – weliswaar erg weinig – aandacht besteed aan Afghaanse burgers (3,1%) en buitenlandse burgers/hulpverleners (0,8%). In 55,3 % van de tekst wordt er niet gesproken over slachtoffers. Veruit de meeste aandacht gaat dus uit naar de buitenlandse militairen.



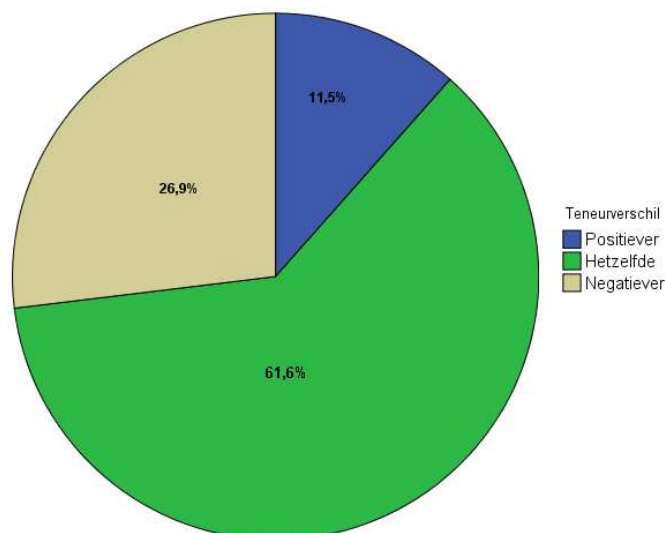
Figuur 5.16 Slachtoffers in de tekst

### 5.1.4 Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen



Figuur 5.17 Teneur combinatie foto/ tekst

De teneur combinatie foto/ tekst blijkt vooral neutraal-neutraal te zijn (31,5%). Dit betekent dat de teneur van de foto door middel van de tekst niet is veranderd. Ook neutraal-negatief komt met een percentage van 24,6% relatief veel voor. De teneur van de tekst is hier dus negatiever dan de foto. Positief-positief blijkt in 16,2% van de geanalyseerde foto's waar te nemen, negatief-negatief 13,8% en neutraal-positief 7,7%. De overige categorieën komen allen wel voor, zij het met een laag percentage.



Figuur 5.18 Teneurverschil

De teneur combinatie foto/tekst is in 61,6% van de gevallen hetzelfde gebleven. Een veranderende teneur door de tekst is in totaal met een percentage van 38,4% voorgekomen. In 26,9% van de gevallen kreeg de foto door middel van de tekst een negatievere teneur, terwijl dit in 11,5% van de gevallen juist positiever werd.



### 5.1.5 Conclusie fotoberichtgeving in de Telegraaf

In de *Telegraaf* zijn in het jaar 2008 130 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. Het grootste gedeelte (73,1%) van de foto's hoorde bij een artikel en een kleiner percentage (26,9%) was een losse foto. Het camerastandpunt van de foto's in de *Telegraaf* lag vooral op ooghoogte (90%). 6,2% van de foto's had een laag camerastandpunt, terwijl 3,8% een hoog camerastandpunt had. De meeste foto's verschenen in de maand december. Ook in de maanden januari en april bleken relatief veel foto's in de krant te staan. De maanden mei, juni en augustus bevatten juist weinig foto's over de oorlog in Afghanistan. In de maand december zijn er twee reportages over 'onze jongens' in het Stan Huygens Journaal verschenen (invloedrijke societyrubriek in de *Telegraaf*), waarin verslag werd gedaan van Huygens' bezoek aan Afghanistan. Hierbij zijn veel foto's verschenen.



*Foto uit het Stan Huygens journaal in de Telegraaf*

Tevens speelt mee dat in deze maand meerdere feestdagen plaatsvonden waarover de *Telegraaf* heeft bericht. Januari en april waren maanden waarin Nederlandse militaire slachtoffers in Afghanistan zijn gevallen. De *Telegraaf* heeft hier in haar (foto)berichtgeving veel aandacht aan besteed. In de maanden waarin een klein aantal foto's zijn verschenen, hebben er waarschijnlijk weinig tot geen noemenswaardige gebeurtenissen plaatsgevonden.

Qua brongebruik bleek de *Telegraaf* niet erg consequent te zijn. Er werd namelijk in een kwart van de foto's geen bron vermeld. De categorie overig kwam ook relatief vaak voor, maar dit komt door het grote aantal freelance fotografen die beelden hebben geleverd. De *Telegraaf* maakte in iets minder dan een kwart van de gevallen gebruik van persbureaus. Het ANP voerde hierin de boventoon met een percentage van 10,8%. Ook AFP/Getty Images, Reuters, WFA en EPA werden gebruikt. 15,4% van de foto's was afkomstig van defensiefotografen. Deze beelden kunnen wellicht een 'vertroebeld' beeld van de werkelijkheid geven, aangezien Defensie controle heeft op hetgeen er wordt gefotografeerd (zie ook paragraaf 3.5, *Embedded journalisten*). Het aandeel van de eigen fotografen betrof een percentage van 14,6%.

Veruit de meeste foto's verschenen in de sectie binnenland (ruim 40%). Hieruit kan geconcludeerd worden dat de *Telegraaf* behoorlijk nationaal georiënteerd is wat betreft het onderwerp 'oorlog in Afghanistan'. In de sectie binnenland was het grootste aantal foto's van het onderwerp thuisfront & recreatie. Dit is vrij logisch, aangezien het gros van de binnenlandse berichten zal liggen binnen deze categorie. Verder zijn er in de binnenlandsectie relatief veel foto's verschenen over militair/politioneel optreden en portret van militair/burger. Dit is te verklaren vanuit het feit dat binnen



*Tekeningen van het condoleanceregister*

de *Telegraaf* een grote nadruk ligt op Nederlandse slachtoffers (en de condoleances/ceremonies hieromheen) en militaire plechtigheden.

De overige categorieën kwamen beduidend minder voor. In de binnenlandsectie had ruim de helft van de foto's een neutrale teneur, ongeveer een kwart was positief en het andere kwart negatief. Ook op de *voorpagina* stonden relatief veel foto's. Op deze pagina was ruim de helft van de foto's een portret van militair of burger. Dit hoge percentage komt voort uit het grote aantal gepubliceerde portretten van militairen nadat zijn in Afghanistan waren omgekomen. De *Telegraaf* heeft veel aandacht aan deze slachtoffers gewijd. Ook het onderwerp thuisfront &



*Militaire plechtigheid in Nederland*

recreatie kwam relatief vaak voor, waarbij er zowel positieve (feestdagen en bezoeken van 'prominenten') als negatieve foto's (condoleance/begravenis) verschenen. De overige onderwerpen kwamen niet of beduidend minder voor. Op de voorpagina hadden relatief veel foto's een neutrale teneur, ongeveer 17% was positief en maar een heel klein percentage was negatief. Overige secties/pagina's bevatten iets minder dan een vijfde van de foto's. In de sectie buitenland verschenen juist in verhouding wat minder foto's, net als de opiniepagina en weekendbijlage/special.

In totaliteit had het grootste deel van de foto's in de *Telegraaf* een neutrale teneur (64,6%), 18,5% van de foto's was positief en 16,9% negatief. De teneur van de tekst in de *Telegraaf* was in 38,5% van de gevallen negatief, ongeveer een zelfde percentage was neutraal en iets minder dan een kwart van de foto's was positief. De tekst bij de foto's speelde bij de *Telegraaf* dus een



*Huwelijksaanzoek van een Nederlandse militair*

belangrijke rol, want een groot aantal foto's is veranderd qua teneur door de tekst. Dit kwam in 38,4% van de gevallen voor. Door de bijgevoegde tekst werd de teneur in ruim een kwart van de gevallen negatiever en 11,5% positiever. Er kan gesteld worden dat de foto's zonder de tekst niet het gehele verhaal vertellen.

De onderwerpen die veel in de *foto's* voorkwamen zijn portret van militair/burger, militair/politioneel optreden, thuisfront & recreatie en politiek. Bij het onderwerp portret van militair/burger hadden bijna alle foto's een neutrale teneur. Dit is overigens niet opvallend, omdat de meeste foto's 'gewone' portretten zijn waarbij geen handeling of emotie te zien is. Bij het onderwerp militair/politioneel optreden had ruim 40% van de foto's een negatieve teneur. Dit hoge aantal komt voort uit het grote aantal foto's van militaire ceremonies rondom de dood van Nederlandse militairen. Van de overige foto's binnen deze categorie was bijna de helft neutraal en maar een tiende positief. Bij het onderwerp thuisfront & recreatie was juist een groot deel van de foto's positief, een derde was neutraal en een vijfde was negatief. Het hoge percentage



positieve teneur komt door de nadruk die de *Telegraaf* in haar berichtgeving legt op contact met familie en vrienden en de 'gezelligheid' binnen het kamp, zoals het vieren van Sinterklaas, Kerst en Oud & Nieuw. Onderwerpen waaraan in de *Telegraaf* veel minder aandacht werd besteed zijn humanitair optreden (3,1%), (wapen)uitrusting (3,8%), Afghaanse bevolking/leven (3,1%) en islamitisch extremisme (0,8%).

Onderwerpen die in de *tekst* veel naar voren kwamen waren thuisfront & recreatie, politiek en militair/politioneel optreden. Bij het onderwerp thuisfront & recreatie was het grootste aantal teksten bij foto's positief van aard. Dit heeft net zoals bij de foto's te maken met de nadruk op familie en vrienden en de gezelligheid binnen het kamp. Ruim een kwart van de foto's is negatief en een zelfde percentage is neutraal. De negatieve teneur bij het onderwerp thuisfront & recreatie komt voornamelijk voort uit de vele berichten rondom gesneuvelde of gewonde soldaten. Bij het



*Nederlandse militair omgekomen in Afghanistan*

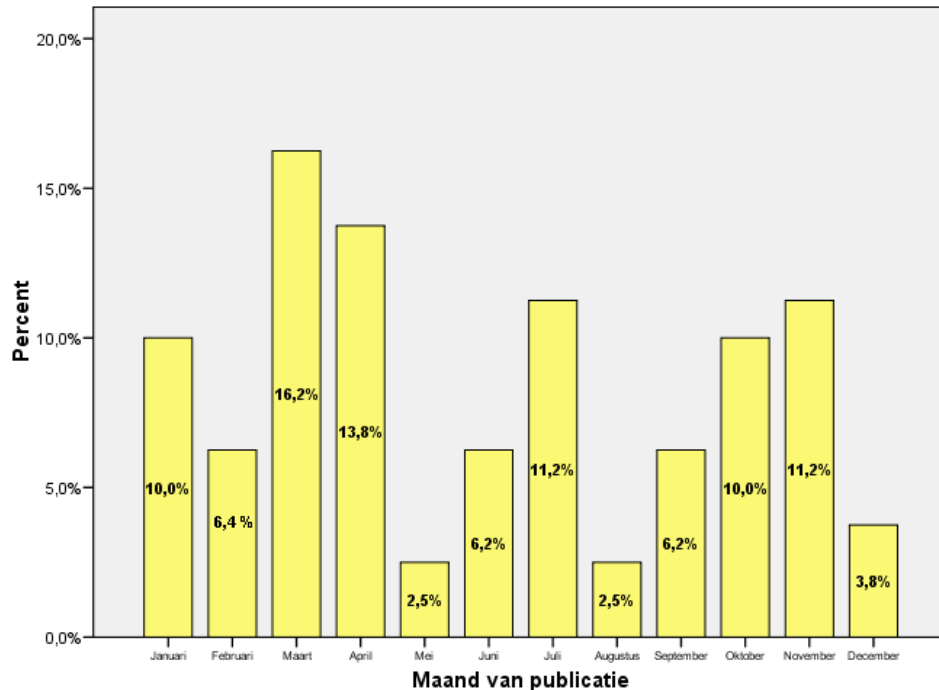
onderwerp politiek was een aanzienlijk percentage van 44,12% van de tekst negatief. Dit heeft te maken met de (vaak) negatieve tendens tegenover het kabinetsbeleid en –besluiten. De overige 47,06% was neutraal en 8,82% was positief. Bij het onderwerp militair/politioneel optreden was ruim een derde van de tekst negatief. Dit hoge percentage komt hoofdzakelijk voort uit het grote aantal berichten over militaire ceremonies rondom gesneuvelde Nederlandse militairen. Verder is binnen de categorie militair/politioneel optreden 40% van de fototekst neutraal en ruim een vijfde positief. In de fototekst wordt relatief weinig aandacht besteed aan de categorieën Afghaanse bevolking/leven, (wapen)uitrusting, humanitair optreden en islamitisch extremisme

Op 90 % van de *foto's* in de *Telegraaf* was geen slachtoffer zichtbaar, 8,5 % van de foto's toonde buitenlandse militairen als slachtoffergroep en de slachtoffergroep Afghaanse burgers was op 1,5% van de geanalyseerde foto's te zien. In 44,7% van de *fototekst* werd gesproken over slachtoffers. Hierin werd relatief erg veel gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen (40,8%). Daarnaast werd er aandacht besteed aan Afghaanse burgers (3,1%) en buitenlandse burgers/hulpverleners (0,8%). Hieruit valt af te leiden dat de *Telegraaf* aandacht besteed aan de gevolgen van de oorlog. Het is weliswaar erg eenzijdig (bijna alleen maar buitenlandse militairen), maar het komt in de tekst wel veelvuldig naar voren.

## 5.2 Fotoberichtgeving in NRC Handelsblad

In NRC Handelsblad zijn in het jaar 2008 80 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. In onderstaande paragrafen worden de resultaten uit de kwantitatieve fotoanalyse nader bekeken en besproken.

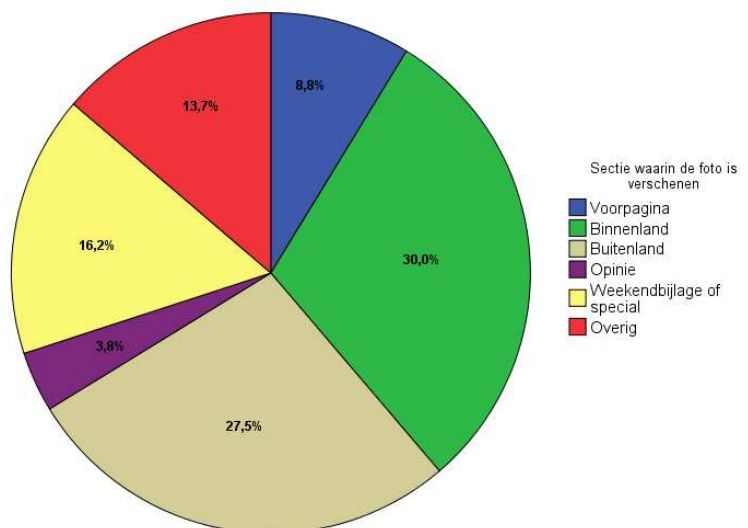
### 5.2.1 Algemene variabelen



Figuur 5.19 Maand waarin de foto is verschenen

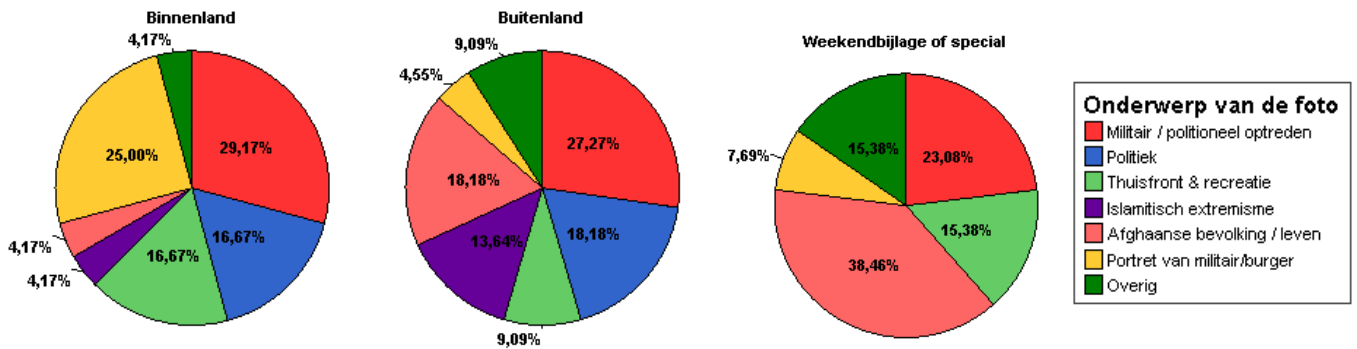
In NRC Handelsblad zijn de meeste foto's over Afghanistan verschenen in de maand maart (16,2%). Ook in de maanden april, juli en november verschijnen relatief een groot aantal foto's (resp. 13,8, 11,2 en 11,2%) In de maanden mei en augustus zijn relatief de minste foto's te vinden (beide 2,5%).

In NRC Handelsblad zijn de meeste foto's in de sectie binnenland verschenen (30%). Met 27,5% staat de buitenlandpagina op een tweede plaats. In een weekendbijlage/special, voorpagina en opiniepagina verschijnen relatief minder foto's (resp. 16,2%, 8,8% en 3,8%). Overig heeft een percentage van 13,7% van het totaal.

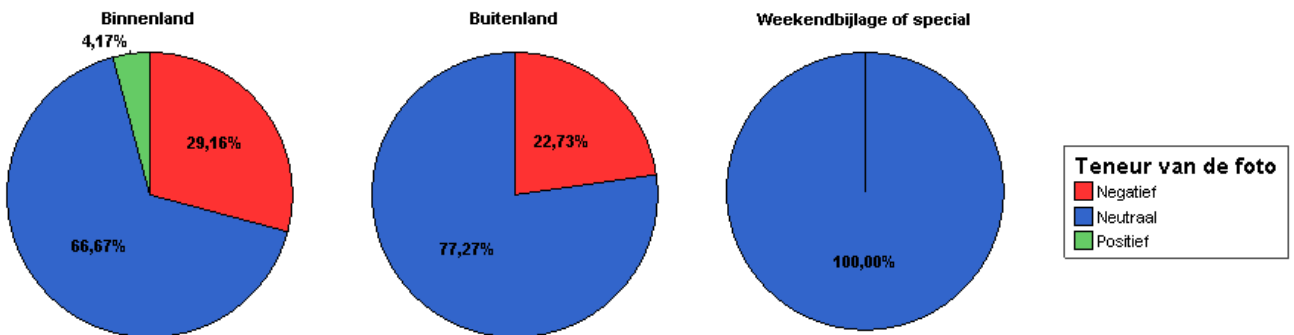


Figuur 5.20 Sectie waarin de foto is verschenen

*Sectie ↔ onderwerp:* In de sectie binnenland zijn de meeste foto's verschenen over het onderwerp militair/politioneel optreden (29,17%). Ook relatief veel foto's zijn verschenen over het onderwerp portret militair/burger (25%). Thuisfront & recreatie en politiek komen beide in 16,67% van de foto's voor. De overige categorieën komen beduidend minder voor. In de sectie buitenland staan relatief veel foto's over militair/politioneel optreden (27,27%). De categorieën politiek (18,18%), Afghaanse bevolking/leven (18,18%) en islamitisch extremisme (13,64%) komen ook relatief vaak voor. In de weekendbijlage/special zijn er relatief veel foto's verschenen over de Afghaanse bevolking/leven (38,46%). Ook militair/politioneel optreden komt redelijk vaak voor (23,08%). Zowel thuisfront & recreatie als overig hebben een percentage van 15,38%.

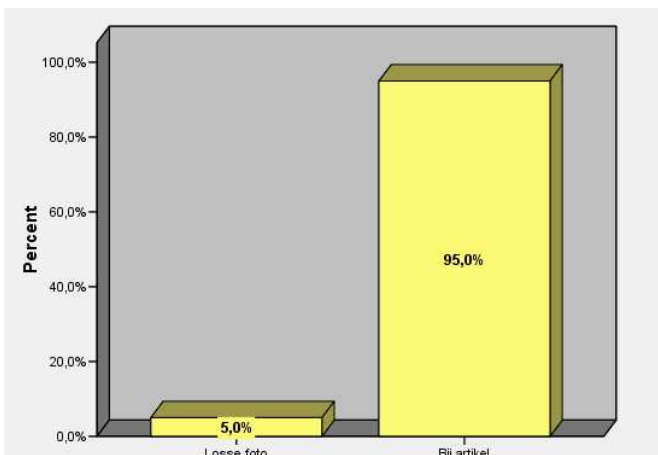


Figuur 5.21 Vergelijking sectie en onderwerp foto



Figuur 5.22 Vergelijking sectie en teneur van de foto

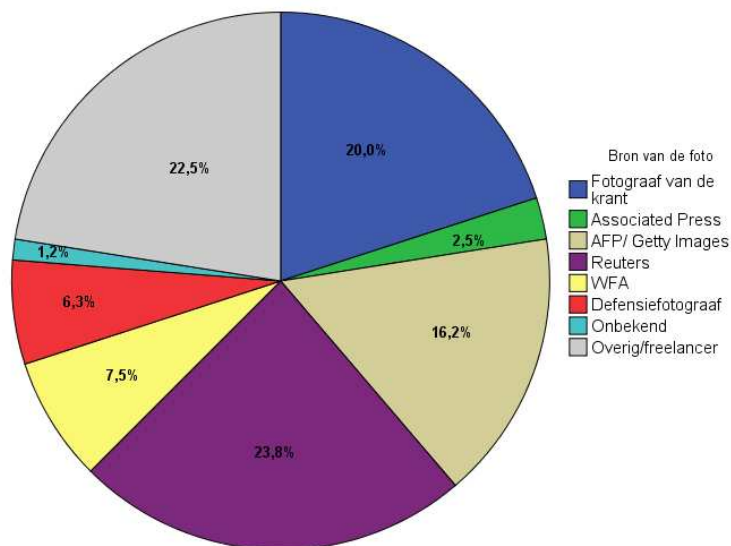
*Sectie ↔ teneur:* In de sectie binnenland hebben relatief veel foto's een neutrale teneur (66,67%). 29,16% is negatief en 4,17% is positief. Op de buitenlandpagina heeft het grootste gedeelte van de foto's een neutrale teneur (77,27%). 22,73% is negatief en er staan in deze sectie geen foto's met een positieve teneur. In de weekendbijlage/special hebben alle foto's een neutrale teneur.



Van alle verschenen foto's in NRC Handelsblad hoort 95% bij een artikel en is 5% een losse foto.

Figuur 5.23 Behoort de foto tot een artikel of is het een losse foto?

Een groot aantal foto's in *NRC Handelsblad* is afkomstig van persbureaus (50%). Hierin voert persbureau Reuters de boventoon met een percentage van 23,8%. Hierop volgen achtereenvolgens AFP/Getty Images (16,2%), WFA (7,5%) en AP (2,5%). Het ANP heeft geen beelden geleverd. 20% van de foto's is afkomstig van eigen fotografen. Defensie heeft 6,3% van de foto's geleverd. 1,2% van de foto's heeft een onbekende bron, terwijl 22,5 % behoort tot de categorie overig/freelancer. Hiervan is een groot aantal afkomstig van freelancers

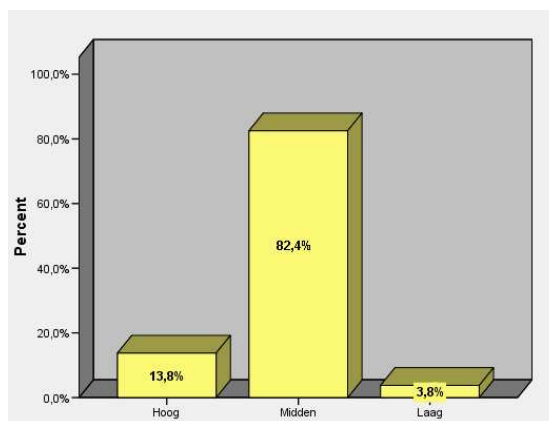


Figuur 5.24 Bron van de foto

### 5.2.2 Beeldinhoudelijke variabelen

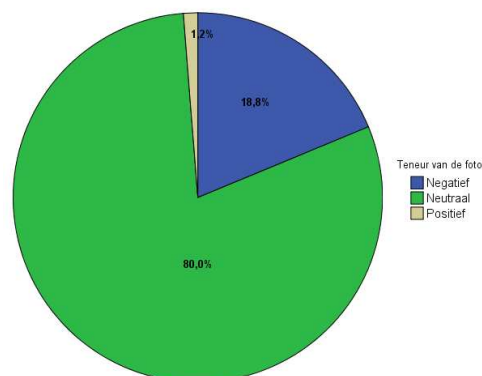
Het camerastandpunt van de foto's in *NRC Handelsblad* is vooral op ooghoogte (82,4%). In 13,8% van de foto's is een hoog camerastandpunt gebruikt, terwijl 3,8% een laag standpunt heeft.

In totaliteit is de teneur van de foto's in *NRC Handelsblad* voornamelijk neutraal (80%). 18,8% van de foto's heeft een negatieve teneur, terwijl maar 1,2% van de foto's een positieve teneur heeft.

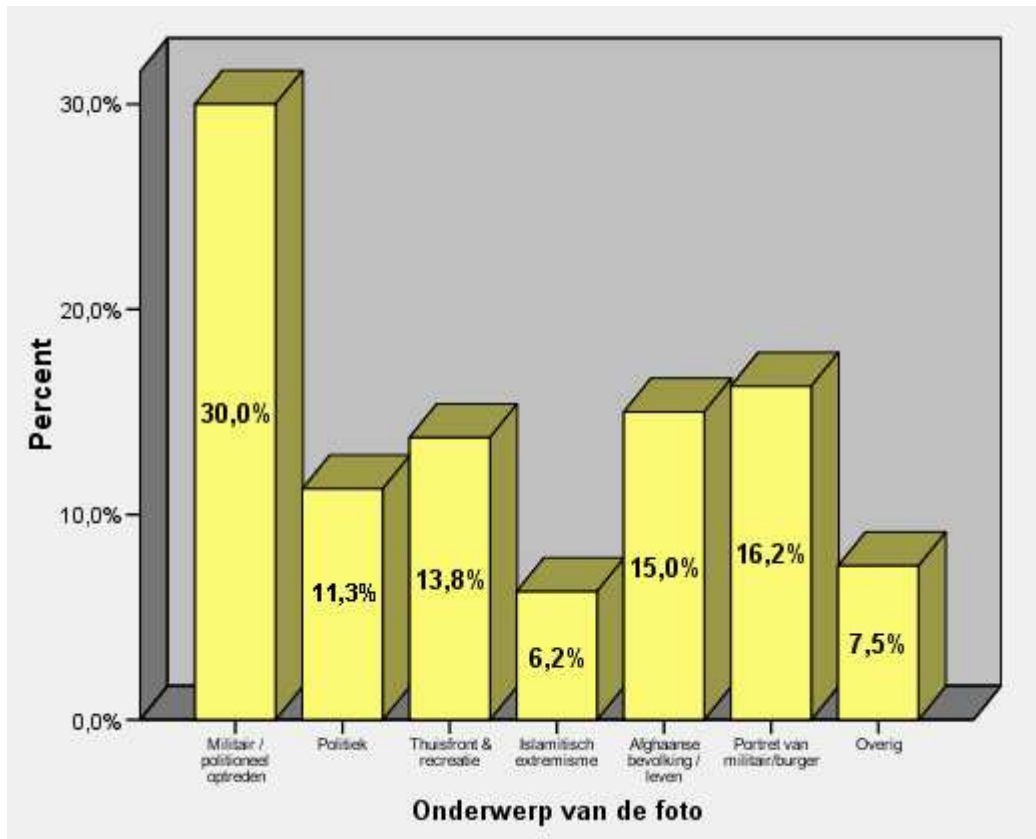


Figuur 5.25 Camerastandpunt van de foto

De meeste foto's in *NRC Handelsblad* hebben het onderwerp militair/politioneel optreden (30%). De categorieën portret van militair/burger (16,2%), Afghaanse bevolking/leven (15%), thuisfront & recreatie (13,8%) en politiek (11,3%) volgen hierop. Islamitisch extremisme komt iets minder voor met een percentage van 6,2%. De onderwerpen (wapen)uitrusting en humanitair optreden komen niet voor in de foto's binnen *NRC Handelsblad*.

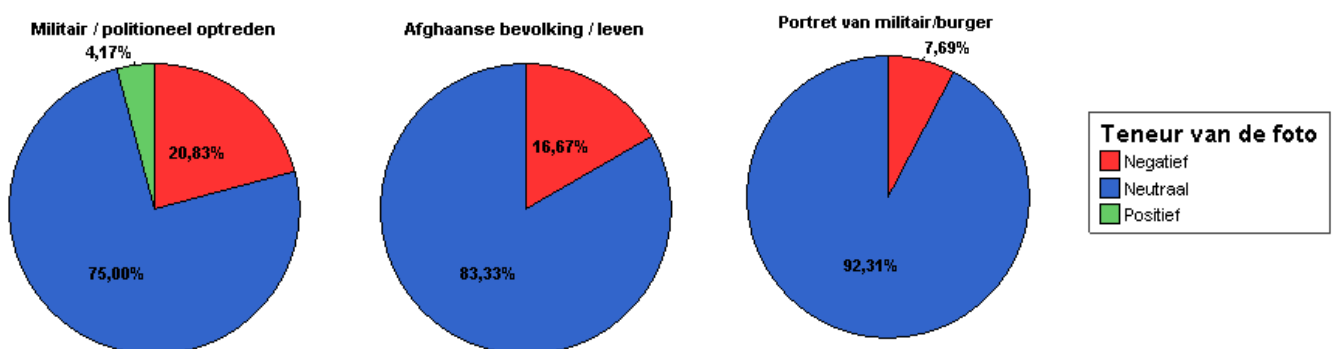


Figuur 5.26 Teneur van de foto



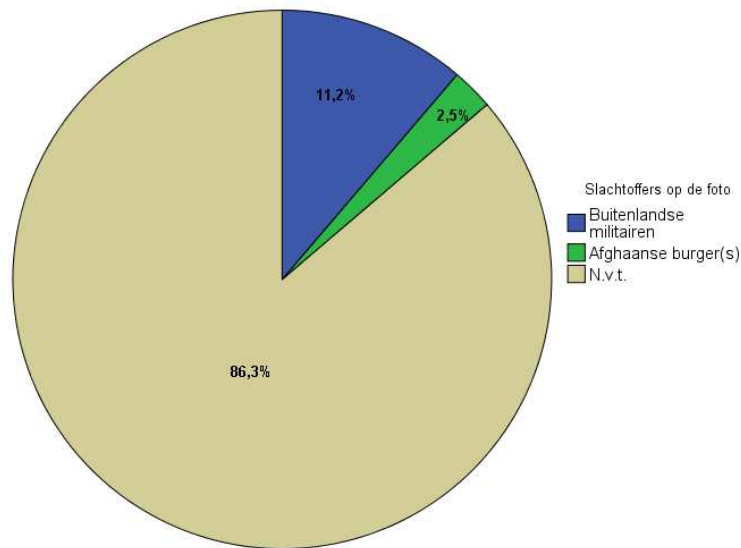
Figuur 5.27 Onderwerp van de foto

Onderwerp ↔ teneur: Bij het onderwerp militair/politioneel optreden is 75% van de foto's neutraal. 20,83% heeft een negatieve teneur en 4,17% is positief. Bij het onderwerp Afghaanse bevolking/leven is het overgrote deel van de foto's neutraal (83,33%) en de overige 16,67% is negatief. Bij een portret van militair/burger is tevens het overgrote deel van de foto's neutraal van aard (92,31%), terwijl de overige 7,69% negatief is.



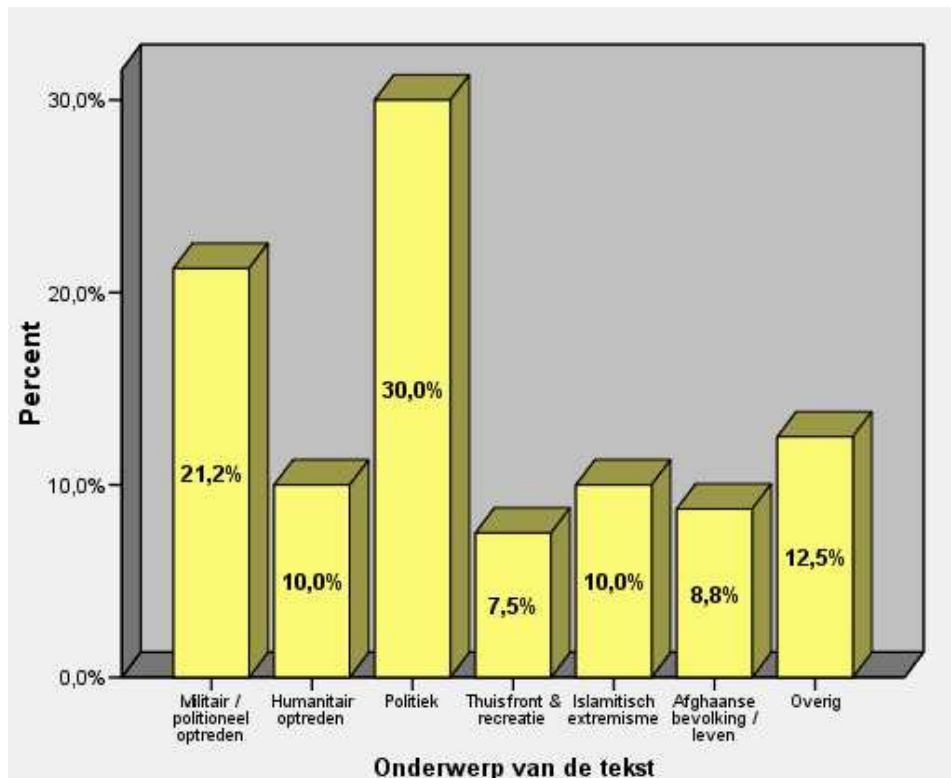
Figuur 5.28 Vergelijking onderwerp foto en teneur foto

In *NRC Handelsblad* zijn op 86,3% van de foto's geen slachtoffers te zien. Op 11,2% van de foto's zijn buitenlandse militairen als slachtoffergroep zichtbaar. Ook Afghaanse burgers zijn als slachtoffer te zien, zij het maar op 2,5% van het totaal aantal foto's.



Figuur 5.29 Slachtoffers op de foto

### 5.2.3 Tekstuele variabelen

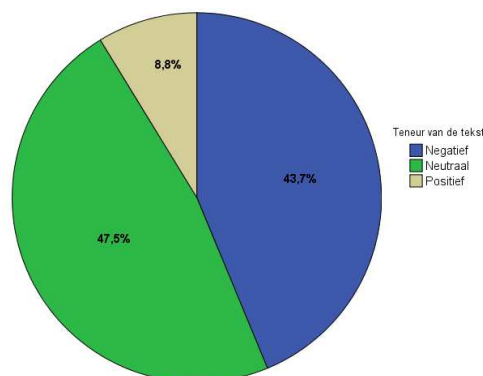


Figuur 5.30 Onderwerp van de tekst

In *NRC Handelsblad* wordt in de tekst veel aandacht geschonken aan het onderwerp politiek (30%). Ook de categorie militair/politioneel optreden komt relatief veel voor (21,2%) terwijl humanitair optreden en

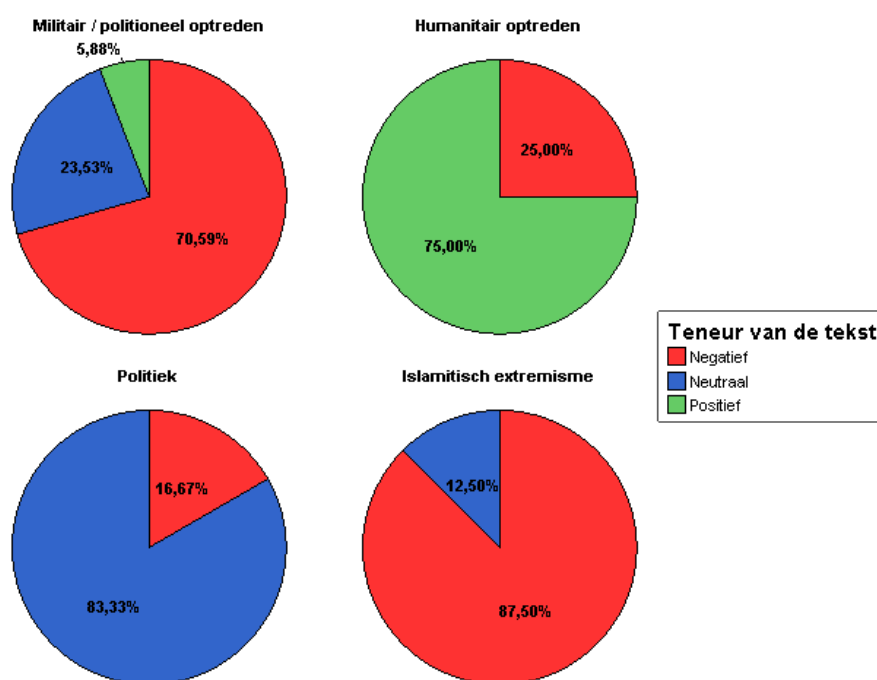
islamitisch extremisme allebei in 10% van de onderzochte tekst bij de foto's het hoofdonderwerp is. De categorie overig heeft een percentage van 12,5%. Er wordt iets minder aandacht besteed aan het onderwerp thuisfront & recreatie (7,5%) en Afghaanse bevolking/leven (8,8%). De categorie (wapen)uitrusting komt helemaal niet voor binnen de fototekst in *NRC Handelsblad*.

In totaliteit is de teneur van de tekst in *NRC Handelsblad* voornamelijk neutraal (47,5%). 43,7% heeft een negatieve teneur, terwijl een klein percentage van 8,8% een positieve teneur heeft.



Figuur 5.31 Teneur van de tekst

*Onderwerp tekst ↔ teneur tekst:* Bij het onderwerp militair/politioneel optreden heeft 70,59% van de tekst bij de foto's een negatieve teneur. 23,53% is neutraal en 5,88% is positief. Bij het onderwerp humanitair optreden is het grootste gedeelte van de tekst bij de foto's positief, namelijk 75%. De overige 25% is negatief. Bij het onderwerp politiek is 83,33% van de tekst bij de foto's neutraal, terwijl de overige 16,67% negatief is. Bij het onderwerp islamitisch extremisme is 87,5% van de tekst bij de foto's negatief. De overige 12,5% is neutraal.

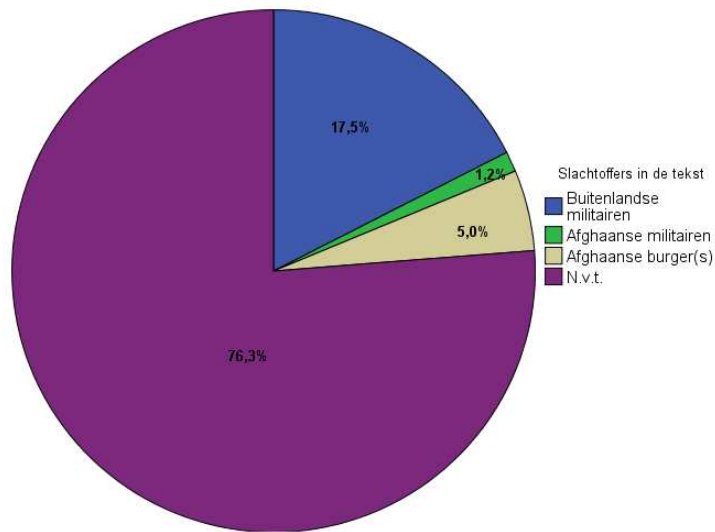


Figuur 5.32 Vergelijking onderwerp tekst en teneur tekst

Er wordt erg weinig gesproken over slachtoffers in *NRC Handelsblad*. In maar liefst 76,3% van de geanalyseerde foto's wordt in de geselecteerde tekst niet over slachtoffers bericht. In 17,5% van de gevallen wordt gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. Aan de slachtoffers Afghaanse



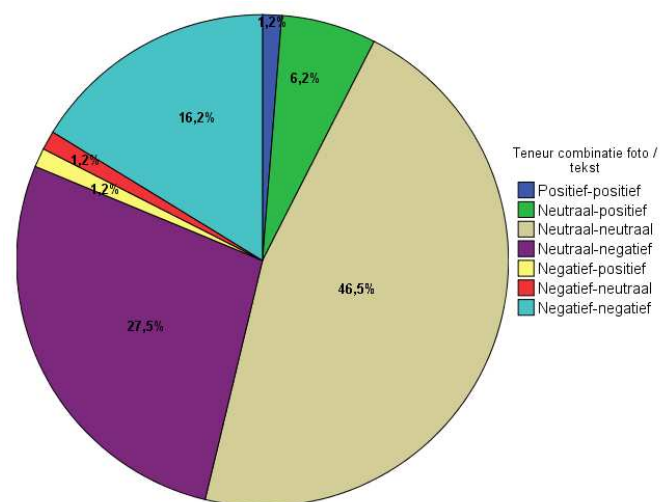
militairen en Afghaanse burgers wordt weinig aandacht besteed (resp. 1,25 en 5%). De overige groepen worden niet genoemd in de tekst.



Figuur 5.33 Slachtoffers in de tekst

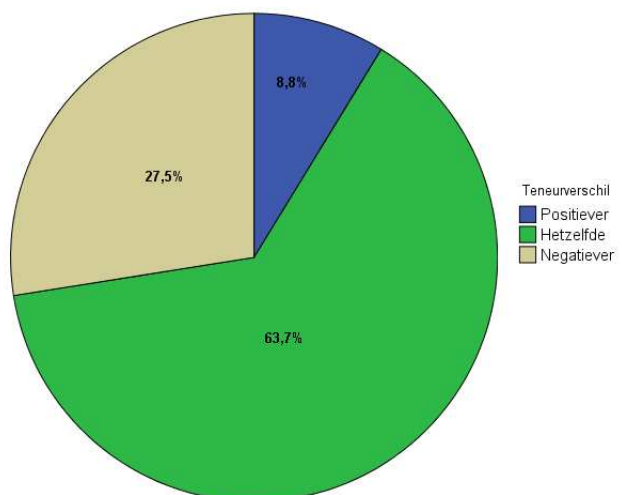
**5.2.4 Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen**

De teneur combinatie foto/ tekst blijkt vooral neutraal-neutraal te zijn (46,5%). Dit betekent dat de teneur van de foto door middel van de tekst niet is veranderd. Ook neutraal-negatief komt met een percentage van 27,5% relatief veel voor. De teneur van de tekst is hier dus negatiever dan de foto. Negatief-negatief blijkt in 16,2% van de geanalyseerde foto's waar te nemen. De overige categorieën komen allen wel voor, zij het met een laag percentage. Positief-negatief komt helemaal niet voor.



Figuur 5.34 Teneur combinatie foto/ tekst

De teneur combinatie foto/ tekst is in 63,7% van het totaal aantal foto's hetzelfde gebleven. Een veranderende teneur door de tekst is in totaal met een percentage van 36,3% voorgekomen. In 27,5% van de gevallen kreeg de foto door middel van de tekst een negatievere teneur, terwijl dit in 8,8% van de gevallen juist positiever werd.

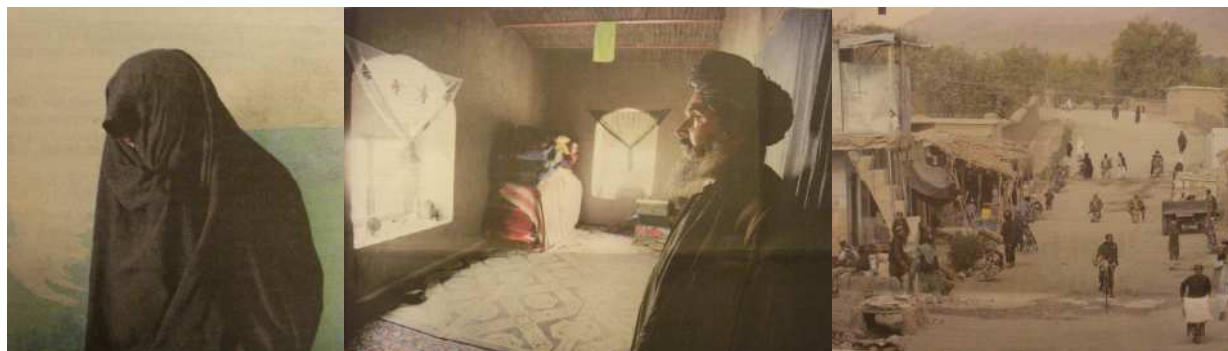


Figuur 5.35 Teneurverschil



### 5.2.5 Conclusie fotoberichtgeving in NRC Handelsblad

In NRC Handelsblad zijn in het jaar 2008 80 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. Het grootste gedeelte (95%) van de foto's hoorde bij een artikel en maar 5% was een losse foto. Het camerastandpunt van de foto's in *NRC Handelsblad* was vooral op ooghoogte (82,4%), bij 13,8% was een hoog camerastandpunt gebruikt en bij 3,8% een laag standpunt. De meeste foto's waren gepubliceerd in de maand maart. In deze maand zijn er twee reportages verschenen in de weekendbijlage van NRC Handelsblad, waar ook een aantal foto's waren bijgevoegd. Ook in de maanden april, juli en november verschenen relatief een groot aantal foto's. In april zijn veel foto's verschenen rondom het overlijden van een Nederlandse militair.



*Foto's uit een achtergrondartikel*

In de maanden juli en november zijn enkele achtergrondartikelen verschenen waardoor de kwantiteit van de foto's in deze maanden hoog genoemd kan worden. In de maanden mei en augustus zijn de minste foto's verschenen (beide 2,5%). In deze maanden hebben waarschijnlijk weinig tot geen noemenswaardige gebeurtenissen plaatsgevonden en zijn er ook geen uitgebreide reportages verschenen.

De helft van de foto's over de oorlog in Afghanistan in NRC Handelsblad was afkomstig van persbureaus. Hierin voerde persbureau Reuters de boventoon met bijna de helft (23,8%). Hierop volgden achtereenvolgens AFP/Getty Images, WFA en AP. De persbureaus zijn zeer gevarieerd en internationaal. Opvallend is dat NRC Handelsblad geen gebruik heeft gemaakt van foto's van het ANP. Bijna een kwart van de foto's behoorde tot de categorie overig/freelancer. Hiervan was een aanzienlijk gedeelte afkomstig van freelancers. Een vijfde van de foto's was afkomstig van eigen fotografen. Dit percentage ligt relatief ook vrij hoog. Zo heeft een fotograaf van de krant bijvoorbeeld in oktober een fotoreportage in Afghanistan gemaakt. Defensie heeft 6,3% van de foto's geleverd en een heel klein percentage van de foto's heeft een onbekende bron (1,2%). Deze twee percentages liggen relatief vrij laag. Dit is kan echter goed genoemd worden, aangezien Defensie 'vertroebelde' beelden zou kunnen tonen (zie paragraaf 3,5, *Embedded journalisten*) en het niet vermelden van bronnen inconsequent is.

In de krant zijn de meeste foto's in de sectie binnenland verschenen (30%). Hieruit kan geconcludeerd worden dat NRC Handelsblad nationaal georiënteerd is. In deze sectie zijn de meeste foto's verschenen over het onderwerp



*Officiële militaire bijeenkomst*

militair/politioneel optreden. Dit zijn voornamelijk foto's van officiële militaire bijeenkomsten. Ook relatief veel foto's zijn verschenen over het onderwerp portret militair/burger. Hierbij gaat het in NRC Handelsblad

vooral om aanstellingen en functiebeschrijvingen waar foto's bij zijn verschenen. Verder kwamen in de binnenlandsectie de categorieën thuisfront & recreatie en politiek redelijk vaak voor. Eerstgenoemde is vanzelfsprekend, vanwege de labels die hieronder vallen, terwijl politiek is toegespitst op de binnenlandse politiek. De overige categorieën kwamen beduidend minder voor. In de sectie binnenland had tweederde van de foto's een neutrale teneur, terwijl ruim een kwart negatief en een kleine 5% positief was. Ook op de buitenlandpagina zijn relatief veel foto's verschenen (ruim een kwart). In deze sectie stonden relatief veel foto's over militair/politioneel optreden, (buitenlandse) politiek,



*Aanstelling Peter van Uhm als commandant der strijdkrachten*

Afghaanse bevolking/leven en islamitisch extremisme. Op de buitenlandpagina had het grootste gedeelte van de foto's een neutrale teneur, namelijk meer dan driekwart van de foto's. Het overige deel was negatief en er stonden in deze sectie geen foto's met een positieve teneur. De negatieve teneur in de foto's is voornamelijk in te delen bij het onderwerp islamitisch extremisme en in mindere mate bij militair/politioneel optreden (vanwege de militaire ceremonies/condoleances voor gesneuvelde militairen). In de weekendbijlage/special verscheen ongeveer een zesde van het totaal aantal foto's. Hierin waren relatief veel foto's verschenen

over Afghaanse bevolking/leven (ruim een derde) en militair/politioneel optreden (bijna een kwart). Zowel thuisfront & recreatie als overig hadden een percentage van ruim 15%. Binnen de categorie overig zijn onder meer foto's ingedeeld van de reis van Nederlandse militairen naar Afghanistan. In de weekendbijlage/special kunnen doorgaans andere onderwerpen voorkomen, gezien de reportages en achtergrondverhalen die hier in verschijnen. Binnen de weekendbijlage/special hadden alle foto's een neutrale teneur. Op de voorpagina en opiniepagina verschenen relatief minder foto's.



*Aanslag met een bermbom*

In totaliteit was de teneur van de *foto's* in *NRC Handelsblad* voornamelijk neutraal (80%). Bijna een vijfde van de foto's had een negatieve teneur, terwijl maar 1,2% van de foto's een positieve teneur had. De teneur van de *tekst* in *NRC Handelsblad* was voornamelijk neutraal (bijna de helft van de foto's). 43,7% had een negatieve teneur, terwijl een klein percentage van 8,8% een positieve teneur had. De *tekst* speelt binnen deze krant dus een grote rol, want de teneur is veranderd nadat de tekst in de analyse is meegenomen. Een veranderende teneur door de tekst is in totaal met een percentage van 36,3% voorgekomen. In 27,5% van de gevallen kreeg de foto door middel van de tekst een negatievere teneur, terwijl dit in 8,8% van de gevallen juist positiever werd. Er kan geconcludeerd worden dat de foto's in NRC Handelsblad niet altijd het gehele verhaal vertellen en de tekst dus van belang is.

Het onderwerp dat het meest in de *foto's* voorkwam is militair/politioneel optreden. Bij dit onderwerp was driekwart van de foto's neutraal, had een vijfde een negatieve teneur en was een heel klein percentage positief. De negatieve teneur kan verklaard worden vanuit het voorkomen van foto's over ceremonies rondom het overlijden van Nederlandse militairen. De categorieën portret van militair/burger (16,2%) en Afghaanse bevolking/leven (15%) kwamen ook relatief vaak voor. Bij het onderwerp Afghaanse bevolking/leven was het overgrote deel van de foto's neutraal (83,33%) en de overige 16,67% was negatief. Deze negatieve teneur ligt vooral op het vlak van 'de Afghaanse burger als slachtoffer'. Bij een portret van militair/burger was tevens het overgrote deel van de foto's neutraal van aard (92,31%), terwijl de overige foto's negatief waren. De onderwerpen thuisfront & recreatie, politiek en islamitisch extremisme kwamen ook voor in de foto's over de oorlog in Afghanistan, zij het met lagere percentages. De onderwerpen (wapen)uitrusting en humanitair optreden kwamen helemaal niet voor in de foto's binnen NRC Handelsblad.

Onderwerpen die in de *tekst* veel naar voren kwamen waren politiek en militair/politioneel optreden. Bij het onderwerp politiek was ruim 80% van de tekst bij de foto's neutraal, terwijl het overige percentage negatief was. Bij het onderwerp militair/politioneel optreden had ruim 70% van de tekst bij de foto's een negatieve teneur. Dit is een hoog percentage dat grotendeels te verklaren is vanuit de ceremonies en condoleances rondom de dood van Nederlandse militairen. Een kwart was neutraal en 5% was positief. Humanitair optreden en islamitisch extremisme waren allebei in een tiende van de onderzochte tekst bij de foto's het hoofdonderwerp. Bij het onderwerp humanitair optreden was het grootste gedeelte van de tekst bij de foto's positief, namelijk in driekwart van de gevallen. De overige 25% was negatief en dit komt voort uit negatieve berichten wat betreft de wederopbouw. Bij het onderwerp islamitisch extremisme was 87,5% van de tekst bij de foto's negatief. De overige 12,5% was neutraal. De categorie overig had een percentage van 12,5%. De oorzaak van dit redelijk hoge percentage is een reportage in de weekendbijlage, waarbij foto's van de reis van militairen naar Afghanistan waren gepubliceerd. Er werd minder aandacht besteed aan het onderwerp thuisfront & recreatie en Afghaanse bevolking/ leven (8,8%). De categorie (wapen)uitrusting kwam helemaal niet voor in *NRC Handelsblad*.

In *NRC Handelsblad* waren op 86,3% van de *foto's* geen slachtoffers te zien. Op 11,2% van de foto's waren buitenlandse militairen als slachtoffergroep zichtbaar. Ook Afghaanse burgers waren als slachtoffer te zien, zij het maar op 2,5% van het totaal aantal foto's. Er wordt erg weinig gesproken over slachtoffers in *NRC Handelsblad*. In maar liefst 76,3% van de geanalyseerde foto's werd in de geselecteerde *tekst* niet over slachtoffers bericht. In 17,5% van de gevallen werd gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. Aan de slachtoffers Afghaanse militairen en Afghaanse burgers werd minder aandacht besteed (resp. 1,2 en 5%). De overige groepen werden helemaal niet genoemd in de tekst.

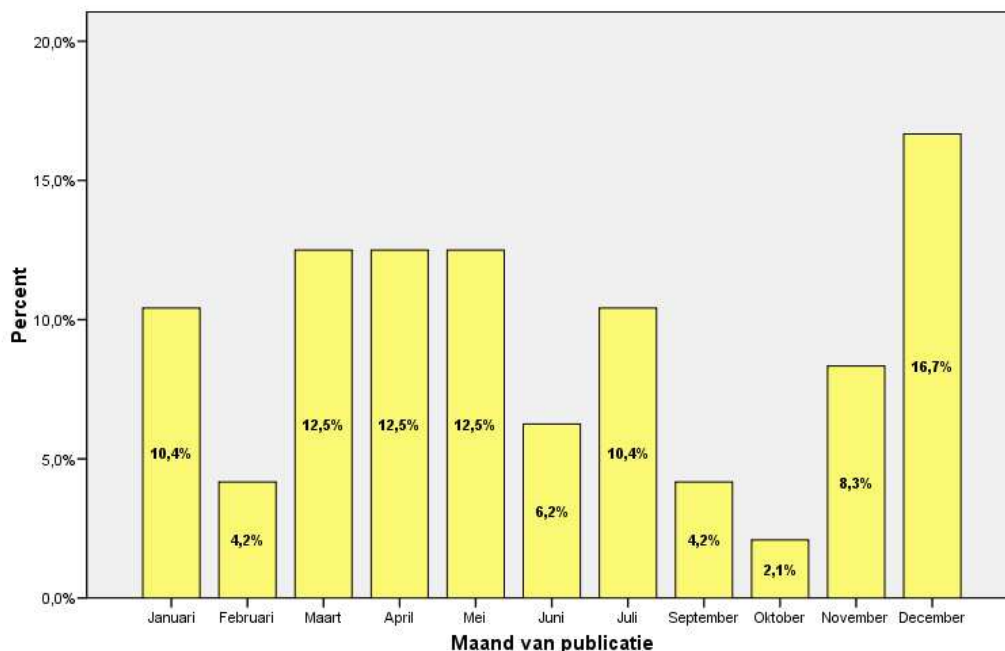


*Erehaag voor omgekomen Nederlandse militairen*

### 5.3 Fotoberichtgeving in USA Today

In *USA Today* zijn in het jaar 2008 48 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. In onderstaande paragrafen worden de resultaten uit de kwantitatieve fotoanalyse nader bekeken en besproken.

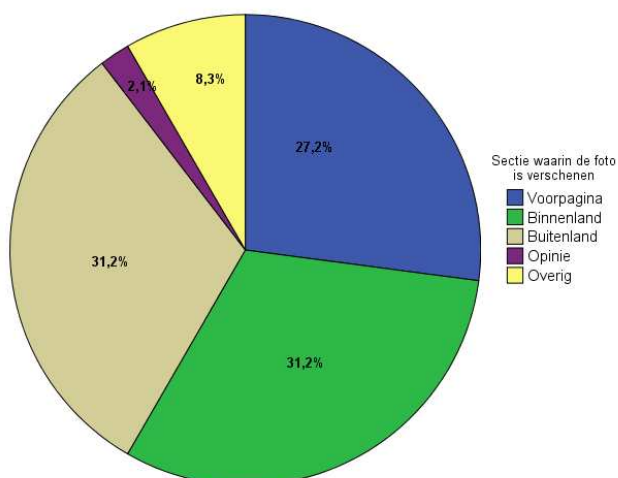
#### 5.3.1 Algemene variabelen



Figuur 5.36 Maand waarin de foto is verschenen

In *USA Today* zijn de meeste foto's over Afghanistan verschenen in de maand december (16,7%). Daarnaast blijken in de maanden maart, april en mei relatief veel foto's over de oorlog in Afghanistan in *USA Today* te staan (allen 12,5%). De maand oktober bevat relatief juist erg weinig foto's over de oorlog in Afghanistan (2,1%). In augustus zijn helemaal geen foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen.

In *USA Today* zijn de meeste foto's verschenen binnen de secties binnenland en buitenland (beiden 31,2%). Met 27,2% staat de voorpagina op de derde plaats wat betreft fotoberichtgeving over de oorlog in Afghanistan. In de weekendbijlage/special zijn geen foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen, terwijl op de opiniepagina en in de categorie overig relatief weinig foto's zijn verschenen (resp. 2,1 en 8,3%).

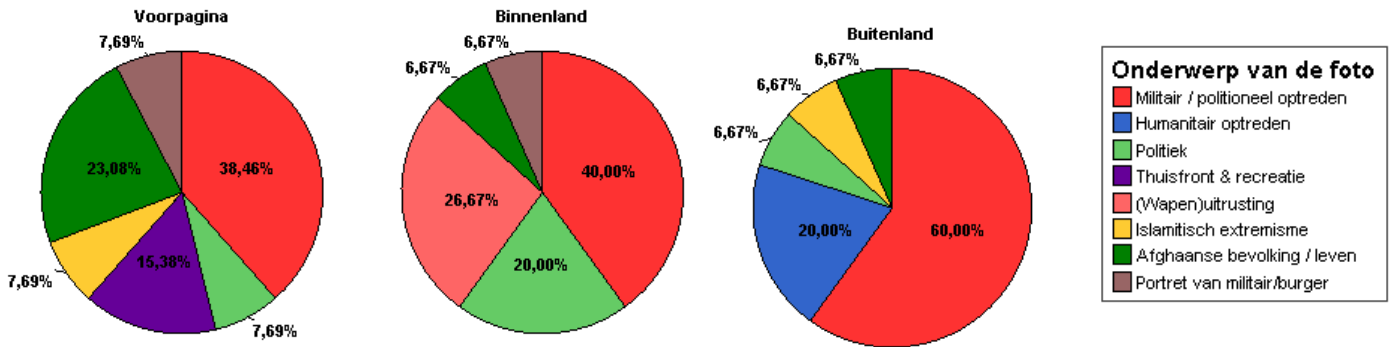


Figuur 5.37 Sectie waarin de foto is verschenen

*Sectie* ↔ *onderwerp*: Op de voorpagina komt het onderwerp militair/politioneel optreden veel voor (38,46%). De categorie die daarop volgt is Afghaanse bevolking/leven (23,08%).

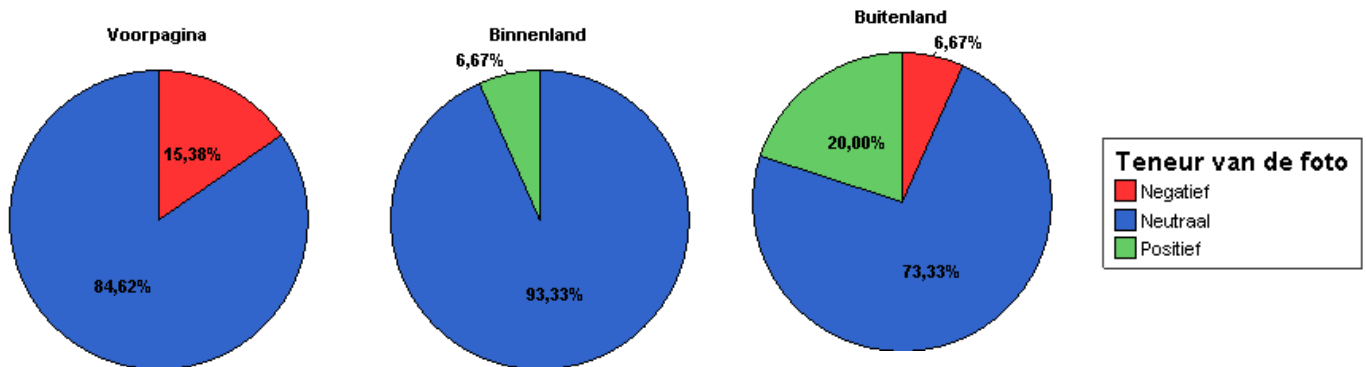


Ook thuisfront & recreatie komt redelijk vaak voor (15,38%). Humanitair optreden en (wapen)uitrusting komen helemaal niet voor, de overige categorieën met een klein percentage. Op de binnenlandpagina komen foto's over militair/politioneel optreden (40%) relatief veel voor. Ook (wapen)uitrusting (26,67%) en politiek (20%) komen een aantal keer voor. De overige categorieën komen niet of nauwelijks voor. In de sectie buitenland zijn relatief veel foto's verschenen over militair/politioneel optreden (60%). Verder heeft 20% van de foto's op de buitenlandpagina humanitair optreden als onderwerp. De overige categorieën komen relatief niet of nauwelijks voor.



Figuur 5.38 Vergelijking sectie en onderwerp van foto

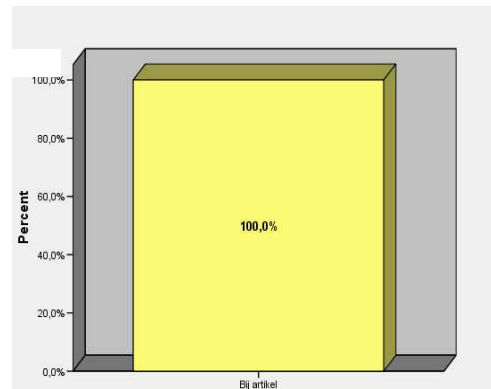
Sectie ↔ teneur: Op de voorpagina zijn relatief veel foto's neutraal (84,62%). De overige 15,38% is negatief. Op de binnenlandpagina is de teneur van de meeste foto's neutraal (93,33%). De overige 6,67% is positief. In de buitenlandsectie hebben relatief veel foto's een neutrale teneur 73,33%. 20% van de foto's in deze sectie zijn positief, terwijl 6,67% negatief is.



Figuur 5.39 Vergelijking sectie en teneur van foto

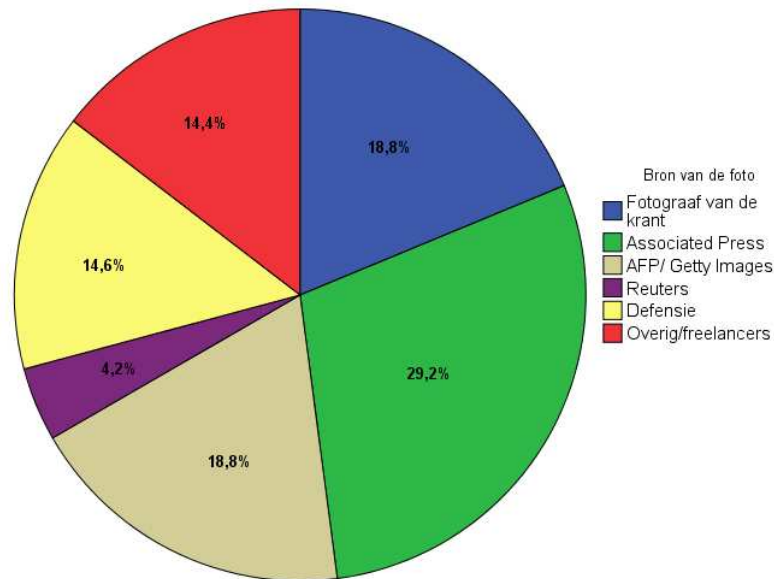
In *USA Today* behoren alle foto's tot een artikel.

De meeste foto's in *USA Today* zijn afkomstig van persbureaus (52,2%). Associated Press is van deze persbureaus de grootste leverancier met een percentage van 29,2%. Hierop volgen AFP/Getty Images (18,8%) en Reuters (4,2%). Fotografen van de krant worden geregeld gebruikt (18,8%).



Figuur 5.40 Behoort de foto tot een artikel of is het een losse foto?

De categorie overig/freelancers is redelijk groot met een percentage van 14,4%. 14,6% van de foto's is afkomstig van defensiefotografen. Er is geen enkele foto waarbij de bron onbekend is.

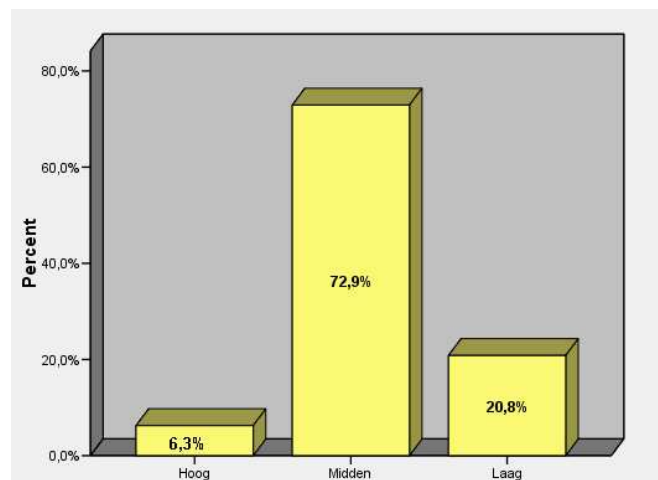


Figuur 5.41 Bron van de foto

### 5.3.2 Beeldinhoudelijke variabelen

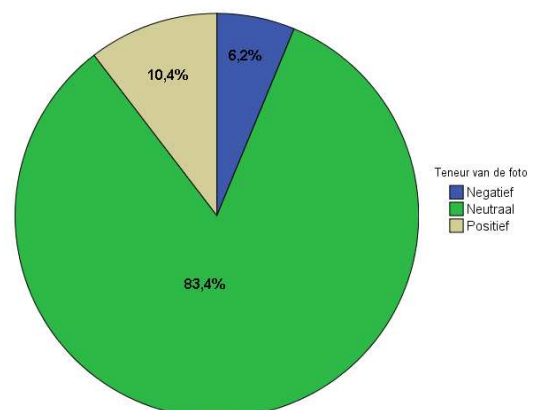
De meeste foto's in *USA Today* zijn op ooghoogte gemaakt (72,9%). Een vijfde van de foto's, namelijk 20,8%, is gemaakt vanaf een laag camerastandpunt. 6,3% van de foto's heeft een hoog camerastandpunt.

In totaal heeft 83,4% van de foto's in *USA Today* een neutrale teneur. 10,4% is positief, terwijl maar 6,2% van de foto's een negatieve teneur heeft.

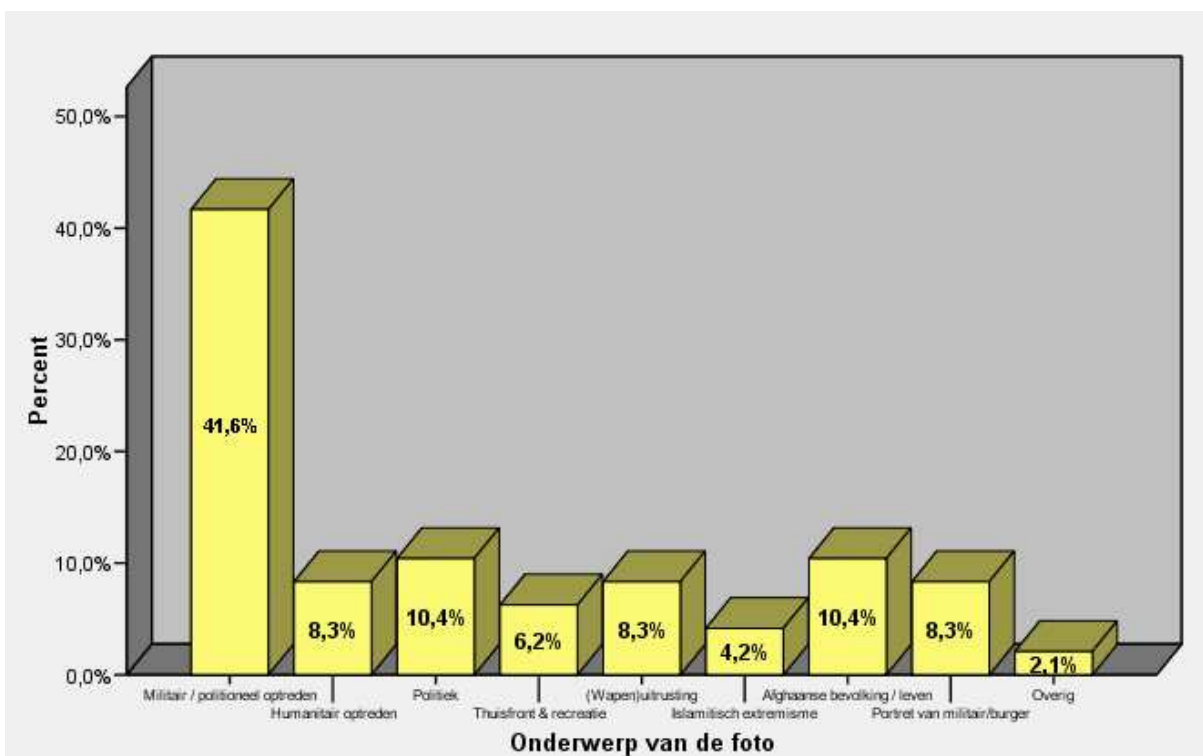


Figuur 5.42 Camerastandpunt van de foto

In *USA Today* staan veel foto's over militair/politioneel optreden (41,6%). Politiek en Afghaanse bevolking/leven komen beiden in 10,4% van de foto's als hoofdonderwerp naar voren. Voor de categorieën humanitair optreden, (wapen)uitrusting en portret militair/burger is dit 8,3%. Thuisfront & recreatie en islamitisch extremisme komen wat minder vaak voor (resp. 6,2 en 4,2%).

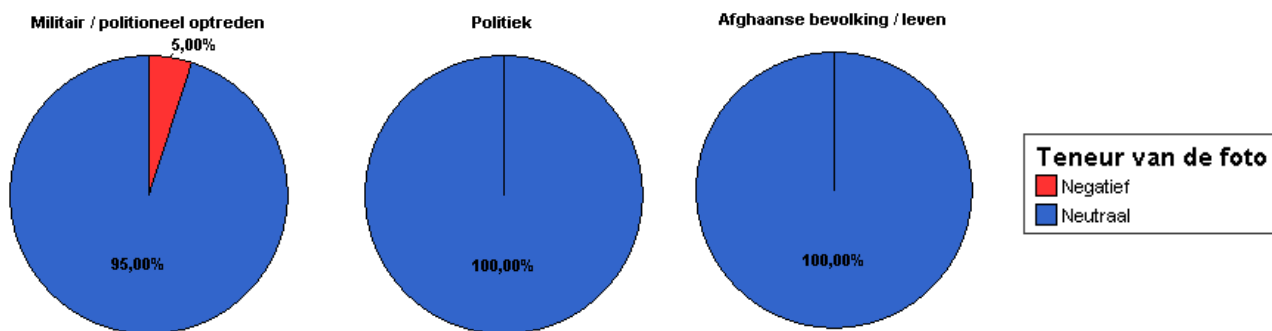


Figuur 5.43 Teneur van de foto



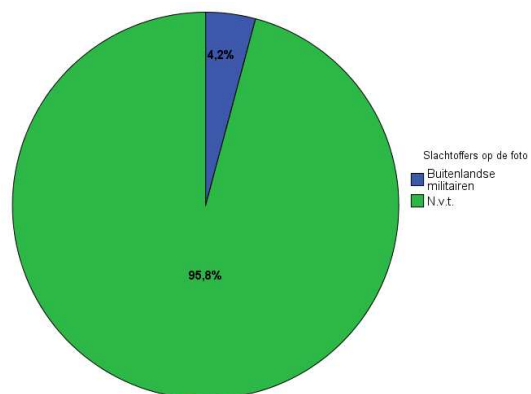
Figuur 5.44 Onderwerp van de foto

Onderwerp foto ↔ teneur foto: Bij het onderwerp militair/politioneel optreden is 95% van de foto's neutraal. De overige 5% is negatief. Bij politiek en Afghaanse bevolking/leven zijn alle foto's neutraal. Verder zijn er geen opvallende cijfers te ontdekken.



Figuur 5.45 Vergelijking onderwerp foto en teneur foto

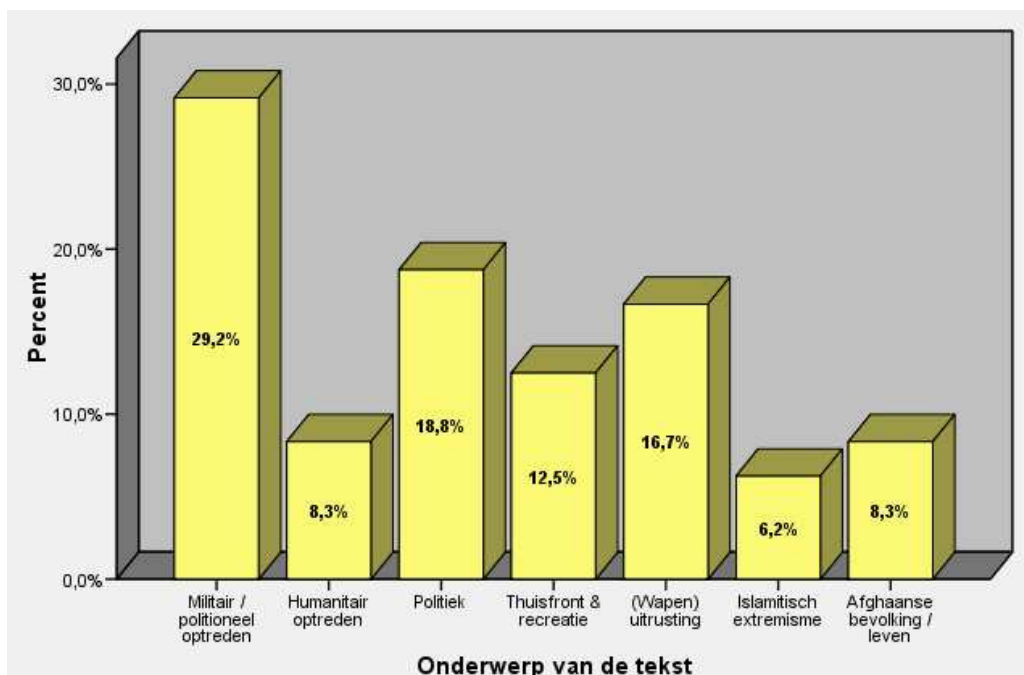
Op 95,8% van de foto's in USA Today is geen slachtoffer zichtbaar. Buitenlandse militairen zijn in 4,2% van de foto's als slachtoffer te zien. De overige slachtoffergroepen worden niet weergegeven op de foto's in USA Today.



Figuur 5.46 Slachtoffers op de foto

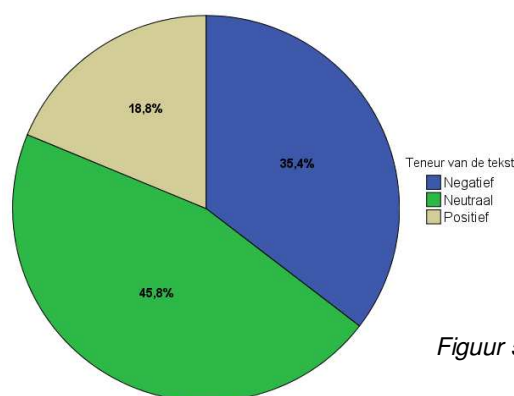
### 5.3.3 Tekstuele variabelen

In *USA Today* wordt in de tekst veel aandacht geschonken aan de categorie militair/politioneel optreden (29,2%). De categorieën politiek en (wapen)uitrusting volgen met een percentage van resp. 18,8% en 16,7%. 12,5% van de geanalyseerde teksten gaat over thuisfront & recreatie. Relatief minder aandacht gaat uit naar het onderwerp islamitisch extremisme (6,2%). Humanitair optreden en Afghaanse bevolking/ leven komen beiden in 8,3% van de geanalyseerde tekst als hoofdonderwerp naar voren. De categorie overig komt helemaal niet voor.



Figuur 5.47 Onderwerp van de tekst

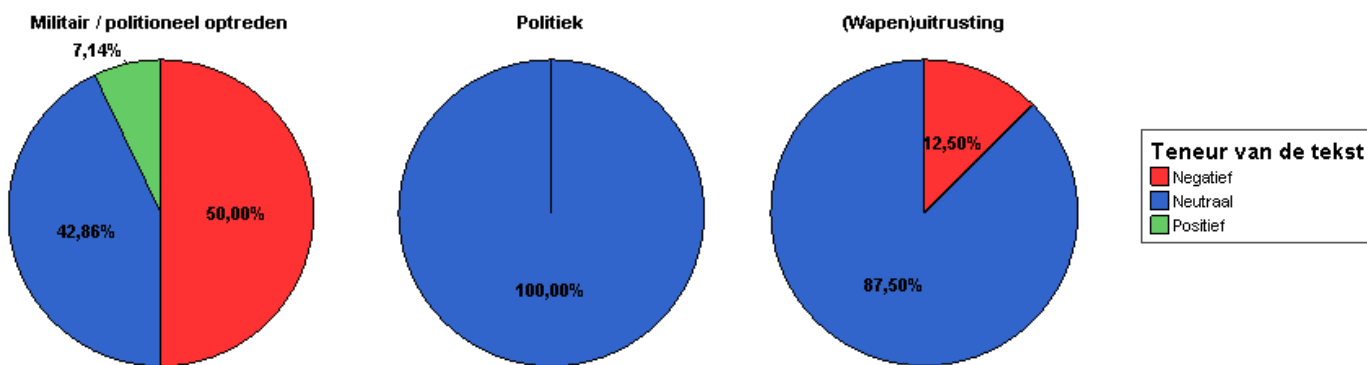
De teneur van de tekst in *USA Today* is voornamelijk neutraal (45,8%). 35,4% heeft een negatieve teneur, terwijl een kleiner percentage van 18,8% een positieve teneur heeft.



Figuur 5.48 Teneur van de tekst

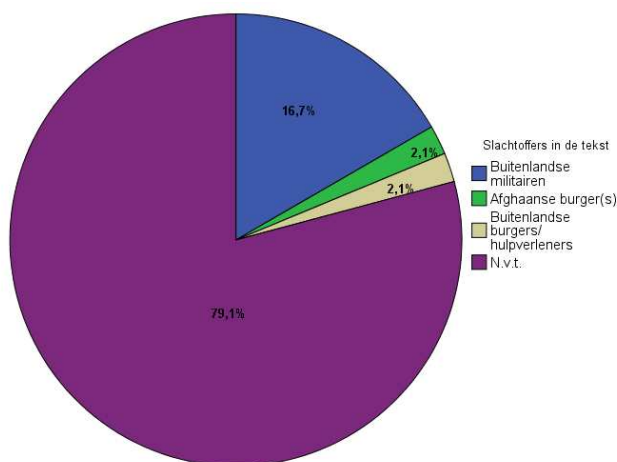
*Onderwerp tekst ↔ teneur tekst*: Bij het onderwerp militair/politioneel optreden is 50% van de tekst bij de foto's negatief. 42,9% is neutraal en 7,1% is positief. Alle tekst bij de foto's in het onderwerp politiek is neutraal. Bij het onderwerp wapenuitrusting is 87,5% van de tekst bij de foto neutraal, de overige 12,5% is negatief. Bij thuisfront & recreatie is 50% van de tekst bij de foto's positief en 50% is negatief.





Figuur 5.49 Vergelijking onderwerp tekst en teneur tekst

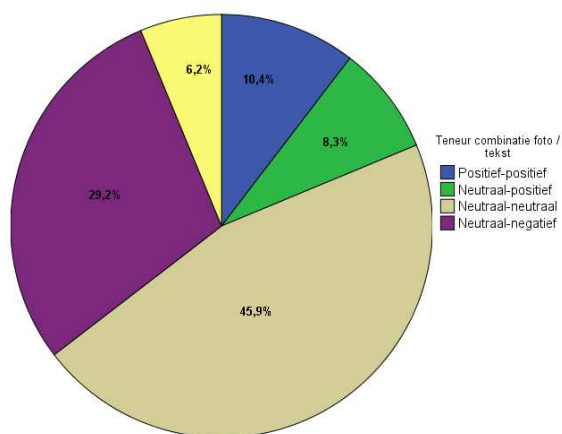
Er wordt erg weinig gesproken over slachtoffers in *USA Today*. In maar liefst 79,1% van de geanalyseerde foto's wordt in de geselecteerde tekst niet over slachtoffers bericht. In 16,7% van de gevallen wordt gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. Aan de slachtoffers Afghaanse militairen en Afghaanse burgers wordt weinig aandacht besteed (beiden 2,1%). De overige groepen worden helemaal niet genoemd in de tekst.



Figuur 5.50 Slachtoffers in de tekst

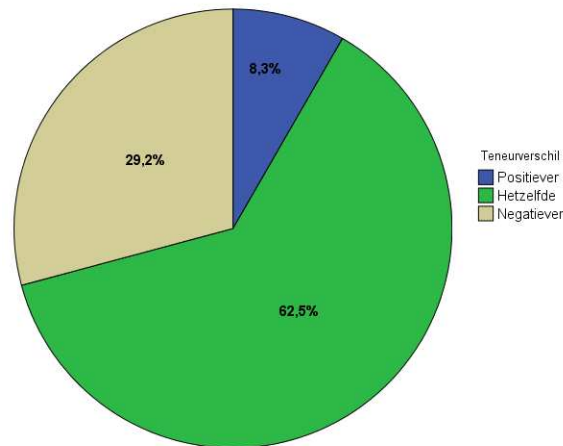
**5.3.4 Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen**

De teneur combinatie foto/ tekst blijkt vooral neutraal-neutraal te zijn (45,9%). Ook neutraal-negatief komt met een percentage van 29,2% relatief veel voor. Positief-positief komt in 10,4% van de geanalyseerde foto's voor, terwijl dit bij neutraal-positief en negatief-negatief resp. 8,3% en 6,2% is. De overige categorieën komen niet voor.



Figuur 5.51 Teneur combinatie foto/ tekst

De teneur combinatie foto/ tekst is in 62,5% van de gevallen hetzelfde gebleven. Een veranderende teneur door de tekst is in totaal met een percentage van 37,5% voorgekomen. In 29,2% van de gevallen kreeg de foto door middel van de tekst een negatievere teneur, terwijl de teneur in 8,3% van de gevallen juist positiever werd.



Figuur 5.52 Teneurverschil

### 5.3.5 Conclusie fotoberichtgeving in USA Today

In *USA Today* zijn in het jaar 2008 48 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. In de krant behoorden alle foto's tot een artikel. Het grootste gedeelte van de foto's was op ooghoogte gemaakt (72,9%). 20,8% was gemaakt vanaf een laag camerastandpunt en 6,3 % van de foto's had een hoog camerastandpunt. De meeste foto's verschenen in de maand december. In deze maand is een reportage met veel foto's gepubliceerd, waardoor het aantal foto's relatief hoog ligt. Ook in de maanden maart, april en mei bleken relatief veel foto's te zijn verschenen. In april zijn veel foto's verschenen rondom het ceremonieel rond gesneuvelde militairen. Voor de maanden maart en mei is geen duidelijke verklaring voor de hoge kwantiteit aan foto's te vinden. De maand oktober bevatte juist erg weinig foto's over de oorlog in Afghanistan en in augustus waren helemaal geen foto's gepubliceerd. In deze maanden hebben waarschijnlijk niet veel noemenswaardige gebeurtenissen plaatsgevonden.

Binnen de *USA Today* was ruim de helft van alle foto's afkomstig van persbureaus. Associated Press was van deze persbureaus de grootste leverancier met een percentage van bijna 30%. Hierop volgden AFP/Getty Images (18,8%) en Reuters (4,2%). Fotografen van de krant werden ook geregeld gebruikt, namelijk in bijna een vijfde van alle foto's. Deze fotografen hebben voornamelijk de Afghaanse bevolking gefotografeerd voor reportages. De categorie overig/freelancers was ook redelijk groot met een percentage van 14,4%. Het merendeel hiervan zijn freelancers. 14,6% van de foto's was afkomstig van defensiefotografen; dit percentage ligt redelijk hoog en zou kunnen zorgen voor een 'vertroebeld' beeld van de situatie. Er was geen enkele foto waarbij de bron onbekend is.



Ceremonie voor omgekomen Amerikaanse militair

In de krant waren de meeste foto's verschenen binnen de secties buitenland en binnenland (beiden ruim een derde). In de sectie buitenland hadden relatief veel foto's militair/politioneel optreden als onderwerp (60%). Foto's binnen deze categorie gaan voornamelijk over patrouilles en militaire ceremonies. 20% van de foto's had humanitair optreden als onderwerp. De overige categorieën kwamen relatief niet of nauwelijks voor. In de buitenlandsectie hadden relatief veel foto's een neutrale teneur (bijna driekwart), terwijl een vijfde van de foto's positief was en een heel klein percentage negatief. Het relatief hoge percentage positieve teneur komt door de aanwezigheid van veel foto's over humanitair optreden. Op de binnenlandpagina kwamen veel foto's over militair/politioneel optreden voor. Ook (wapen)uitrusting en politiek kwamen een aantal keer voor. De overige categorieën kwamen niet of nauwelijks voor. Op de binnenlandpagina was de teneur van de meeste foto's neutraal. Een heel klein percentage was positief. Op de binnenlandpagina was de teneur van de meeste foto's neutraal, terwijl een heel klein percentage positief was. De voorpagina bevatte ruim een kwart van het totaal aantal foto's. Hier kwamen de onderwerpen militair/politioneel optreden en Afghaanse bevolking/leven veel voor. Op de voorpagina waren relatief veel foto's neutraal (ruim 80%), de overige foto's waren negatief. In de weekendbijlage/special waren geen foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen, terwijl op de opiniepagina en in de categorie overig relatief weinig foto's stonden (resp. 2,1 en 8,3%).



*Amerikaanse militairen in gesprek met Afghaanse burgers*

In totaal had het grootste deel van de foto's in *USA Today* een neutrale teneur (83,4%). Een tiende was positief, terwijl maar 6,2% van de foto's een negatieve teneur had. De teneur van de tekst in *USA Today* was in 45,8% van de gevallen neutraal. 35,4% had een negatieve teneur, terwijl een kleiner percentage van 18,8% een positieve teneur had. De tekst speelt in de *USA Today* een belangrijke rol, want een groot aantal foto's is veranderd qua teneur door de tekst. Dit kwam in 37,5% van de gevallen voor. Hiervan werd bijna 30% negatiever en het overige deel positiever door de tekst. Er kan gesteld worden dat alleen foto's niet het gehele verhaal vertellen.



*Kinderen als straatverkoper in Afghanistan*

Het meest voorkomende onderwerp in de foto's van *USA Today* was militair/politioneel optreden (41,6%). Bij dit onderwerp was een grote meerderheid van de foto's neutraal (95%) en de overige foto's negatief. Politiek en Afghaanse bevolking/leven kwamen beiden in ruim een tiende van de foto's als hoofdonderwerp naar voren. Bij allebei de onderwerpen hadden alle foto's een neutrale teneur. De categorieën humanitair optreden, (wapen)uitrusting en portret militair/burger (allen 8,3%), thuisfront & recreatie (6,2%) en islamitisch extremisme (4,2%) kwamen wat minder vaak voor. Onderwerpen die in de tekst veel naar voren kwamen waren militair/politioneel optreden, politiek en (wapen)uitrusting. (Wapen)uitrusting is vrij uitzonderlijk, maar er zijn relatief veel artikelen over materieel met bijbehorende foto's verschenen. Bij het onderwerp militair/politioneel optreden was de helft van de tekst bij de foto's negatief. Dit komt door de grote aandacht voor militair ceremonieel bij gesneuvelde militairen.

De overige 42,9% was neutraal en 7,1% was positief. Alle tekst bij de foto's in het onderwerp politiek was neutraal. Bij het onderwerp wapenuitrusting was 87,5% van de tekst bij de foto neutraal, de overige 12,5% was negatief. In totaal ging 12,5% van de geanalyseerde teksten over thuisfront & recreatie. Hiervan had de helft een positieve en de helft een negatieve teneur. Minder aandacht ging in de fototekst uit naar de onderwerpen islamitisch extremisme, humanitair optreden en Afghaanse bevolking/leven.

Op het grote merendeel van de *foto's* in *USA Today* was geen slachtoffer zichtbaar (95,8%). Alleen buitenlandse militairen waren in 4,2% van de foto's als slachtoffer te zien. De overige slachtoffergroepen werden niet in beeld gebracht. In de *tekst* werd ook erg weinig gesproken over slachtoffers. In maar liefst 79,1% van de geanalyseerde foto's werd niet over slachtoffers bericht. In 16,7% van de gevallen werd gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. Afghaanse militairen en Afghaanse burgers als slachtoffer kwam relatief weinig voor (beiden 2,1%). De overige groepen werden helemaal niet genoemd in de tekst. Er kan gesteld worden dat *USA Today* relatief weinig aandacht heeft besteed aan slachtoffers van de oorlog.

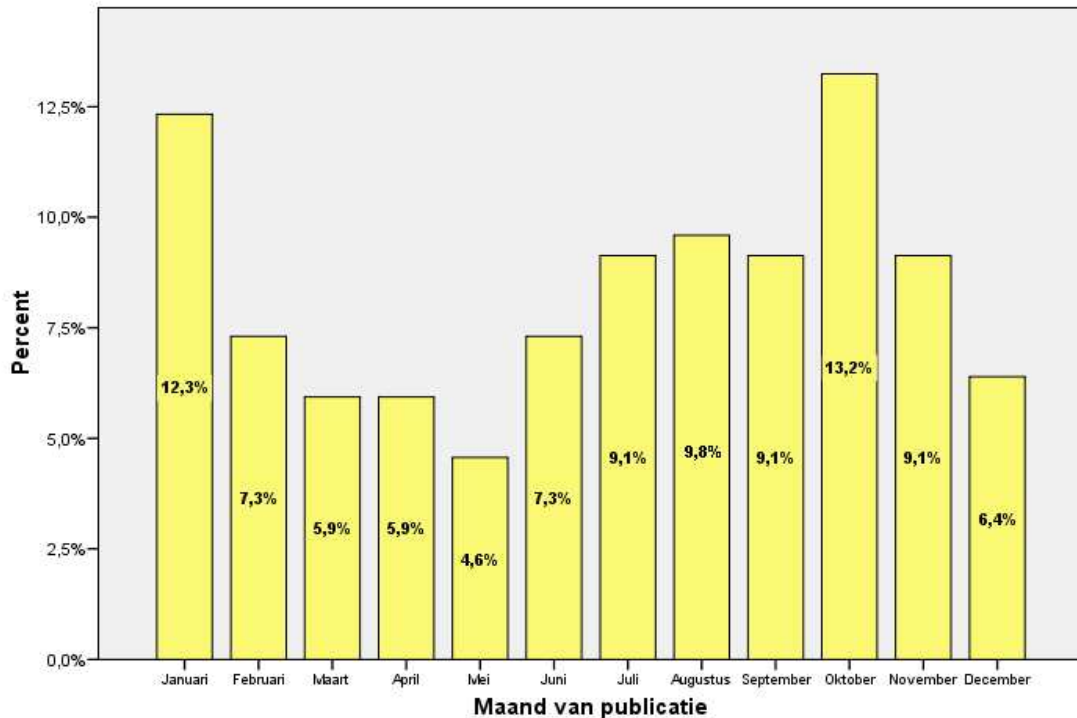


*Amerikaanse football-speler op bezoek bij Amerikaanse militairen*

## 5.4 Fotoberichtgeving in New York Times

In de *New York Times* zijn in het jaar 2008 219 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. In onderstaande paragrafen worden de resultaten uit de kwantitatieve fotoanalyse nader bekeken en besproken.

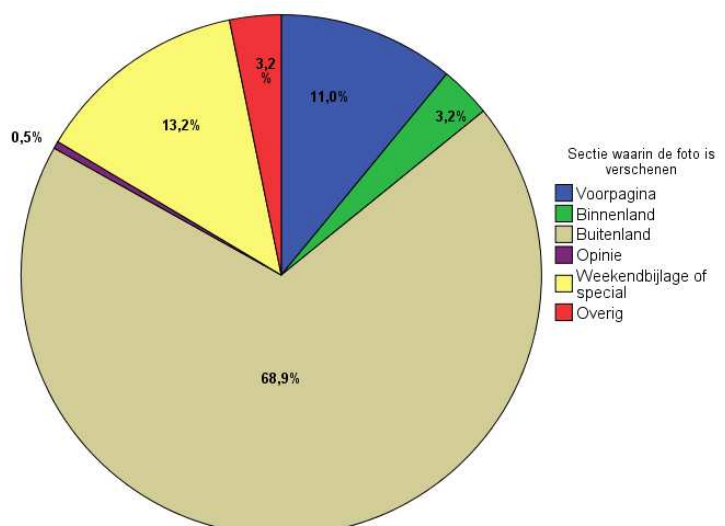
### 5.4.1 Algemene variabelen



Figuur 5.53 Maand waarin de foto is verschenen

In de *New York Times* zijn wat betreft periode geen enorme uitschieters op te merken. De meeste foto's over de oorlog in Afghanistan zijn verschenen in de maand oktober (13,2%). Hierna volgt januari met een percentage van 12,3%. Relatief de minste foto's zijn gepubliceerd in de maand mei (4,6%). Ook in maart en april zijn relatief niet veel foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen (beide 5,9%).

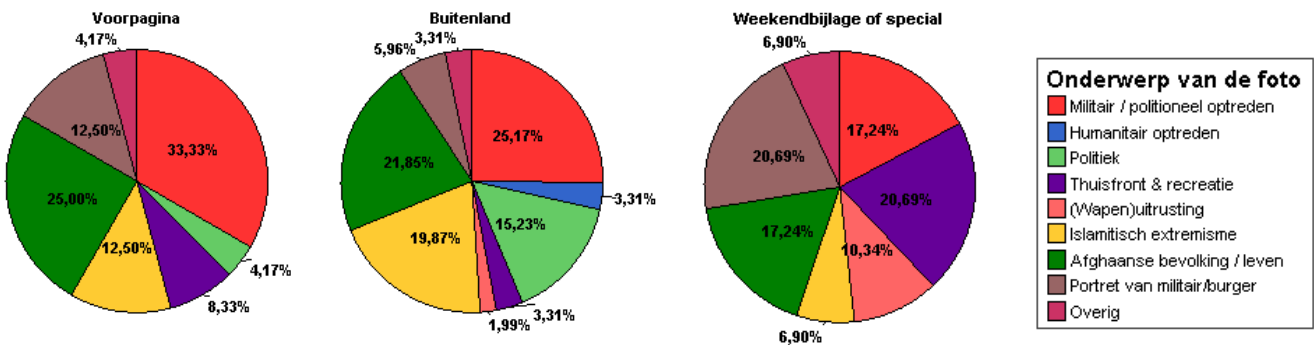
De sectie waarin veruit de meeste foto's over de oorlog in Afghanistan zijn verschenen is de sectie buitenland (68,9%). 13,2 % van het totaal aantal foto's is geplaatst in een weekendbijlage of special en op de voorpagina is 11% van het totaal aantal foto's verschenen. Er zijn daarentegen maar weinig foto's verschenen in de sectie opinie (0,5%), binnenland en overig (beide 3,2%).



Figuur 5.54 Sectie waarin de foto is verschenen

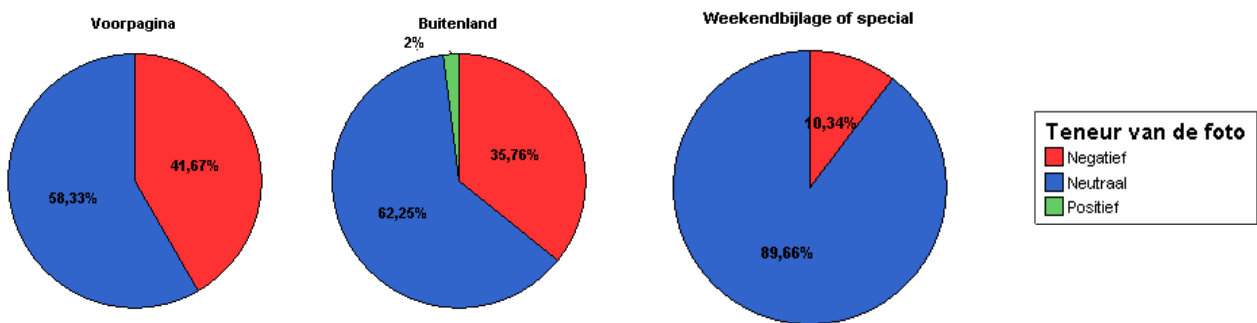


*Sectie ↔ onderwerp foto:* . Op de voorpagina zijn relatief veel foto's te zien van militair/politioneel optreden (33,33%). Ook Afghaanse bevolking/leven komt regelmatig voor (25%). De categorieën portret van militair/burger en islamitisch extremisme komen allebei in 12,5% van de foto's op de voorpagina voor. De overige onderwerpen komen minder of niet voor. Op de buitenlandpagina heeft 25,17% van de foto's als onderwerp militair/politioneel optreden. Afghaanse bevolking/leven komt op een tweede plaats met een percentage van 21,85%. Het onderwerp islamitisch extremisme is op 19,87% van de foto's te zien. De overige categorieën komen minder voor. In de weekendbijlage/special komen de onderwerpen thuisfront & recreatie en portret van militair/burger beide in 20,69% van de gevallen voor. 17,2% van de foto's in de weekendbijlage/special valt binnen de categorie Afghaanse bevolking/leven en 17,2% binnen militair/politioneel optreden.



Figuur 5.55 Vergelijking sectie en onderwerp van de foto

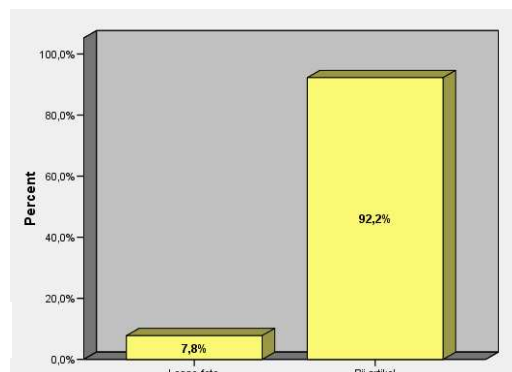
*Sectie ↔ teneur foto:* Op de voorpagina is 58,33% van de foto's neutraal. De overige 41,67% is negatief. In de sectie buitenland is 62,25% van de foto's neutraal. 35,75% is negatief en 2% is positief. In de weekendbijlage/special is 89,66% van de foto's neutraal. De overige 10,34% is negatief.



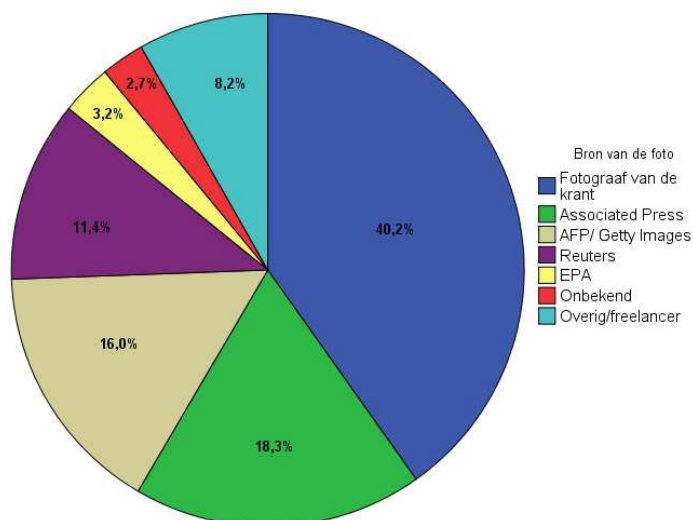
Figuur 5.56 Vergelijking sectie en teneur van de foto

De meeste foto's in de *New York Times* zijn verschenen in combinatie met een artikel (92,2%). 7,8 % is een losse foto.

Figuur 5.57 Behoort de foto tot een artikel of is het een losse foto?



De meeste foto's in de *New York Times* zijn afkomstig van persbureaus (48,9%). 18,3% van de foto's is afkomstig van persbureau Associated Press. Reuters, AFP/ Getty Images en EPA worden in de krant iets minder gebruikt (resp. 11,4, 16 en 3,2%). Verder zijn relatief veel foto's in de *New York Times* afkomstig van eigen fotografen (40,2%). 2,7% van de foto's heeft een onbekende bron en 8,2% behoort tot de categorie overig/freelancer.

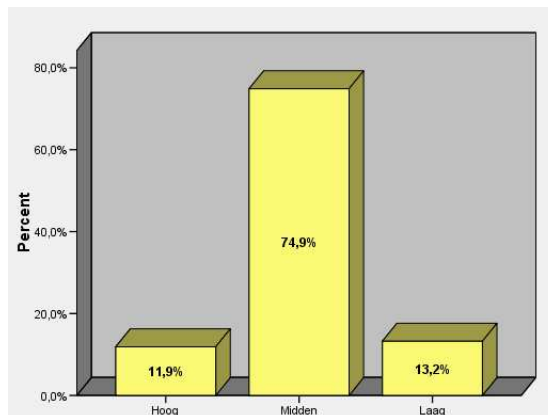


Figuur 5.58 Bron van de foto

#### 5.4.2 Beeldinhoudelijke variabelen

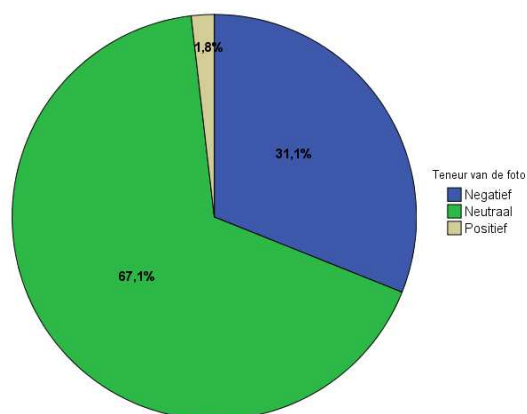
Het camerastandpunt van de foto's in *New York Times* is vooral op ooghoogte (74,9 %). Bij 13,2 % van de foto's is een laag camerastandpunt gebruikt, terwijl dit een percentage van 11,9 % is op een hoog camerastandpunt.

De teneur van de foto in *New York Times* is voor 67,1% neutraal. Een redelijk groot percentage van 31,1% heeft een negatieve teneur, terwijl maar 1,8% van de foto's een positieve teneur heeft.

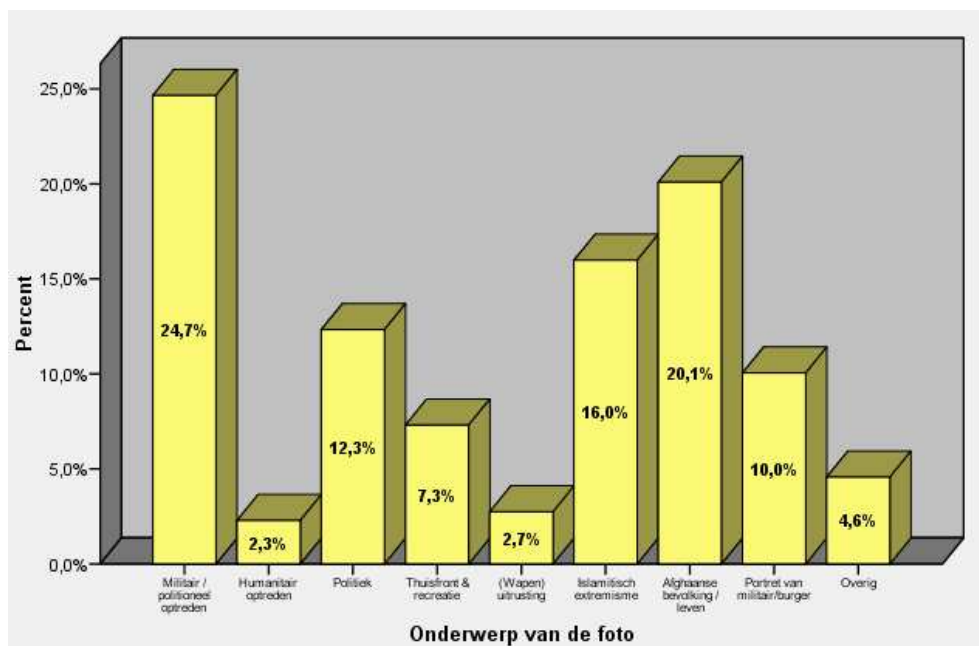


Figuur 5.59 Camerastandpunt van de foto

De meeste foto's in de *New York Times* hebben het onderwerp militair/ politieel optreden (24,7%). Ook de categorie Afghaanse bevolking/leven (20,1%) en islamitisch extremisme (16%) komen relatief veel voor in foto's in de *New York Times*. Politiek (12,3%) en portret van militair/burger (10%) zijn minder vaak het hoofdonderwerp. Humanitair optreden (2,3%), thuisfront % recreatie (7,3%) en(wapen)uitrusting (2,7%) komen relatief minder voor.

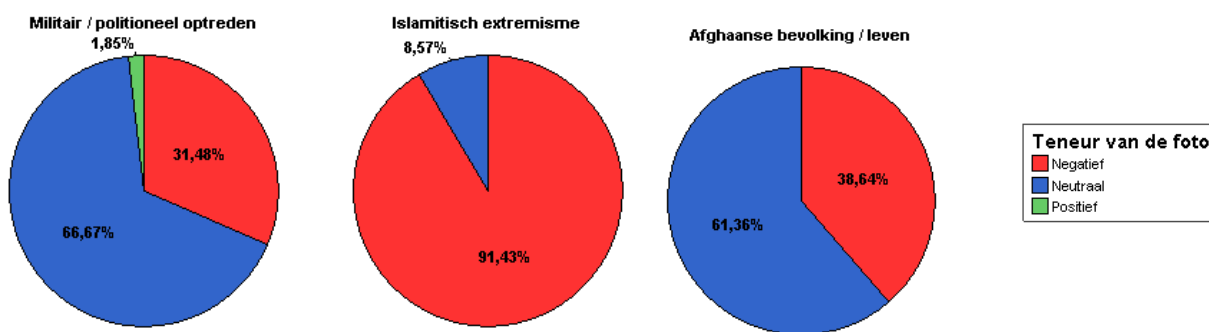


Figuur 5.60 Teneur van de foto



Figuur 5.61 Onderwerp van de foto

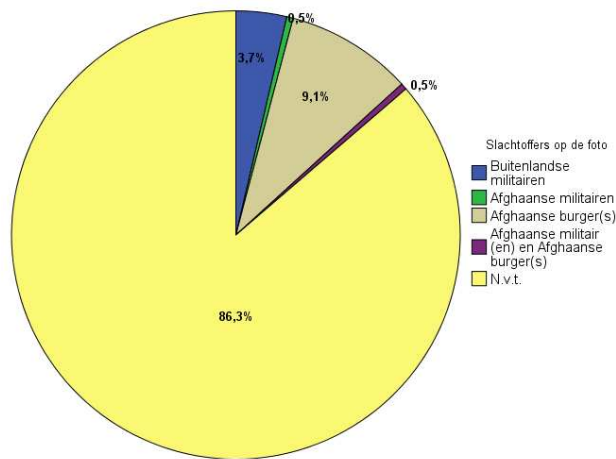
Onderwerp foto ↔ teneur foto: Bij het onderwerp militair/politioneel optreden is 66,67% van de foto's neutraal. 31,48% is negatief en 1,85% is positief. Bij het onderwerp islamitisch extremisme is 91,43% negatief en 8,57% neutraal. In de categorie Afghaanse bevolking/leven heeft 61,36% van de foto's een neutrale teneur. De overige 38,64% is negatief.



Figuur 5.62 Vergelijking onderwerp foto en teneur foto

In de *New York Times* zijn op 86,3% van de foto's geen slachtoffers te zien. Op 9,1% van de foto's zijn Afghaanse burgers als slachtoffergroep zichtbaar. Ook buitenlandse militairen zijn als slachtoffer te zien, zij het maar met 3,7%. Afghaanse militairen en de slachtoffergroep Afghaanse militairen en Afghaanse burgers zijn allebei in 0,5% van de foto's zichtbaar.

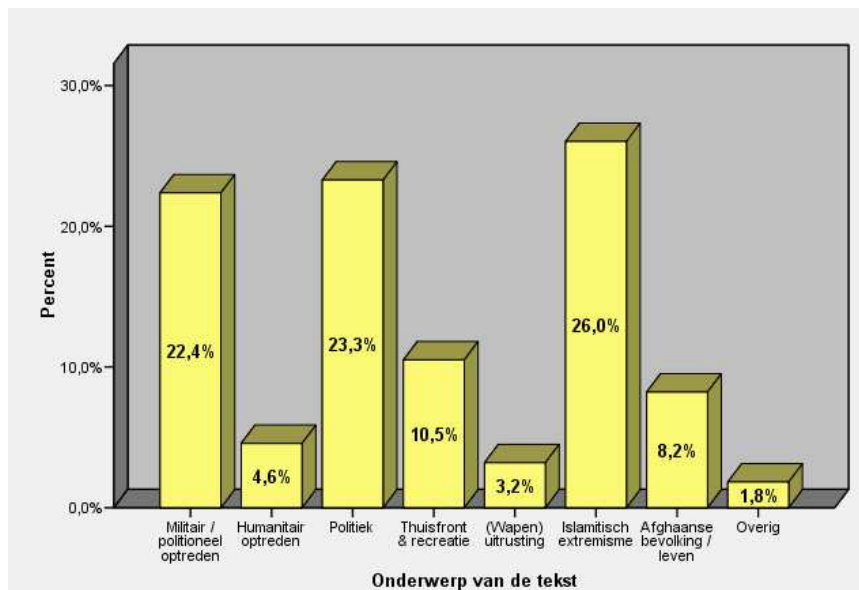




Figuur 5.63 Slachtoffers op de foto

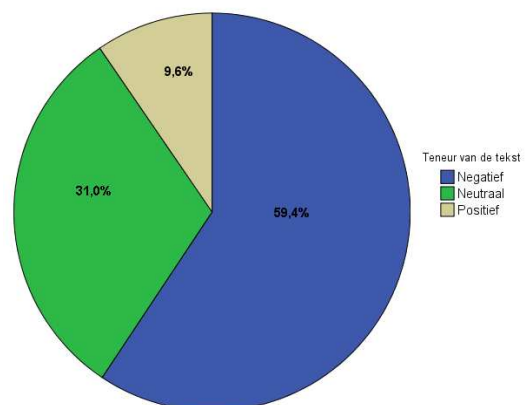
**5.4.3 Tekstuele variabelen**

In de *New York Times* wordt in de tekst veel aandacht geschonken aan de categorieën islamitisch extremisme (26%), politiek (23,3%) en militair/ politieel optreden (22,4%). Er wordt minder aandacht besteed aan het onderwerp thuisfront & recreatie en Afghaanse bevolking/ leven (resp. 10,5 en 8,2%). De categorieën humanitair optreden en (wapen)uitrusting komen heel weinig voor (resp. 4,6% en 3,2%).



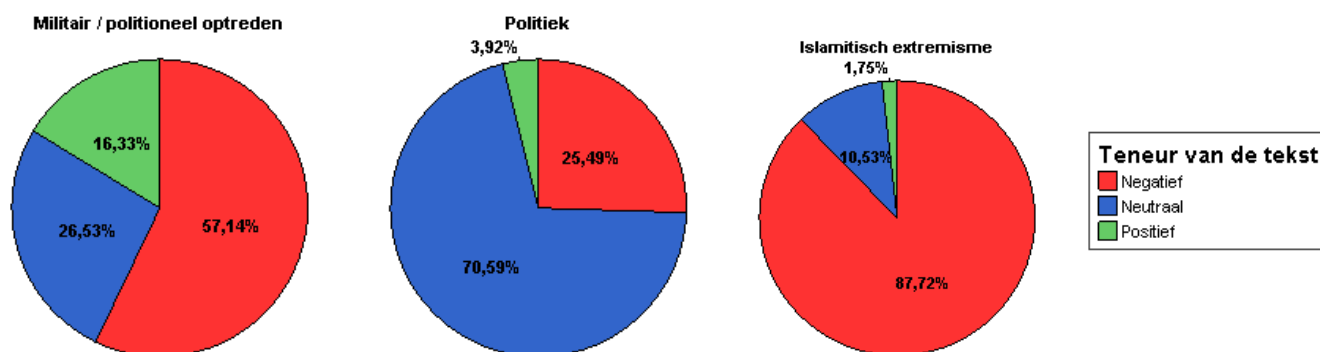
Figuur 5.64 Onderwerp van de tekst

In de geanalyseerde teksten binnen de *New York Times* is de teneur relatief erg vaak negatief (59,4%). Een percentage van 31,0% is neutraal, terwijl een positieve teneur maar in 9,6% van de gevallen voorkomt.



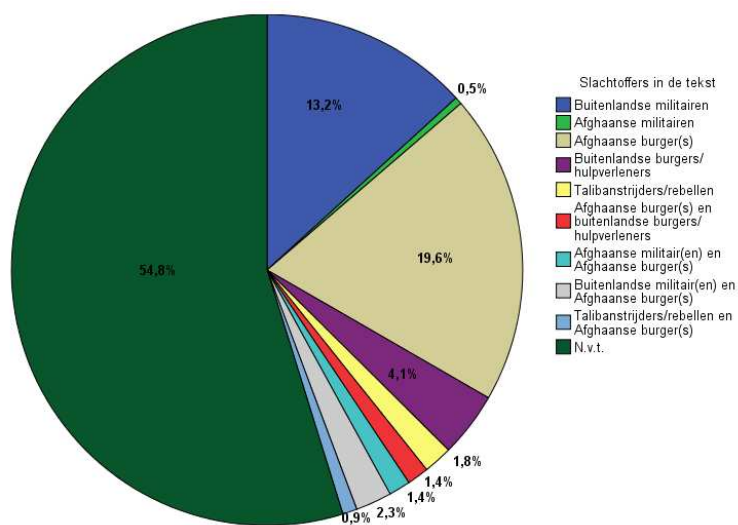
Figuur 5.65 Teneur van de tekst

*Onderwerp tekst* ↔ *teneur tekst*: Bij het onderwerp islamitisch extremisme is de teneur van 87,72% van de fototekst negatief. 10,53% is neutraal en 1,75% is positief. Bij het onderwerp militair/politioneel optreden is 57,14% van de tekst bij de foto's negatief. 26,53% is neutraal en 16,33% is positief. Bij het onderwerp politiek is 70,59% van de tekst bij de foto's negatief. 25,49% is neutraal en 3,92% is positief. Bij het onderwerp thuisfront % recreatie is 87,72% van de fototekst negatief, 10,53% is neutraal en 1,75% is positief.



Figuur 5.66 Vergelijking onderwerp tekst en teneur tekst

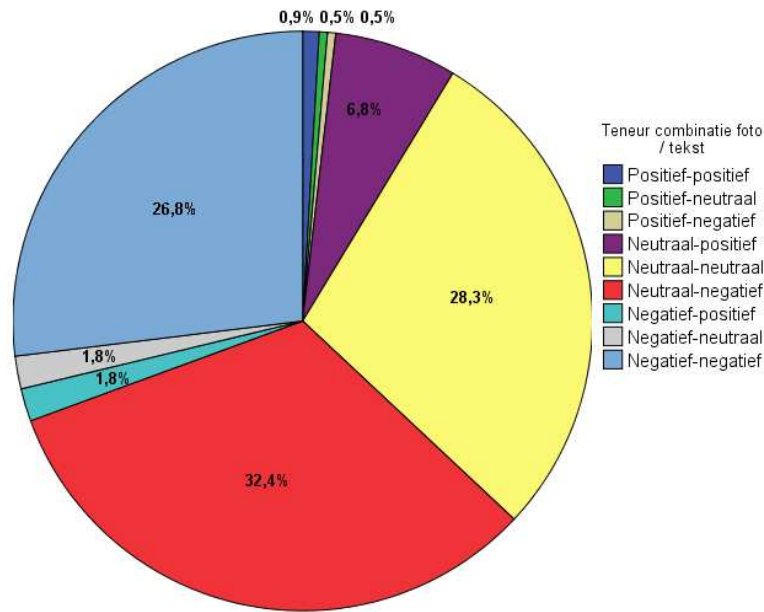
In de *New York Times* wordt in 54,8 % van de gevallen niet gesproken over slachtoffers. De slachtoffergroep Afghaanse burgers komt op een tweede plaats met 19,6%. Hierop volgt met 13,2% de slachtoffergroep buitenlandse militairen. De categorie buitenlandse burgers/hulpverleners wordt in 4,1% van de gevallen als slachtoffergroep benoemd en Talibanstrijders/rebellen voor 1,8%. Daarnaast wordt er – weliswaar minder – aandacht besteed aan Afghaanse militairen (0,5%), Afghaanse burgers en buitenlandse burgers/ hulpverleners (1,4%), Afghaanse militairen en Afghaanse burgers (1,4%), buitenlandse militairen en Afghaanse burgers (2,3%) en Talibanstrijders/rebellen en Afghaanse burgers (0,9%).



Figuur 5.67 Slachtoffers in de tekst

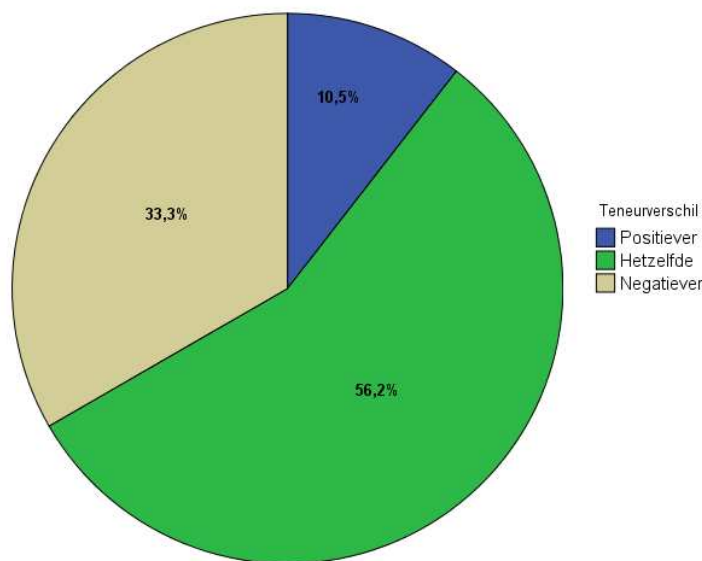
**5.4.4 Beeldinhoudelijke variabelen / tekstuele variabelen**

De teneur combinatie foto/ tekst blijkt vooral neutraal-negatief te zijn (32,4%). Ook neutraal-neutraal (28,3%) en negatief-negatief (26,8%) komen relatief veel voor. Neutraal-positief komt met een percentage van 6,8% een stuk minder voor. De overige categorieën komen allen wel voor, zij het met een laag percentage.



Figuur 5.68 Teneur combinatie foto/tekst

De teneur combinatie foto/ tekst is in 56,2% van de gevallen hetzelfde gebleven. Een veranderende teneur door de tekst is in totaal met een percentage van 43,8% voorgekomen. In 33,3% van de gevallen kreeg de foto door middel van de tekst een negatievere teneur, terwijl dit in 10,5% van de gevallen juist positiever werd.



Figuur 5.69 Teneurverschil

### 5.4.5 Conclusie fotoberichtgeving in New York Times

In de *New York Times* zijn in het jaar 2008 219 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. De meeste foto's in de *New York Times* zijn verschenen in combinatie met een artikel (92,2%) en de overige 7,8% is een losse foto. Het camerastandpunt van de foto's in *New York Times* was vooral op ooghoogte (bijna driekwart van de foto's). Bij 13,2% van de foto's werd een laag camerastandpunt gebruikt en bij 11,9% een hoog camerastandpunt.

Er waren wat betreft periode geen enorme uitschieters op te merken. De meeste foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen in de maanden oktober en januari. In oktober waren veel foto's van Afghaanse slachtoffers te zien, maar er is geen duidelijke verklaring te vinden voor het hoge aantal foto's. In de maand januari daarentegen is er wel een oorzaak waar te nemen. In deze maand was een grote reportage met bijbehorende foto's gepubliceerd over ex-militairen met PTTS (post traumatisch stress syndroom). Relatief de minste foto's waren achtereenvolgens gepubliceerd in de maanden mei, maart en april. Hiervoor is geen duidelijke verklaring te vinden. Hoogstwaarschijnlijk zijn er in deze maanden minder opmerkelijke dingen gebeurd dan in de andere maanden of lag de nadruk in die maanden op andere 'wereldproblemen'.

Bijna de helft van de foto's in de *New York Times* was afkomstig van persbureaus. 18,3% hiervan was afkomstig van persbureau Associated Press. Reuters, AFP/Getty Images

en EPA werden in de krant iets minder gebruikt (resp. 11,4, 16 en 3,2%). Er is desalniettemin een gepaste diversiteit aan fotopersbureaus. Verder waren veel foto's afkomstig van eigen fotografen (ruim 40%). 8,2% van het totaal aantal foto's behoorde tot de categorie overig/freelancer en 2,7% had een onbekende bron.

De sectie waarin veruit de meeste foto's over de oorlog in Afghanistan zijn verschenen was de sectie buitenland. De krant is dus behoorlijk internationaal georiënteerd. Op de buitenlandpagina kwamen de onderwerpen militair/politioneel optreden, Afghaanse bevolking/leven en islamitisch extremisme relatief veel voor. De overige categorieën hadden een lager percentage. In de sectie buitenland was 62,25% van de foto's neutraal. 35,75% was negatief en 2% was positief. Het hoge percentage negatieve teneur komt voort uit foto's waarin gevechtshandelingen en militaire ceremonies (voor gesneuvelde militairen) te zien zijn. In totaal was 13,2% van het aantal foto's geplaatst in een weekendbijlage of special. Hierin kwamen de onderwerpen thuisfront & recreatie en portret van militair/burger beide in een vijfde van de gevallen voor. 17,2% van de foto's in de weekendbijlage/special viel binnen de



*Foto uit reportage over militairen met PTTS*



*Ceremonie voor omgekomen Amerikaanse militair*



categorie Afghaanse bevolking/leven en 17,2% binnen militair/politioneel optreden. Binnen een weekendbijlage/special is plaats voor achtergrondverhalen, waardoor categorieën zoals thuisfront & recreatie en Afghaanse bevolking/leven veel voorkomen. In de weekendbijlage/special was bijna 90% van de foto's neutraal. De overige foto's waren negatief. Op de voorpagina was 11% van het totaal aantal foto's verschenen. Op deze pagina waren relatief veel foto's te zien van militair/politioneel optreden (een derde) en Afghaanse bevolking/leven (een kwart). De categorieën portret van militair/burger en islamitisch extremisme kwamen allebei ook redelijk vaak in de foto's op de voorpagina voor. De overige onderwerpen kwamen nauwelijks tot niet voor. Op de voorpagina was ruim 58% van de foto's neutraal. De overige foto's waren negatief. Deze negatieve teneur op de voorpagina heeft te maken met het grote aantal foto's over ceremonieel rond voor gesneuvelde militairen en het onderwerp islamitisch extremisme dat in bijna alle gevallen negatief is. In de overige secties waren maar weinig foto's gepubliceerd: opinie (0,5%), binnenland en overig (beide 3,2%).



*Wapenuitrusting*

De teneur van de *foto* in *New York Times* was in ruim tweederde van de gevallen neutraal. Een redelijk groot percentage van 31,1% had een negatieve teneur, terwijl maar 1,8% van de foto's een positieve teneur had. In de geanalyseerde *teksten* binnen de *New York Times* was de teneur relatief erg vaak negatief (59,4%). Een percentage van 31% was neutraal, terwijl een positieve teneur maar in 9,6% van de gevallen voorkwam. Het toevoegen van tekst aan de foto geeft in deze krant wel degelijk iets mee, maar toch hebben veel foto's al een bepaalde betekenis kijkende naar het hoge percentage negatieve teneur. 43,8% van de foto's had een veranderde teneur na het meenemen van de tekst in de analyse. In 33,3% van de gevallen kreeg de foto door middel van de tekst een negatievere teneur, terwijl dit in 10,5% van de gevallen juist positiever werd.



*Afghaans president Karzai met Amerikaans vice-president Cheney*

Bijna een kwart van de *foto's* in de *New York Times* had het onderwerp militair/politioneel optreden. Bij dit onderwerp was tweederde van de foto's neutraal. Ruim 31% was negatief en 1,85% was positief. Ook de categorie Afghaanse bevolking/leven (20,1%) en islamitisch extremisme (16%) kwamen relatief veel voor. In de categorie Afghaanse bevolking/leven had ruim 60% van de foto's een neutrale teneur. De overige foto's waren negatief. Bij het onderwerp islamitisch extremisme was het merendeel van de foto's negatief (91,43%) en de overige foto's waren neutraal. Er kan vanuit deze percentages gesteld worden dat de *New York Times* veel aandacht besteedt aan de gevolgen van de oorlog door zich te richten op deze

twee 'visueel zichtbare' onderwerpen. De categorieën politiek (12,3%) en portret van militair/burger (een tiende van de foto's) waren minder vaak het hoofdonderwerp. Ook humanitair optreden (2,3%), thuisfront % recreatie (7,3%) en (wapen)uitrusting (2,7%) kwamen weinig voor.

Onderwerpen die in de tekst veel naar voren kwamen waren islamitisch extremisme, politiek en militair/ politoneel optreden. Bij het onderwerp islamitisch extremisme was de teneur van 87,72% van de fototekst negatief. Ruim een tiende van de gevallen was neutraal en 1,75% was positief. Bij het onderwerp militair/politioneel optreden was 57,14% van de tekst bij de foto's negatief. Ruim een kwart was neutraal en 16,33% positief. Bij het onderwerp politiek was 70,59% van de tekst bij de foto neutraal. Een kwart was negatief en 3,92 % was positief. Er werd minder aandacht besteed aan het onderwerp thuisfront & recreatie en Afghaanse bevolking/leven (resp. 10,5 en 8,2%). De categorieën humanitair optreden en (wapen)uitrusting kwamen heel weinig voor (resp. 4,6% en 3,2%).

In de *New York Times* waren op 86,3% van de foto's geen slachtoffers te zien. Op 9,1% van de foto's waren Afghaanse burgers als slachtoffergroep zichtbaar en 3,7% van de foto's toonden buitenlandse militairen als slachtoffer. Afghaanse militairen en de slachtoffergroep Afghaanse militairen en Afghaanse burgers waren allebei in 0,5% van de foto's zichtbaar. In de fototekst werd in 54,8% van de gevallen niet gesproken over slachtoffers. Wanneer er wel over slachtoffers bericht werd, ging dit voornamelijk over Afghaanse burgers (voornamelijk bij ontploffing van bommen) en buitenlandse militairen. De slachtoffergroepen buitenlandse burgers/hulpverleners, Talibanstrijders/rebellen, Afghaanse militairen, Afghaanse burgers en buitenlandse burgers/hulpverleners, Afghaanse militairen en Afghaanse burgers, buitenlandse militairen en Afghaanse burgers, en Talibanstrijders/rebellen en Afghaanse burgers kwamen allen voor, maar relatief erg weinig. Vanuit deze cijfers kan worden afgeleid dat de



*Slachtoffers van de oorlog in Afghanistan*

*New York Times* zich erg richt op de slachtoffers van de oorlog. Dit gebeurt dan weliswaar nog niet veel in de foto's (màar 13,7% wordt hier als slachtoffer aangeduid), echter, met de bijbehorende tekst valt 45,2% van de geanalyseerde foto's in een slachtoffergroep in te delen.

## 6. COMPARATIEVE FOTOANALYSE

---

In dit hoofdstuk worden de vier kranten met elkaar vergeleken wat betreft de fotoberichtgeving over de oorlog in Afghanistan in 2008. De uitkomsten van de kwantitatieve analyse zal worden gebruikt om te bekijken of er verschillen en overeenkomsten op te merken zijn tussen:

- *Telegraaf* en *NRC Handelsblad*<sup>4</sup> (populair Nederland tegenover kwaliteit Nederland)
- *USA Today* en *New York Times*<sup>5</sup> (populair VS tegenover kwaliteit VS)
- *Telegraaf* en *USA Today* (populair Nederland tegenover populair VS)
- *NRC Handelsblad* en *New York Times* (kwaliteit Nederland tegenover kwaliteit VS)

### 6.1 Vergelijking *Telegraaf* en *NRC Handelsblad*

In het jaar 2008 zijn over de oorlog in Afghanistan 130 foto's in de *Telegraaf* en 80 foto's in *NRC* verschenen. In beide kranten behoren veel foto's tot een artikel; in de *Telegraaf* ruim driekwart en in *NRC* bijna alle foto's (95%). Het camerastandpunt van de foto's in de *Telegraaf* en *NRC* liggen vooral op ooghoogte. Een hoog camerastandpunt komt relatief nog wel redelijk veel voor in *NRC Handelsblad* (13,8%), terwijl dit bij de *Telegraaf* een laag percentage is. Een laag camerastandpunt komt in beide kranten erg weinig voor.

In de *Telegraaf* is de meeste aandacht aan de oorlog in Afghanistan in de maand december besteed. In *NRC* is dit de maand maart. In beide gevallen blijkt dit hoofdzakelijk te komen door reportages waarbij veel foto's zijn gepubliceerd. In april blijken beide kranten in verhouding ongeveer even veel aandacht te hebben besteed aan het onderwerp. Dit heeft te maken met gesneuvelde Nederlandse militairen. Opvallend is verder dat de *Telegraaf* veel aandacht besteedt aan feestdagen op de basis, zoals Sinterklaas, Kerst en Oud & Nieuw, terwijl *NRC* zich meer richt op militaire ceremonies. De maanden mei en augustus bevatten relatief de minste foto's in beide kranten. In deze maanden hebben er hoogstwaarschijnlijk geen noemenswaardige gebeurtenissen plaatsgevonden.

De meeste foto's in de *Telegraaf* zijn afkomstig van een onbekende bron, terwijl dit in *NRC* nauwelijks voorkomt. Verder maakt de *Telegraaf* relatief weinig (een kwart van de foto's) gebruik van persbureaus, terwijl *NRC* dit in de helft van de gevallen doet. Wanneer de *Telegraaf* een persbureau gebruikt, is dit vaak het 'nationale' ANP. *NRC* hanteert vaker de 'internationale' persbureaus zoals Reuters en AFP/Getty Images. Het ANP is in *NRC* niet als bron gebruikt. Zowel in de *Telegraaf* als in *NRC* komt de categorie overig/freelancer vaak voor. Hierin zijn voornamelijk freelance fotografen ingedeeld. Beide kranten gebruiken foto's van Defensie, maar de *Telegraaf* doet dit wat vaker dan *NRC*. Deze beelden kunnen wellicht een 'vertroebeld' beeld van de werkelijkheid geven, aangezien Defensie hier de hand in heeft. Ook hebben eigen fotografen van de kranten materiaal aangeleverd (14,6% binnen de *Telegraaf* en 20% binnen *NRC*).

In zowel de *Telegraaf* als in *NRC* verschijnen de meeste foto's in de sectie binnenland. Hieruit blijkt dat beide kranten behoorlijk nationaal georiënteerd zijn. In de *Telegraaf* komt binnen deze sectie het onderwerp thuisfront & recreatie het meest voor. De nadruk ligt bij de *Telegraaf* op de thuisblijvers en versterkt het gevoel van 'onze jongens'. Bij *NRC* is het hoofdonderwerp binnen deze sectie militair/politioneel optreden, waarbij dit voornamelijk foto's zijn van officiële militaire bijeenkomsten. Verder

---

<sup>4</sup> In dit hoofdstuk *NRC* genaamd

<sup>5</sup> In dit hoofdstuk *NYT* genaamd

verschijnen in de *Telegraaf* veel foto's op de voorpagina. In *NRC* zijn ook op de buitenlandpagina relatief veel foto's verschenen. In deze sectie staan relatief veel foto's over militair/politioneel optreden, (buitenlandse) politiek, Afghaanse bevolking/leven en islamitisch extremisme. In beide kranten zijn in verhouding weinig foto's verschenen op de opiniEPagina en in de weekendbijlage/special.

Zowel in de *Telegraaf* als in *NRC* heeft de meerderheid van de foto's een neutrale teneur. De *Telegraaf* toont nog en redelijk aantal positieve foto's, terwijl *NRC* dit nauwelijks doet. Beide kranten tonen ook negatieve foto's, zij het niet erg vaak (*Telegraaf* 16,9% en *NRC* 18,8%). Wanneer gekeken wordt naar de teneur van de tekst, dan kan geconcludeerd worden dat *NRC* vaker een neutrale teneur heeft dan de *Telegraaf*. Wat betreft negatieve teneur geldt dit ook, alhoewel deze percentages niet ver uiteen lopen (43,8% in *NRC* en 38,5% in de *Telegraaf*). Een positieve teneur in de fototekst is in de *Telegraaf* (een kwart van de foto's) beduidend vaker te vinden dan in *NRC* (8,8%). In beide kranten is ongeveer een gelijk percentage van de teneur van de foto's veranderd naar aanleiding van de tekst. Hiervan is het grootste gedeelte negatiever geworden. Voor beide kranten kan geconcludeerd worden dat de foto's niet altijd het gehele verhaal vertellen en dat de tekst dus van belang is.

Zowel in de *Telegraaf* als in *NRC* zijn veel foto's verschenen over de onderwerpen portret van militair/burger en militair/politioneel optreden. Het vaak voorkomen van het onderwerp portret van militair/burger in de *Telegraaf* komt voort uit het grote aantal gepubliceerde portretten van militairen nadat zij in Afghanistan zijn omgekomen. De *Telegraaf* heeft veel aandacht aan deze slachtoffers besteed. Dit is te verklaren vanuit het feit dat binnen de *Telegraaf* een grote nadruk ligt op Nederlandse slachtoffers (en de condoleances/ceremonies hieromheen) en militaire plechtigheden. In *NRC* zijn binnen dit onderwerp relatief veel foto's van hooggeplaatste militairen verschenen. Bij het onderwerp militair/politioneel optreden in de *Telegraaf* en *NRC* heeft een groot deel van de foto's een negatieve teneur. Dit komt voort uit het grote aantal foto's van militaire ceremonies rondom de dood van Nederlandse militairen. In *NRC* komt het onderwerp Afghaanse bevolking/leven nog redelijk veel voor, terwijl dit onderwerp binnen de *Telegraaf* nauwelijks voorkomt. In de *Telegraaf* komt juist redelijk vaak het onderwerp thuisfront & recreatie voor, waarbij de teneur overwegend positief is. Dit komt door de nadruk die de *Telegraaf* in haar berichtgeving legt op contact met familie en vrienden en de 'gezelligheid' binnen het kamp, zoals het vieren van Sinterklaas, Kerst en Oud & Nieuw. Beide kranten geven weinig aandacht aan de onderwerpen humanitair optreden en (wapen)uitrusting.

In de fototekst wordt in de *Telegraaf* veel aandacht besteed aan de categorieën thuisfront & recreatie, politiek en militair/politioneel optreden. Bij *NRC* is dit politiek en militair/politioneel optreden. Het onderwerp thuisfront & recreatie komt in deze krant juist weinig voor. Beide kranten berichten vaak over de ceremonies rondom Nederlandse militaire slachtoffers. *NRC* houdt het bescheiden wat betreft kwantiteit aan foto's, maar de *Telegraaf* besteedt hier erg veel aandacht aan. Bij het onderwerp politiek is de teneur in *NRC* veelal neutraal, terwijl de tekst in de *Telegraaf* relatief vaak negatief is. Dit heeft te maken met de (vaak) negatieve tendens tegenover het kabinetsbeleid en –besluiten. Beide kranten besteden in de tekst weinig aandacht aan de onderwerpen Afghaanse bevolking/leven en (wapen)uitrusting. De *Telegraaf* besteedt daarnaast ook weinig aandacht aan de onderwerpen islamitisch extremisme en humanitair optreden, terwijl deze onderwerpen in *NRC* nog relatief redelijk vaak voorkomen.

In beide kranten is op het merendeel van de foto's geen slachtoffer zichtbaar. Wanneer er slachtoffers zichtbaar zijn, dan zijn dit voor het grootste gedeelte buitenlandse militairen en – weliswaar in mindere mate – Afghaanse burgers.



In de *fototekst* van de *Telegraaf* wordt in bijna de helft van de geanalyseerde foto's gesproken over slachtoffers, terwijl dit in *NRC* ongeveer een vijfde is. Er wordt in de *fototekst* in de *Telegraaf* grotendeels gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. Daarnaast wordt er voor een klein deel aandacht besteed aan Afghaanse burgers en buitenlandse burgers/ hulpverleners. Wanneer er in *NRC* wordt gesproken over slachtoffers, dan gaat dit voornamelijk over buitenlandse militairen. Daarnaast wordt er nog enige aandacht besteed aan Afghaanse burgers en Afghaanse militairen als slachtoffer. Er kan gesteld worden dat de *Telegraaf* in haar berichtgeving meer aandacht besteedt aan slachtoffers dan *NRC*. Wel valt het merendeel van de genoemde slachtoffers in de groep buitenlandse militairen.

## 6.2 Vergelijking USA Today en New York Times

In het jaar 2008 zijn over de oorlog in Afghanistan 48 foto's in de *USA Today* en 219 foto's in de *NYT* verschenen. In *USA Today* behoren alle foto's tot een artikel. In de *NYT* is het merendeel van de foto's verschenen in combinatie met een artikel. In beide kranten is ongeveer driekwart van de foto's op ooghoogte gemaakt. Foto's gemaakt vanaf een laag camerastandpunt komt in de *USA Today* vaker voor, terwijl in de *NYT* vaker een hoog camerastandpunt wordt gebruikt.

In de *USA Today* zijn de meeste foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen in de maand december. In deze maand is een reportage met veel foto's gepubliceerd, waardoor het aantal foto's relatief hoog ligt. Verder staan er in *USA Today* in de maanden maart, april en mei relatief veel foto's over de oorlog in Afghanistan. In de *NYT* zijn in de maanden oktober en januari de meeste foto's verschenen. In januari verscheen in de *NYT* een reportage met veel bijbehorende foto's. Er zijn in deze krant eigenlijk wat betreft periode geen enorme uitschieters op te merken. In de *USA Today* is het opvallend dat in de maand augustus helemaal geen foto's zijn verschenen over de oorlog in Afghanistan. In oktober blijkt dit aantal ook erg laag te zijn. De minste foto's zijn in *NYT* verschenen in de maand mei. Er is geen duidelijke overeenkomst tussen de periode en de mate van aandacht in beide kranten.

De meeste foto's in zowel *USA Today* als *NYT* zijn afkomstig van persbureaus (allebei rond de helft van het totaal aantal foto's). Hierin maken beide kranten regelmatig gebruik van AP en AFP/Getty Images. Reuters wordt in de *NYT* ook regelmatig als persbureau gebruikt, terwijl dit bij *USA Today* maar een heel klein percentage is. Verder maken beide kranten gebruik van eigen fotografen, alhoewel *NYT* dit veel vaker doet dan *USA Today*. *USA Today* maakt verder gebruik van foto's van Defensie, terwijl dit bij *NYT* niet is gebeurd. Een onbekende bron komt in de *USA Today* helemaal niet voor, dit betekent dus dat er bij elke foto een bron is vermeld. Bij de *NYT* wordt er bij een heel klein percentage van de foto's geen bron vermeld. De categorie overig/freelancers komt in *USA Today* iets vaker voor dan in de *NYT*.

In de *USA Today* zijn de meeste foto's verschenen binnen de secties binnenland en buitenland (beiden ruim een derde). In de *NYT* blijkt dit de sectie buitenland te zijn met bijna driekwart van de foto's. In de sectie binnenland is in de *NYT* maar een heel klein deel van de foto's verschenen. Geconcludeerd kan worden dat beide kranten dus behoorlijk internationaal georiënteerd zijn, maar de *USA Today* heeft hiernaast ook een focus op nationaal nieuws. In de buitenlandsectie van de *USA Today* hebben relatief veel foto's militair/politioneel optreden als onderwerp. Foto's binnen deze categorie gaan voornamelijk over patrouilles en militaire ceremonies. Verder komt het onderwerp humanitair optreden redelijk vaak voor in de sectie buitenland. De overige categorieën komen relatief niet of nauwelijks voor. In de buitenlandsectie van de *NYT* komen de onderwerpen militair/politioneel optreden, Afghaanse bevolking/leven en islamitisch extremisme relatief veel voor. In de *USA Today* zijn verder veel foto's op de *voorpagina* verschenen, terwijl dit bij de *NYT* een stuk lager ligt. In de weekendbijlage/special zijn in de *NYT* een redelijk aantal foto's

verschenen, maar in de *USA Today* helemaal geen. Verder zijn in beide kranten relatief maar weinig foto's verschenen in de sectie opinie.

Zowel in de *USA Today* als in *NYT* heeft de meerderheid van de foto's een neutrale teneur. Hierbij is het wel zo dat dit in de *USA Today* vaker voorkomt dan in de *NYT*. Foto's met een positieve teneur zijn in de *USA Today* vaker te vinden dan in de *NYT*. Voor foto's met een negatieve teneur geldt juist het tegenovergestelde; ongeveer een derde in de *NYT* en maar een heel klein percentage in de *USA Today*. Een neutrale teneur in de fototekst komt in de *USA Today* vaker voor (bijna de helft van de foto's) dan in de *NYT* (een derde van de foto's). Een negatieve fototekst komt in de *USA Today* minder vaak voor dan in de *NYT*, maar in beide kranten is het wel zo dat dit percentage erg hoog ligt. Een positieve teneur komt juist in de *USA Today* vaker voor dan in de *NYT*. Een veranderende teneur komt in de *NYT* iets vaker voor dan in de *USA Today*. In beide kranten is ongeveer een derde negatiever en rond de 10% positiever geworden

Zowel in *USA Today* als in de *NYT* staan veel foto's over militair/politioneel optreden. In de *USA Today* zijn deze foto's voornamelijk neutraal van aard. In de *NYT* is ongeveer een derde van de foto's binnen het onderwerp militair/politioneel optreden negatief en de overige tweederde neutraal. Een heel klein percentage is positief. In de *USA Today* komen verder regelmatig de onderwerpen politiek en Afghaanse bevolking/leven naar voren. In de *NYT* komen de onderwerpen Afghaanse bevolking/leven en islamitisch extremisme in verhouding regelmatig voor. Bij het onderwerp Afghaanse bevolking/leven zijn in de *USA Today* alle foto's neutraal, terwijl in de *NYT* een groot deel (ongeveer een derde) negatief is. De overige foto's in de *NYT* zijn neutraal. Er kan vanuit deze percentages gesteld worden dat de *NYT* veel aandacht besteedt aan de gevolgen van de oorlog door zich te richten op deze twee onderwerpen. In *USA Today* komen de categorieën humanitair optreden, (wapen)uitrusting, portret van militair/burger, thuisfront & recreatie en islamitisch extremisme wat minder vaak voor. In de *NYT* zijn dit de onderwerpen politiek, portret van militair/burger, humanitair optreden, thuisfront & recreatie en (wapen)uitrusting.

In beide kranten wordt in de fototekst veel aandacht besteed aan de categorie militair/politioneel optreden. Binnen *USA Today* zijn in deze categorie de helft van de foto's negatief, ongeveer 7% is positief en de overige foto's zijn neutraal. In de *NYT* is ruim de helft van de foto's negatief, een kwart neutraal en ongeveer 16% positief. Verder komen in de *USA Today* de categorieën politiek en (wapen)uitrusting vaak in de fototekst voor. In de *NYT* komen de onderwerpen politiek en islamitisch extremisme redelijk vaak voor. Het onderwerp politiek is in alle fototeksten in *USA Today* neutraal. In de *NYT* is het grootste gedeelte neutraal, maar ongeveer een kwart van de fototeksten binnen het onderwerp politiek is toch negatief van teneur. In *USA Today* gaat verder een redelijk groot deel van de geanalyseerde teksten over thuisfront & recreatie, terwijl minder aandacht in de fototekst uitgaat naar de onderwerpen islamitisch extremisme, humanitair optreden en Afghaanse bevolking/leven. In de *NYT* wordt iets minder aandacht besteed aan het onderwerp thuisfront & recreatie en Afghaanse bevolking/leven, terwijl de categorieën humanitair optreden en (wapen)uitrusting heel weinig voorkomen.

In beide kranten is op het merendeel van de foto's geen slachtoffer zichtbaar. De *NYT* besteedt meer aandacht aan slachtoffers dan *USA Today*. In de *USA Today* zijn alleen buitenlandse militairen als slachtoffer te zien. In de *NYT* zijn voornamelijk Afghaanse burgers als slachtoffergroep zichtbaar, terwijl een wat kleiner deel van de foto's buitenlandse militairen toont. Daarnaast komen de slachtoffergroepen Afghaanse militairen en Afghaanse militairen/Afghaanse burgers voor in de *NYT*, zij het met een heel klein percentage.

In de *NYT* wordt veel vaker in de fototekst over slachtoffers bericht dan in de *USA Today*. In de *NYT* is dit bijna in de helft van de foto's het geval, terwijl dit bij *USA Today* maar in een vijfde van de

geanalyseerde foto's voorkomt. Wanneer er in de *USA Today* wordt gesproken over slachtoffers, dan gaat dit voornamelijk over buitenlandse militairen. Aan de slachtoffers Afghaanse militairen en Afghaanse burgers wordt ook aandacht besteed, zij het met een heel laag percentage van de foto's. In de *NYT* wordt in een vijfde van de gevallen in de fototekst over Afghaanse burgers als slachtoffer gesproken. Ook de slachtoffergroep buitenlandse militairen komt relatief veel voor. De slachtoffergroepen buitenlandse burgers/hulpverleners, Talibanstrijders/rebellen, Afghaanse militairen, Afghaanse burgers en buitenlandse burgers/hulpverleners, Afghaanse militairen en Afghaanse burgers, buitenlandse militairen en Afghaanse burgers, en Talibanstrijders/rebellen en Afghaanse burgers komen allen voor, maar relatief erg weinig. Vanuit deze cijfers kan worden afgeleid dat de *New York Times* zich erg richt op de slachtoffers van de oorlog, terwijl dit bij *USA Today* veel minder het geval is.

### 6.3 Vergelijking Telegraaf en USA Today

In het jaar 2008 zijn over de oorlog in Afghanistan 130 foto's in de *Telegraaf* en 48 foto's in *USA Today* verschenen. In de *Telegraaf* behoort driekwart van de foto's tot een artikel, terwijl in de *USA Today* alle foto's bij een artikel horen. Het camerastandpunt van de foto's in beide kranten ligt vooral op ooghoogte.

In *USA Today* zijn meer foto's gemaakt vanaf een laag camerastandpunt dan in de *Telegraaf*. Een hoog camerastandpunt is in beide kranten niet vaak gebruikt.

In de *Telegraaf* zijn de meeste foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen in de maand december. Ook in de *USA Today* blijken in deze maand relatief de meeste foto's te zijn verschenen. Waar de *Telegraaf* zich echter richt op de feestdagen en 'onze jongens' in het kamp, besteedt *USA Today* aandacht aan humanitair optreden in een speciale reportage. Verder is het opvallend dat in *USA Today* in de maand augustus geen foto's over de oorlog in Afghanistan zijn verschenen. In de *Telegraaf* is dit weliswaar een klein percentage, maar er zijn wel foto's verschenen. De percentages liggen over het algemeen redelijk gelijk behalve in de maand mei. Hierin zijn in *USA Today* meer foto's verschenen dan in de *Telegraaf*. Hier is echter geen speciale verklaring voor te ontdekken.

In *USA Today* wordt relatief veel gebruik gemaakt van persbureaus als bron voor de foto, namelijk in ruim de helft van de foto's. In de *Telegraaf* ligt dit percentage in verhouding een stuk lager, namelijk bij een kwart van de foto's. *USA Today* maakt veel gebruik van het internationale persbureau AP, terwijl de *Telegraaf* veel gebruik maakt van het nationale ANP. Zowel in de *Telegraaf* als *USA Today* valt een groot deel van de bron van de foto in de categorie overig/freelancer. Dit komt omdat er relatief vaak gebruik is gemaakt van freelancers. Beide kranten maken in ongeveer een zesde van de foto's gebruik van eigen fotografen. Ook foto's afkomstig van Defensie gebruiken beide kranten in verhouding ongeveer even vaak. Het is opvallend dat de categorie onbekende bron bij de *Telegraaf* relatief hoog uitvalt met een kwart van het totaal aantal foto's; de *Telegraaf* is hier niet consequent in geweest. Bij de *USA Today* hebben alle foto's een bronvermelding.

Veruit de meeste foto's zijn in de *Telegraaf* in de sectie binnenland verschenen. Ook in *USA Today* is een groot percentage van de foto's in deze sectie waar te nemen. Dit betekent dat beide kranten behoorlijk nationaal georiënteerd zijn. Binnen de *Telegraaf* wordt in deze sectie veel aandacht besteed aan de onderwerpen militair/politioneel optreden en thuisfront & recreatie. Dit heeft te maken met de focus van de krant op Nederlandse militaire slachtoffers en het ceremonieel hieromheen. Ruim de helft van de foto's is neutraal, terwijl ongeveer een kwart negatief en een kwart positief is. Ook in de *USA Today* komen op de binnenlandpagina veel foto's over militair/politioneel optreden voor. Foto's binnen deze categorie gaan voornamelijk over patrouilles en militaire ceremonies. Hierin is het overgrote deel van de foto's neutraal van

aard, terwijl een klein percentage positief is. In beide kranten verschijnen relatief ook een redelijk aantal foto's op de voorpagina. Dit percentage komt in allebei de kranten neer op ongeveer een kwart van het totaal aantal foto's. Verder blijkt in *USA Today* ongeveer een derde van de foto's in de buitenlandsectie te staan, terwijl dit in de *Telegraaf* veel minder is. De *USA Today* heeft dus naast de nationale focus ook een internationale focus. Op de opiniepagina wordt in beide kranten maar weinig aandacht besteed aan het onderwerp. Verder is in de *Telegraaf* nog een klein deel van de foto's in de weekendbijlage/special verschenen, terwijl dit bij *USA Today* niet het geval is.

In totaal heeft tweederde van de foto's in de *Telegraaf* een neutrale teneur, in *USA Today* ligt dit percentage een stuk hoger, namelijk ongeveer 80%. Een negatieve teneur komt in de *Telegraaf* vaker voor dan in de *USA Today*. Dit geldt ook voor de foto's met een positieve teneur, waarbij ongeveer een vijfde van de foto's in de *Telegraaf* en een tiende van de foto's in *USA Today* positief is. De teneur van de fototekst in de *Telegraaf* is in ongeveer een derde van de gevallen neutraal, in de *USA Today* is dit bijna de helft. In beide kranten hebben in verhouding even veel foto's een negatieve teneur, namelijk ruim een derde. Een positieve teneur komt voor in een kwart van de fototekst in de *Telegraaf* en in bijna een vijfde van de fototekst in *USA Today*. Een veranderende teneur van foto naar tekst blijkt in beide kranten in verhouding ongeveer even veel voor te komen, namelijk tegen de 40% van de foto's. Hiervan zijn meer foto's negatiever (ongeveer een kwart) dan positiever (ongeveer een tiende) geworden.

De onderwerpen die vaak in de foto's in de *Telegraaf* voorkomen zijn portret van militair/burger, militair/politioneel optreden, thuisfront & recreatie en politiek. Het meest voorkomende onderwerp in de foto's van *USA Today* is militair/politioneel optreden. Dit onderwerp is binnen de *Telegraaf* vaak negatief van aard, namelijk in 40% van de foto's. Verder is bijna de helft van de foto's neutraal en een klein deel positief (een tiende). In *USA Today* heeft binnen de categorie militair/politioneel optreden het overgrote deel van de foto's een neutrale teneur. Een heel klein deel van de foto's is negatief. Qua onderwerp komen politiek, Afghaanse bevolking/leven en thuisfront & recreatie hierna allen als hoofdonderwerp naar voren in *USA Today*. Een portret van militair/burger komt in deze krant juist relatief weinig voor. De *Telegraaf* besteedt in de foto's weinig aandacht aan het onderwerp Afghaanse bevolking/leven. In beide kranten gaan relatief weinig foto's over humanitair optreden, (wapen)uitrusting en islamitisch extremisme.

In de fototekst wordt in de *Telegraaf* veel aandacht geschonken aan de onderwerpen thuisfront & recreatie, politiek en militair/politioneel optreden. Ook in *USA Today* gaat veel aandacht uit naar de onderwerpen militair/politioneel optreden en politiek, maar minder naar het onderwerp thuisfront & recreatie (een achtste). Binnen de *Telegraaf* heeft de fototekst bij het onderwerp militair/politioneel optreden in een derde van de foto's een negatieve teneur, 40% is neutraal en bijna een kwart van de fototekst is positief. In de *USA Today* is de helft van de fototekst negatief, ruim 40% is neutraal en een klein percentage van 7% heeft een positieve teneur. Het onderwerp (wapen)uitrusting komt in de *USA Today* verder relatief vaak voor. Opvallend is dat in de *Telegraaf* nauwelijks aandacht uitgaat naar het onderwerp Afghaanse bevolking/leven. In de *USA Today* ligt dit percentage op ongeveer een tiende van de foto's. In de fototekst wordt in beide kranten relatief weinig aandacht besteed aan de categorieën humanitair optreden en islamitisch extremisme.

Op het merendeel van de foto's in de *Telegraaf* en *USA Today* is geen slachtoffer zichtbaar. Wanneer er slachtoffers te zien zijn, dan zijn dit in de *Telegraaf* voornamelijk buitenlandse militairen en een heel klein deel Afghaanse burgers. In *USA Today* zijn alleen buitenlandse militairen als slachtoffer te zien. In de *Telegraaf* wordt in de fototekst in bijna de helft van de foto's gesproken over slachtoffers. Het merendeel hiervan is de slachtoffergroep buitenlandse militairen. In mindere mate wordt gesproken over

Afghaanse burgers en buitenlandse burgers/ hulpverleners als slachtoffer. In de *USA Today* wordt in een vijfde van de fototekst over slachtoffers gesproken. Hiervan wordt het meest gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. In ene heel klein deel van de fototekst in de *USA Today* worden Afghaanse militairen en Afghaanse burgers als slachtoffer benoemd.

#### 6.4 Vergelijking NRC Handelsblad en New York Times

In het jaar 2008 zijn over de oorlog in Afghanistan 80 foto's in *NRC* en 219 foto's in de *NYT* verschenen. Het merendeel van de foto's in beide kranten behoort tot een artikel. Het camerastandpunt van de foto's in *NRC* en de *NYT* is vooral op ooghoogte. Relatief ongeveer even veel foto's hebben een hoog camerastandpunt, terwijl een laag camerastandpunt binnen de *NYT* (ruim een tiende) vaker wordt gebruikt dan in *NRC* (maar 3%).

In *NRC* zijn de meeste foto's over Afghanistan verschenen in de maand maart. In deze maand zijn er twee reportages verschenen in de weekendbijlage van *NRC*. In de *NYT* zijn de meeste foto's verschenen in de maanden januari en oktober. In januari is een grote reportage met bijbehorende foto's gepubliceerd, vandaar het hoge percentage aan foto's. Voor oktober is geen duidelijke verklaring te geven. De minste foto's in *NRC* zijn geplaatst in de maanden mei en augustus. Bij de *NYT* zijn dit achtereenvolgens de maanden mei, maart en april. Hiervoor is geen duidelijke verklaring te vinden. Hoogstwaarschijnlijk zijn er in deze maanden minder opmerkelijke dingen gebeurd dan in de andere maanden of lag de nadruk in die maanden op andere onderwerpen.

Een groot aantal van de foto's in beide kranten is afkomstig van persbureaus. Het gaat hierbij om ongeveer de helft van het totaal aantal foto's. Hierbij maakt *NRC* vaak gebruik van Reuters en AFP/Getty Images, terwijl bij de *NYT* veel gebruik wordt gemaakt van AP en AFP/Getty Images. Beide kranten hanteren een gevarieerde en internationale selectie aan persbureaus. Daarnaast gebruiken beide kranten relatief vaak eigen fotografen, waarbij het aandeel binnen de *NYT* (40%) aanzienlijk hoger ligt dan binnen *NRC* (een vijfde). Verder is een klein deel van de foto's uit *NRC* afkomstig van Defensie, terwijl deze bron niet wordt gebruikt binnen de *NYT*. Bijna een kwart van de foto's in *NRC* behoort tot de categorie overig/freelancer, terwijl dit percentage in de *NYT* vrij laag is. Een heel klein percentage van de foto's in *NRC* en de *NYT* heeft een onbekende bron.

In *NRC* zijn de meeste foto's over de oorlog in Afghanistan verschenen in de sectie binnenland. In de *NYT* blijken juist relatief erg weinig foto's in deze sectie te zijn verschenen. In de *NYT* zijn erg veel foto's geplaatst in de sectie buitenland (ruim tweederde), terwijl dit percentage in *NRC* iets lager is (ruim een kwart). *NRC* is dus zowel nationaal als internationaal breed georiënteerd, terwijl dit in de *NYT* vooral een internationale focus is. In de sectie buitenland komt in beide kranten het onderwerp militair/politioneel optreden veel voor (in ongeveer een kwart van de foto's). Binnen *NRC* ligt verder een nadruk op politiek en Afghaanse bevolking/leven. In de *NYT* zijn dit de onderwerpen islamitisch extremisme en Afghaanse bevolking/leven. Wat betreft teneur in de buitenlandsectie is in *NRC* het merendeel van de foto's neutraal, terwijl een kwart een negatieve teneur heeft. De *NYT* toont in de sectie buitenland vooral foto's met een neutrale teneur, terwijl ook foto's met een negatieve teneur relatief veel voorkomen (in een derde van de foto's). Een positieve teneur komt heel weinig voor binnen deze sectie. Beide kranten hebben verder een redelijk aantal foto's gepubliceerd in de sectie weekendbijlage/special, terwijl ook op de voorpagina meermalen foto's zijn verschenen. Maar weinig foto's zijn in beide kranten op de opiniepagina verschenen. De teneur van de foto's in *NRC* is voornamelijk neutraal (80%). In de *NYT* is ruim tweederde van de foto's neutraal. In de *NYT* hebben meer foto's een negatieve teneur dan in *NRC* (eenderde tegenover ongeveer

18%). Een positieve teneur komt in beide kranten heel weinig voor. De teneur van de *tekst* in *NRC* is in bijna de helft van de geanalyseerde foto's neutraal, terwijl dit in de *NYT* maar ongeveer een derde is. In de *NYT* hebben heel veel fototeksten een negatieve teneur (bijna 60%). Dit geldt ook voor *NRC*, zij het met een iets lager percentage (ongeveer 43%). In beide kranten hebben ongeveer een tiende van de fototeksten een positieve teneur. In *NRC* heeft ruim een derde van de foto's een veranderde teneur, terwijl dit in de *NYT* ruim 43% is. Binnen *NRC* is meer dan een kwart van de foto's negatiever geworden en iets minder dan een tiende positiever. In de *NYT* is een derde negatiever geworden en een tiende positiever.

De meeste *foto's* in zowel *NRC* als *NYT* hebben als onderwerp militair/politioneel optreden. In *NRC* is driekwart hiervan neutraal van aard, een vijfde is negatief en maar een heel klein percentage is positief. Voor de *NYT* geldt dat tweederde van de foto's neutraal is en ongeveer een derde negatief. Ook hier geldt dat er maar heel weinig foto's positief zijn. Verder besteden beide kranten redelijk wat aandacht aan het onderwerp Afghaanse bevolking/ leven. In *NRC* komt de categorie portret van militair/burger relatief redelijk vaak voor. Dit percentage ligt in de *NYT* een stukje lager. Beide kranten besteden minder of geen aandacht aan de onderwerpen politiek, islamitisch extremisme, thuisfront & recreatie, (wapen)uitrusting en humanitair optreden.

In de *fototekst* van *NRC* wordt veel aandacht geschonken aan de onderwerpen politiek en militair/politioneel optreden. In de *NYT* komt naast deze twee onderwerpen ook nog de categorie islamitisch extremisme vaak voor. Opvallend qua teneur binnen de categorie politiek is dat *NRC* helemaal geen positieve fototeksten bevat. Ruim 80% is neutraal en de overige fototeksten zijn negatief. In de *NYT* geldt ook dat het merendeel van de fototeksten binnen het onderwerp politiek neutraal van aard zijn. Een kwart van de fototeksten is negatief, terwijl een klein percentage positief is. In *NRC* wordt verder redelijk wat aandacht gegeven aan de categorie humanitair optreden, terwijl dit in de *NYT* heel weinig voorkomt. Er wordt zowel in *NRC* als de *NYT* relatief weinig aandacht besteed aan de onderwerpen thuisfront & recreatie en Afghaanse bevolking/ leven. In *NRC* komt het onderwerp (wapen)uitrusting helemaal niet voor, terwijl dit in de *NYT* wel gebeurd is (zij het met een laag percentage).

In *NRC* en de *NYT* zijn op het merendeel van de *foto's* geen slachtoffers te zien. Van de getoonde slachtoffers is het grootste gedeelte in *NRC* de slachtoffergroep buitenlandse militairen, terwijl een heel klein percentage van de foto's Afghaanse burgers als slachtoffer weergeeft. In de *NYT* zijn voornamelijk Afghaanse burgers als slachtoffergroep zichtbaar en een wat kleiner percentage toont buitenlandse militairen als slachtoffer. Afghaanse militairen en de slachtoffergroep Afghaanse militairen en Afghaanse burgers zijn allebei in een heel klein deel van de foto's zichtbaar. In de *fototekst* van *NRC* wordt in bijna een kwart van de geanalyseerde foto's over slachtoffers bericht. In de *NYT* ligt dit percentage op bijna de helft. In *NRC* wordt in het grootste deel van de fototekst gesproken over de slachtoffergroep buitenlandse militairen. Aan de slachtoffers Afghaanse militairen en Afghaanse burgers wordt in deze krant minder aandacht besteed. In de *NYT* wordt voornamelijk gesproken over de slachtoffergroepen Afghaanse burgers. Hierna volgt de slachtoffergroep buitenlandse militairen. De slachtoffergroepen buitenlandse burgers/hulpverleners, Talibanstrijders/rebellen, Afghaanse militairen, Afghaanse burgers en buitenlandse burgers/hulpverleners, Afghaanse militairen en Afghaanse burgers, buitenlandse militairen en Afghaanse burgers, en Talibanstrijders/rebellen en Afghaanse burgers komen allen weliswaar voor, zij het met een laag percentage. Vanuit deze cijfers kan worden afgeleid dat de *NYT* zich erg richt op de slachtoffers van de oorlog, terwijl *NRC* dit in veel mindere mate doet.

## 7. CONCLUSIE & DISCUSSIE

---

Dit kwantitatieve onderzoek moet antwoord geven op de vraagstelling 'Op welke wijze wordt de oorlog in Afghanistan in beeld gebracht in Nederlandse en Amerikaanse kwaliteits- en populaire kranten in het jaar 2008 en in hoeverre zijn er verschillen waar te nemen?' Met behulp van de kwantitatieve fotoanalyse en comparatieve fotoanalyse zijn een aantal interessante waarnemingen gedaan.

### *Telegraaf*

In de *Telegraaf* zijn – in tegenstelling tot de *USA Today* en NRC Handelsblad – veel foto's verschenen, namelijk 130 in totaal. De *Telegraaf* voegt in haar berichtgeving over Afghanistan dus regelmatig foto's toe. Het 'populaire' karakter van de *Telegraaf* is terug te zien in de fotoberichtgeving. De krant blijkt in de fotoberichtgeving veel aandacht te besteden aan gesneuvelde Nederlandse militairen. Dit gebeurt veelal met portretfoto's, foto's van begrafenissen en condoleances en militaire herdenkingsceremonies. Hierbij valt op dat de *Telegraaf* sterk het 'onze jongens' gevoel aanhoudt. De tendens van de berichten ligt juist vaak op trots. De betrokkenheid van de krant is erg groot. In de maanden dat slachtoffers zijn gevallen, is dan ook een groot aantal foto's verschenen. Daarnaast zijn veel foto's van de 'gezelligheid' op het kamp gepubliceerd tijdens bijvoorbeeld feestdagen.

Veruit de meeste foto's zijn verschenen in de sectie binnenland. Ook op de voorpagina zijn regelmatig foto's verschenen. Het is opvallend dat in de sectie buitenland maar weinig foto's zijn gepubliceerd. Hieruit blijkt dan ook wel dat de *Telegraaf* erg nationaal georiënteerd is wat betreft het onderwerp 'oorlog in Afghanistan'. Dit is onder meer terug te zien in de onderwerpen van de foto's en teksten. De meest voorkomende categorieën zijn portret van militair/burger, thuisfront & recreatie, (voornamelijk binnenlandse) politiek en militair/politioneel optreden. Zowel het onderwerp portret van militair/burger als het onderwerp militair/politioneel optreden heeft veelal te maken met de dood van Nederlandse militairen. Zoals eerder aangegeven, besteedt de *Telegraaf* in haar (foto)berichtgeving veel aandacht aan gesneuvelde militairen. De foto's die hierover verschijnen zijn vaak portretfoto's van de militairen en het militair ceremonieel naar aanleiding van de dood van militairen. Bij thuisfront & recreatie zijn er foto's van zeer uiteenlopende gebeurtenissen verschenen; van positief (feestdagen, bezoeken van 'prominenten' en zelfs een huwelijksaanzoek) tot negatief (condoleances en begrafenissen). Opmerkelijk is dat de krant erg weinig aandacht besteedt aan de onderwerpen Afghaanse leven/bevolking, humanitair optreden en islamitisch extremisme. Vooral islamitisch extremisme is een veelvoorkomend issue in Afghanistan waar de *Telegraaf* meer over zou kunnen berichten.

Opvallend bij het brongebruik in de *Telegraaf* is dat er veel gebruik wordt gemaakt van defensiefoto's. Dit zou voor een vertroebeld beeld kunnen zorgen, omdat Defensie de opinie over de uitzending van militairen naar Afghanistan positief wil beïnvloeden. Daarnaast vermeldt de krant bij een kwart van de foto's geen bron; dit is erg inconsequent. Verder heeft de *Telegraaf* gebruik gemaakt van eigen fotografen; dit komt voor in ongeveer een zevende van het totaal aantal foto's. De *Telegraaf* heeft voor een kwart van de foto's gebruik gemaakt van persbureaus, waarbij vooral het ANP vaak is gebruikt. Dit komt waarschijnlijk omdat er veel foto's van het thuisfront zijn geplaatst. Er is daarnaast vaak gebruik gemaakt van freelancers.

De teneur van de foto's in de *Telegraaf* is voornamelijk neutraal. Wanneer de tekst er echter bij wordt gehaald, is het grootste deel negatief. Dit komt voor uit het grote aantal portretfoto's waarbij de tekst ingaat op gewonde of gesneuvelde militairen.

Slachtoffers komen in de foto's nauwelijks voor, maar in de tekst wordt er wel veel over gesproken. Deze berichtgeving is echter erg eenzijdig; het gaat hierbij hoofdzakelijk om buitenlandse militairen. De *Telegraaf* richt zich nauwelijks op andere slachtoffergroepen dan de eigen militairen.

#### *NRC Handelsblad*

In NRC Handelsblad zijn 80 foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan. In tegenstelling tot de *Telegraaf* en de *New York Times* wat weinig qua hoeveelheid, maar zeker niet minder wat betreft kwaliteit. NRC Handelsblad publiceert bijna alleen maar grote foto's, dus daarom is het niet verwonderlijk dat het aantal wat lager ligt dan de andere twee kranten.

NRC Handelsblad maakt haar naam als kwaliteitskrant zeker waar. De krant neemt in tegenstelling tot de *Telegraaf* een nogal afstandelijke houding aan ten opzichte van de oorlog in Afghanistan; NRC Handelsblad blijft in haar berichtgeving erg objectief. In de maanden waarin noemenswaardige nationale of internationale gebeurtenissen hebben plaatsgevonden, heeft NRC Handelsblad hierover bericht. In de krant zijn hiernaast echter ook veel reportages en achtergrondartikelen verschenen. Als bron wordt vaak gebruik gemaakt van persbureaus, waarbij deze zeer gevarieerd en internationaal van karakter zijn. NRC Handelsblad heeft geen beroep gedaan op een nationaal persbureau. Daarnaast worden in veel gevallen eigen fotografen en freelancers ingezet. Foto's van Defensie worden in verhouding erg weinig gehanteerd. Hieruit blijkt onder meer ook de kwaliteit van de krant; veelvuldig gebruik van persbureaus, eigen fotografen en freelancers en minimaal gebruik van defensiefoto's. De meeste foto's zijn verschenen in de secties binnenland en buitenland. De krant is dus geïntereerd op zowel nationaal als internationaal nieuws. Hierbij is de toon van de berichten zeer serieus. Opvallend is dat er maar weinig foto's zijn verschenen op de voorpagina. Blijkbaar wordt niet alle nieuws over de oorlog in Afghanistan zo belangrijk geacht dat dit een plek op de voorpagina verdient.

De onderwerpen die in veel foto's naar voren kwamen zijn militair/politioneel optreden, portret van militair/burger en Afghaanse bevolking/leven. Bij laatstgenoemde heeft de foto vaak een negatieve teneur; de Afghaanse bevolking wordt in NRC Handelsblad meermalen afgeschilderd als het weerloze slachtoffer van de oorlog. Islamitisch extremisme is maar weinig als onderwerp van de foto's zichtbaar, terwijl (wapen)uitrusting helemaal niet voorkomt. In de tekst van de foto's wordt veel gesproken over politiek en militair/politioneel optreden. De nadruk op politiek nieuws zou verklaard kunnen worden vanuit het kwaliteitskarakter van de krant. Wanneer er over militair/politioneel optreden wordt gesproken, dan is de teneur in veel gevallen negatief. Dit is voornamelijk te verklaren vanuit de ceremonies en condoleances rondom de dood van Nederlandse militairen. In de tekst wordt minder aandacht besteed aan humanitair optreden en islamitisch extremisme. Ook thuisfront & recreatie en Afghaanse bevolking/leven komt heel weinig voor als onderwerp. Het onderwerp (wapen)uitrusting komt helemaal niet voor.

De teneur van de foto's in NRC Handelsblad is voornamelijk neutraal. Wanneer de tekst er echter naast wordt gehouden, dan is er een verandering zichtbaar. Ongeveer de helft van de foto's is dan van een neutrale teneur naar een negatieve teneur veranderd.

Foto's met slachtoffers komen in NRC Handelsblad niet vaak voor. Wanneer dit gebeurt, dan ligt de nadruk op buitenlandse militairen als slachtoffergroep. In veel mindere mate zijn Afghaanse burgers te zien als slachtoffer. Deze waarnemingen gelden overigens ook voor de slachtoffers die worden benoemd in de



*fototekst*. De focus ligt hier wederom op buitenlandse militairen en in veel mindere mate op Afghaanse militairen en Afghaanse burgers. In dit opzicht schiet NRC Handelsblad wel iets tekort; juist een kwaliteitskrant zou zich moeten richten op de verschillende slachtoffergroepen en een helder beeld moeten scheppen van de gevolgen van de oorlog.

### *USA Today*

In de *USA Today* zijn – in tegenstelling tot de andere kranten – erg weinig foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan, namelijk 48 in totaal. Het populaire karakter van de krant komt in meerdere opzichten naar voren. De fotoberichtgeving blijkt in allebei de Amerikaanse kranten vrij afstandelijk te zijn. In de *USA Today* is het opvallend dat de krant ingaat op onderwerpen die in de andere kranten niet of nauwelijks worden behandeld. Zo is er ruim aandacht besteed aan het onderwerp (wapen)uitrusting en ook het onderwerp Afghaanse bevolking/leven komt vaak voor.

De meeste foto's zijn verschenen in de secties binnenland en buitenland. Hieruit komt de focus op zowel nationaal als internationaal nieuws naar voren. Nationaal gezien wordt er vooral bericht over (binnenlandse) politiek, terwijl op internationaal niveau meer wordt gekeken naar het militair/politioneel optreden. Ook op de voorpagina zijn regelmatig foto's verschenen. Hier komt militair/politioneel optreden vaak voor als onderwerp.

Kijkend naar de bron van de foto blijkt dat *USA Today* vaak gebruik maakt van persbureaus. In meer dan de helft van de foto's is dit het geval. Ook worden regelmatig foto's van eigen fotografen gebruikt. Opvallend is dat deze fotografen voornamelijk de Afghaanse bevolking/leven hebben gefotografeerd. Verder is een redelijk groot deel van de foto's afkomstig van Defensie. Ook bij de *Telegraaf* blijkt dit het geval. Gesteld kan worden dat de kwaliteitskranten minder gebruik maken van defensiefoto's om de objectiviteit te bewaren.

Veruit de meest voorkomende onderwerpen binnen zowel de foto's als de tekst in *USA Today* zijn militair/politioneel optreden en Afghaanse bevolking/leven. Laatstgenoemde komt veel voor in reportages waarbij de foto's zoals eerder aangegeven afkomstig zijn van eigen fotografen van de *USA Today*. Daarnaast toont de krant relatief veel foto's van gevechtshandelingen, vandaar dat het onderwerp militair/politioneel optreden veelvoorkomend is. Islamitisch extremisme is juist heel weinig als onderwerp aan de orde geweest. Net als bij de *Telegraaf* is dit opvallend, omdat dit onderwerp – helaas – juist veel voorkomt in Afghanistan. Het is dan ook een gemis binnen de fotoberichtgeving over de oorlog in Afghanistan in de *USA Today*.

De teneur van de foto's in de *USA Today* blijkt vooral neutraal te zijn. Maar een klein deel is positief en een nog kleiner deel negatief. Wanneer er ook naar de tekst wordt gekeken, dan blijkt deze teneur enorm te veranderen; de foto's zijn in veel meer gevallen negatief en ook een positieve teneur komt iets vaker voor.

*USA Today* heeft weinig aandacht besteed aan de slachtoffers van de oorlog. Op maar 4% van de foto's zijn slachtoffers zichtbaar en dit blijken alleen buitenlandse militairen te zijn. In de fototekst wordt iets meer gesproken over slachtoffers; in een vijfde van de fototeksten is dit het geval. Hiervan is het merendeel de slachtoffergroep buitenlandse militairen en in veel mindere mate Afghaanse militairen en Afghaanse burgers.

*New York Times*

Kijkend naar de fotoberichtgeving in de *New York Times*, kan deze krant met recht een kwaliteitskrant worden genoemd. In de *New York Times* zijn de meeste foto's verschenen over de oorlog in Afghanistan, namelijk een totaal van 219 foto's. Er zijn in de krant meerdere grote reportages verschenen. Wat betreft periode zijn er geen enorme uitschieters in het aantal foto's geweest. Alleen op momenten dat er reportages waren geplaatst, lag de kwantiteit doorgaans wat hoger. Erg interessant is de aandacht die de *New York Times* besteed aan veteranen en de gevolgen van de oorlog voor hen. Doorgaans is deze berichtgeving vrij negatief.

Bijna de helft van de foto's is afkomstig van persbureaus. Er wordt hierbij een grote diversiteit gehanteerd. Verder zijn er enorm veel foto's afkomstig van eigen fotografen; ruim 40%. De combinatie van persbureaus en eigen fotografen als bron bevestigt het beeld van kwaliteitskrant. Overig/freelancers komt een stuk minder voor, terwijl Defensie helemaal niet gebruikt is als bron. Een onbekende bron is in verhouding maar heel weinig voorgekomen.

De meeste foto's zijn verschenen in de sectie buitenland. Dit geeft het internationale karakter van de krant weer. De focus van de *New York Times* ligt in tegenstelling tot *USA Today* veel minder op het nationale vlak. Daarom zijn er in de sectie binnenland dan ook relatief weinig foto's gepubliceerd. Er wordt meer op globaal niveau gekeken naar de gebeurtenissen. Desalniettemin gaat de *New York Times* in een aantal persoonlijke artikelen in op het onderwerp thuisfront, wat juist weer nationaal gericht is. Het is opvallend dat in de sectie buitenland een groot percentage van de foto's een negatieve teneur heeft. Dit komt voort uit foto's waarin gevechtshandelingen en militaire ceremonies te zien zijn. Er zijn verder ook veel foto's verschenen in de weekendbijlage/special. Dit zijn voornamelijk reportages en achtergrondartikelen geweest. Op de voorpagina is een tiende van het totaal aantal foto's gepubliceerd.

Het onderwerp van de foto's op deze pagina is veelal militair/politioneel optreden. Ook Afghaanse bevolking/leven en islamitisch extremisme komen vaak voor. Laatstgenoemde is vrij opvallend, aangezien er in de andere kranten enorm weinig aandacht wordt besteed aan dit onderwerp. Er kan gesteld worden dat de *New York Times* een grote nadruk legt op de gevolgen van de oorlog, omdat de onderwerpen Afghaanse bevolking/leven en islamitisch extremisme veel voorkomen. In de fototekst ligt de nadruk op de onderwerpen islamitisch extremisme, politiek en militair/politioneel optreden. Laatstgenoemde gaat voornamelijk over gevechtshandelingen en het ceremonieel rond gesneuvelde militairen. Zowel in de foto als in de tekst komen de onderwerpen (wapen)uitrusting en humanitair optreden erg weinig voor. Het relatief weinig voorkomen van berichten over humanitair optreden in de *New York Times* is vrij opvallend. Een dergelijke krant zou zich namelijk op alle facetten van de oorlog moeten richten, waar humanitair optreden ook onder valt.

De teneur van de foto's in de *New York Times* is in tweederde van de gevallen neutraal. Ook een negatieve teneur komt regelmatig voor in de foto's. Wanneer er naar de foto's inclusief tekst wordt gekeken, dan blijkt de positieve teneur iets meer voor te komen. Maar hier is vooral opvallend dat een groot deel van de foto's van een neutrale teneur naar een negatieve teneur zijn veranderd.

In een relatief redelijk aantal foto's zijn slachtoffers zichtbaar. Hierbij gaat het voornamelijk om Afghaanse burgers en in iets mindere mate om buitenlandse militairen. Ook Afghaanse militairen en Afghaanse militairen/Afghaanse burgers komen als slachtoffer voor, zij het maar erg weinig. In de fototekst komen wederom de slachtoffergroepen Afghaanse burgers en buitenlandse militairen het meest voor. Er wordt daarnaast over veel verschillende slachtoffergroepen gesproken, maar dit percentage ligt relatief

laag. De *New York Times* is wat betreft het benoemen van slachtoffers veel diverser dan de overige kranten. Niet alleen buitenlandse militairen, maar ook andere slachtoffergroepen worden benoemd.

Er is één waarneming die voor alle kranten geldt: De teneur van de foto verandert in veel gevallen nadat de fototekst erbij wordt gehaald. Er kan hierbij dan ook gesteld worden dat alléén een foto niet de gehele lading van een artikel dekt. Het gezegde 'een foto zegt meer dan duizend woorden' gaat in dit onderzoek dan ook niet echt op.

### **Discussie**

Er moet voor ogen worden gehouden dat dit onderzoek met een zeer specifiek ingedeeld codeerschema heeft plaatsgevonden. Het codeerschema is opgesteld aan de hand van externe bronnen, waarbij ik enige kleine aanvullingen heb gemaakt. Afwijkingen binnen dit codeerschema kunnen dan ook tot andere waarnemingen leiden. Een consequent gebruik van de analysecriteria is binnen een onderzoek als deze dan ook van zeer groot belang.

Dit onderzoek heeft plaatsgevonden op kwantitatief niveau. Vanwege de toevoeging van een comparatieve fotoanalyse, heb ik er bewust voor gekozen niet op kwalitatief niveau te analyseren. Dit zou mijn onderzoek te veelomvattend hebben gemaakt. Een vervolgonderzoek zou dan ook gebaseerd kunnen zijn op dit onderzoek, waarbij een uitbreiding plaatsvindt op het gebied van kwalitatieve analyse. Het is namelijk erg interessant om de eigenschappen van foto's nader te bekijken en te beschrijven. Deze waarnemingen kunnen een waardevolle toevoeging zijn op het kwantitatieve deel.

Zoals eerder aangegeven, is dit onderzoek een uiteenzetting van kwantitatieve en comparatieve gegevens. Waar mogelijk heb ik getracht opvallende uitkomsten te verklaren. Een interessante uitbreiding op dit onderzoek is het houden van interviews met fotoredacteuren van de desbetreffende kranten. Dit heeft gezien het internationale karakter van de onderzoekseenheden wellicht wat voeten in de aarde, maar het zou hoogstwaarschijnlijk een nóg duidelijker beeld kunnen scheppen over de uitkomsten.

## LITERATUURLIJST

---

### Boeken

- Baarda, F. (1989) *Het oog van de oorlog. Fotografen aan het front*. Den Haag/Amsterdam: SDU uitgevers/Uitgeverij Focus.
- Bakker, P. (2007) *Communicatiekaart van Nederland*. Amsterdam: Kluwer.
- Barthes, R. (2005) *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Londen: Vintage.
- Everts, P. (2008). *De Nederlanders en de wereld: publieke opinies na de Koude Oorlog*. Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Evans, H. (1997) *Pictures on a page. Photo-journalism, graphics and picture editing*. Londen: Pimlico.
- Goldberg, V. (1991) *The power of photography. How photographs changed our lives*. New York: Abbeville Press.
- Goor, van de, F. (1999) *De vergeten fotograaf. Opstellen over de theorie van de fotografie*. Leende: Uitgeverij Damon.
- Hayden, P, T. Lansford & R.P. Watson (2003) *America's war on terror*. Aldershot, Verenigd Koninkrijk: Ashgate Publishing.
- Hoekstra, E.G. & M.H. Ipenburg (2008) *Handboek Christelijk Nederland*. Kampen: Uitgeverij Kok.
- Iyengar, S. & D.R. Kinder (1987) *News that Matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Karskens, A. (2001) *Pleisters op de ogen, pleister op de mond. De geschiedenis van de Nederlandse oorlogsverslaggeving van Heiligerlee tot Kosovo*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Keegan, J. & P. Knightly. (2004) *Geschoten oorlog in beeld. Verslagen en foto's van het front*. Vianen: The House of Books.
- Kester, B., H. Roozenbeek & O. Groot (2000) *Focus op Korea. De rol van de Nederlandse pers in de beeldvorming over de Korea-oorlog 1950-1953*. Den Haag: SDU Uitgevers.
- Kok, R., H. Selier & E. Somers (1993) *Fotografie in bezettingstijd*. Zwolle: Uitgeverij Waanders
- Laarhoven, J. van (1993) *De beeldtaal van de christelijke kunst*. Nijmegen: Uitgeverij SUN, 2<sup>e</sup> druk
- Maslowski, P. (1998) *Armed with Cameras: American Military Photographers of World War II*. New York: Free Press.
- Mueller, J.E. (1973) *War, presidents and public opinion*. New York: John Wiley.
- Newton, J. (2001) *The burden of visual truth: the role of photojournalism in mediating reality*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pasterkamp, R. (2007) *Uruzgan. Militair, mens, missie*. Kampen: Uitgeverij Kok.
- Perlmutter, D. (1998) *Photojournalism and foreign policy: Icons of outrage in international crises. VS: Praeger*.
- Rouck, M. de (2000) *Journalistiek tijdens gewapende conflicten, een verloren strijd?* Antwerpen: Universiteit van Antwerpen.
- Scholtens, G. (2007) *Taskforce Uruzgan; Op zoek naar het recht*. Soesterberg: Uitgeverij Aspekt.
- Sontag, S. (2005) *Kijken naar de pijn van anderen*. Zwolle: De Boekentuin.
- Sontag, S. (2001) *Where the stress falls*. New York: Farrar, Strauss & Giroux.
- Sontag, S. (1979) *On photography*. Londen: Penguin books.
- Tumber, H. & J. Palmer (2004) *Media at War – The Iraq Crisis*. Londen: Sage Publications

- Wijngaert, M. van den & H. de Prins (2005) *Oost tegen West, Noord tegen Zuid: de wereldgeschiedenis vanaf 1950*. Apeldoorn: Garant, 4<sup>e</sup> druk.
- Zalinge, E. van (2007). *Thuisfront Uruzgan; ervaringen rondom de uitzending naar Afghanistan*. Utrecht: Inmerc.

### Bijdragen en essays/scripties

- Benjamin, W (1985) *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*. (Nijmegen: SUN, 1985)
- Beunders, H. 'Oorlogsfotografie: De duistere betekenis van beelden', in E.O.G. Haitsma Mulier, L.H. Maas en J. Vogel (red.) (2000) *Het beeld in de spiegel – historiografische verkenningen, Liber Amicorum voor Piet Blaas*. Hilversum: Uitgeverij Verloren. 19-38.
- Damisch, H. 'Five notes for a phenomenology of the photographic image', in L. Wells (red.) (2003) *The Photography reader*. London: Routledge. 87-89.
- Griffin, M. 'The great war photographs: constructing myths of history and photojournalism', in B. Brennen & H. Hardt (1999) *Picturing the past: media, history and photography*. VS: University of Illinois. 131.
- Hallin, D.C. & P. Mancini (2004) *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*, in J. Curran & M. Gurevitch. (eds.). *Mass Media and Society*. Londen: Hodder Arnold, 4<sup>e</sup> druk.
- Kester, B. 'Onder vuur. Het ontstaan van de Nederlandse fotojournalistiek', in J. Bardoel, C. Vos, F. van Vree & H. Wijfjes (red.) (2002) *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: University press. 236-263.
- Kleibeuker, E. (2008) *Get impressed: Een onderzoek naar de World Press Photos of the Year 1955-2007*. Faculteit der Historische- en Kunstwetenschappen, Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Kleppe, M. (2004) *Tot Icoon Verheven; Een onderzoek naar de verheffing van maatschappelijke gebeurtenissen tot fotografische iconen van de recente Nederlandse geschiedenis*. Faculteit der Historische- en Kunstwetenschappen, Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Lister, M. 'Photography in the age of electronic imaging', in L. Wells (red.) (2004) *Photography: a critical introduction*. Londen: Routledge, 3<sup>e</sup> druk. 295-336.
- Natharius, D. (2004) *The More We Know, the More We See: The Role of Visuality in Media Literacy*. *American Behavioral Scientist* (48): 238-247.
- Peeters, A. (2008) *Capturing reality?! Internationaal Terrorisme in het Nieuws*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam
- Price, D & L. Wells 'Thinking about photograph: debates, historically and now', in L. Wells (red.) (2004) *Photography: a critical introduction*. Londen: Routledge, 3<sup>e</sup> druk. 9-64.
- Price, D. 'Surveyors and surveyed: photography out & about', in L. Wells (red.) (2004) *Photography: a critical introduction, third edition*. Londen: Routledge. 65-112.
- Scheffer, H. J. (1976) 'Henry Tindal. Een ongewoon heer met ongewone besognes', in: R. Kroon (2005) *Moslims in de media: verandering in beeldvorming*. Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Sexton, K. 'Photojournalism', in W.D. Sloan & L.M. Parcell (2002) *American Journalism*. Jefferson, VS: McFarland.
- Sontag, S. (2003) *Kijken naar de pijn van anderen*. Amsterdam: Uitgeverij De Bezige Bij.
- Sontag, S. 9 december 2002. *Looking at war; Photography's view of devastation and death*. *The New Yorker*.

- Stokkink, I. (2007) *De beperkingen van embedded journalistiek in de praktijk*. Tilburg: Fontys Hogeschool voor Journalistiek
- Thier, J.A. 'Afghanistan', in W.J. Durch (2006) *Twenty-first-century peace operations*. Washington, VS: United States Institute of Peace.
- Wehner, P. (2004) *No place like home? Media audience research and its social imaginaries*. Postdoctoraal onderzoek. Atlanta: Emory University/Center for Myth and Ritual in American Life.

### Internet

- AFP (14 oktober 2008) *2008 Afghanistan's 'worst year': minister*.  
<http://afp.google.com/article/ALeqM5hS2PIKmnKxKJC7DaLmeWLIYlv55g>. Geraadpleegd op 2 maart 2009.
- AngusReid Global Monitor (13 april 2009) *Dutch Oppose Extending Afghan Mission*.  
[http://www.angus-reid.com/polls/view/33204/dutch\\_oppose\\_extending\\_afghan\\_mission](http://www.angus-reid.com/polls/view/33204/dutch_oppose_extending_afghan_mission)  
Geraadpleegd op 17 maart 2009.
- Cartwright, G. (2008) *Photojournalism*.  
<http://encyclopedia.jrank.org/articles/pages/1054/Photojournalism.html> Geraadpleegd op 11 mei 2009. Geraadpleegd op 23 maart 2009.
- CNN Poll (21 mei 2009) *Americans divided on Afghanistan war*.  
<http://politicalticker.blogs.cnn.com/2009/05/21/cnn-poll-americans-divided-on-afghanistan-war/>
- CNN Poll (13 april 2009) *Obama not making U.S. less safe*.  
<http://politicalticker.blogs.cnn.com/2009/04/13/cnn-poll-obama-not-making-us-less-safe/>
- CNN.com. (27 maart 2009) *Obama: Anti-terror plans focus on Pakistan, Afghanistan*.  
<http://www.cnn.com/2009/POLITICS/03/27/us.afghanistan.troops/index.html>
- CNN, *Transcript of President Bush's address*.  
<http://archives.cnn.com/2001/US/09/20/gen.bush.transcript> Geraadpleegd op 12 mei 2009.
- Dutch Defense Press (31 mei 2009) *Gerben van Es, een gedreven combat-fotograaf in de frontlinie*. [elektronisch artikel] <http://www.dutchdefencepress.com/?p=126>
- European Journalism Centre. *Media landscape The Netherlands*  
[http://www.ejc.net/index.php/media\\_landscape/article/netherlands\\_the/](http://www.ejc.net/index.php/media_landscape/article/netherlands_the/) Geraadpleegd op 7 april 2009.
- Icasualties *Operation Enduring Freedom*  
<http://icasualties.org/oef/> Geraadpleegd op 6 april 2009.
- IPS News (29 april 2009) *Afghanistan: Obama's oorlog*  
[http://ipsnews.be/index.php?id=35&no\\_cache=1&tx\\_uwnews\\_pi4%5Bart\\_id%5D=24894](http://ipsnews.be/index.php?id=35&no_cache=1&tx_uwnews_pi4%5Bart_id%5D=24894)
- Jager, de J. (14 maart 2007) *Embedded in Afghanistan*.  
[http://www.nos.nl/nosjournaal/dossiers/afghanistan/factsheet\\_embedded\\_journalistiek.html](http://www.nos.nl/nosjournaal/dossiers/afghanistan/factsheet_embedded_journalistiek.html)  
Geraadpleegd op 14 mei 2009
- Freedomhouse. *Freedom of press index*.  
<http://www.freedomhouse.org> Geraadpleegd op 7 april 2009.
- Kleppe, M. (2006) *Kan elke foto een icoon worden (gemaakt)?* [elektronisch artikel].  
<http://oldwww.fhk.eur.nl/personal/kleppe/publicaties> Geraadpleegd op 2 april 2009.

- Lavender, T. (7 oktober 2008) *'Beperkt publiek draagvlak voor Uruzgan zorgelijk'*. <http://www.nieuws.leidenuniv.nl/nieuwsarchief/beperkt-publiek-draagvlak-voor-uruzgan-zorgelijk.html> Geraadpleegd op 21 april 2009.
- Mindprod. *Politics, Napoleon*. <http://mindprod.com/politics/napoleon.html> Geraadpleegd op 3 augustus 2009.
- Ministerie van Defensie (2007) *Uruzgan*. <http://www.mindef.nl/missies/afghanistan/uruzgan/index.aspx> Geraadpleegd op 10 mei 2009.
- New York Times. *www.nyt.com*.
- *New York Times: Mediakit*. <http://www.nytimes.whsites.net/mediakit>. Geraadpleegd op 15 januari 2009.
- NOVA (23 januari 2003). [http://www.novatv.nl/index.cfm?ln=nl&fuseaction=artikelen.details&achtergrond\\_id=71](http://www.novatv.nl/index.cfm?ln=nl&fuseaction=artikelen.details&achtergrond_id=71) Geraadpleegd op 21 januari 2009.
- NRC Handelsblad (1 april 2008) *Oplage gratis en betaalde dagbladen gelijk* [elektronisch artikel] [http://www.nrc.nl/media/article1873769.ece/Oplage\\_gratis\\_en\\_betaalde\\_dagbladen\\_gelijk](http://www.nrc.nl/media/article1873769.ece/Oplage_gratis_en_betaalde_dagbladen_gelijk). Geraadpleegd op 21 januari 2009.
- Rümke, I. Datum onbekend. *Korte geschiedenis van NRC Handelsblad*. [elektronisch artikel] <http://www.nrc.nl/krant/article108852.ece>. Geraadpleegd op 28 januari 2009.
- Stalenburg, J. (6 oktober 2007) *Defensie voert propaganda-oorlog in Afghanistan* <http://www.communicatieonline.nl/opinie/bericht/defensie-voert-propaganda-oorlog-in-afghanistan> Geraadpleegd op 14 mei 2009.
- Telegraaf.nl (12 september 2002) *Eeuw geleden nam uitgever Holdert roer in handen van De Telegraaf*. <http://krant.Telegraaf.nl/krant/vandaag/teksten/bin.holdert.krant.Telegraaf.html> Geraadpleegd op 11 april 2009.
- US Senate Republican Policy Committee (1999) *The Kosovo Liberation Army: Does Clinton Policy Support Group with Terror, Drug Ties? From 'Terrorists' to 'Partners'*. <http://www.senate.gov/~rpc/releases/1999/fr033199.htm> Geraadpleegd op 9 mei 2009.
- USA Today. *www.usatoday.com*.
- USA Today (16 maart 2009) *Poll: More view Afghan war as 'mistake'*. [http://www.usatoday.com/news/world/2009-03-16-poll\\_N.htm](http://www.usatoday.com/news/world/2009-03-16-poll_N.htm) Geraadpleegd op 21 april 2009.

### Kranten en tijdschriften

- Beunders, H. 12 juli 2005. Sobere media-aanpak vermindert angst na aanslag. *NRC Handelsblad*
- Boogaard, van den R. 18 september 2006. Geweldsinstructies Afghanistan herzien. *NRC Handelsblad*.
- Cloud, D. L. (2004). To veil the threat of terror: afghan women and the 'clash of civilizations' in the imagery of the U.S. war on terrorism'. *Quarterly Journal of Speech* 90(3), 285-306.
- Fahmy, S. & D. Kim (2006) Picturing the Iraq War: Constructing the image of war in British and U.S. media. *International Communication Gazette* 70: 443-462.
- Griffin, M. (2004) Picturing America's war on terrorism in Afghanistan and Iraq: photographic motifs as news frames. *Journalism* 5: 381-402.
- Griffin, M. & J. Lee (1995) Picturing the Gulf War: Constructing an Image of War in *Time*,

Newsweek, and US News and World Report. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 72: 813-825.

- King, C. & P.M. Lester. (2005). Photographic Coverage during the Persian Gulf and Iraqi Wars in Three U.S. Newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 82(3): 623-637.
- Müller, J. 2 januari 2008. Goed nieuws is schaars, en dat blijft zo. *NRC Handelsblad*.
- Nikolaev, A.G. (2009) *Images of War: Content Analysis of the Photo Coverage of the War in Kosovo*. *Critical Sociology* 35: 105-130.
- NRC Handelsblad. Gehele jaargang 2008.
- Okrent, D. 25 juli 2004. The public editor; Is The *New York Times* a Liberal Newspaper? *New York Times*: 2.
- Perlmutter, D. & G.L. Wagner (2004) The anatomy of a photojournalistic icon: marginalization of dissent in the selection and framing of 'a Death in Genoa. *Visual Communication* 3: 91-108.
- Telegraaf. Gehele jaargang 2008.
- *Telegraaf*. 22 juli 2009. 'Afghanistan gevaarlijker'; *Uitgezonden militairen wacht zware tijd*.
- Zeide, E.J. (2005) In bed with the military: First Amendment implications of embedded journalism. *New York University Law Review* 80(4): 1309-1343.

### Rapporten

- CRS Report for Congress. 15 juli 2008. *U.S. Forces in Afghanistan*.
- CRS Report for Congress. 22 augustus 2006. *NATO in Afghanistan: A Test of the Transatlantic Alliance*.
- Monitor Steun en Draagvlak. Mei 2009. *Publieke Opinie Missie Uruzgan*. Defensie Gedragwetenschappen.  
[http://www.defensie.nl/missies/afghanistan/actueel/monitor\\_publieke\\_opinie](http://www.defensie.nl/missies/afghanistan/actueel/monitor_publieke_opinie)
- Monitor Steun en Draagvlak. Mei 2008. *Publieke Opinie Missie Uruzgan*. Defensie Gedragwetenschappen.  
[http://www.defensie.nl/missies/afghanistan/actueel/monitor\\_publieke\\_opinie](http://www.defensie.nl/missies/afghanistan/actueel/monitor_publieke_opinie)
- Monitor Steun en Draagvlak. Mei 2007. *Publieke Opinie Missie Uruzgan*. Defensie Gedragwetenschappen.  
[http://www.defensie.nl/missies/afghanistan/actueel/monitor\\_publieke\\_opinie](http://www.defensie.nl/missies/afghanistan/actueel/monitor_publieke_opinie)

### Overig

- Buitenhof [televisie-uitzending]. 23 december 2007. Interview met generaal Dick Berlijn. VPRO.
- ISAF Leaflet. April 2007. Allied Joint Force Command Headquarters Brunssum.
- NAVO Factsheet. April 2007. [http://www.nato.int/isaf/docu/epub/pdf/isaf\\_leaflet.pdf](http://www.nato.int/isaf/docu/epub/pdf/isaf_leaflet.pdf) Allied Joint Force Command Headquarters Brunssum.
- Zweers, L. (2008) *Research workshop fotojournalistiek studiehandleiding: kwalitatief & kwantitatief analysemodel van persfoto's over de Nederlandse militaire missie in Uruzgan*. Master media & journalistiek. Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen, Erasmus Universiteit Rotterdam.