

EEN VERGELIJKEND ONDERZOEK NAAR DE BEELDVORMING VAN
ARUBANEN IN NEDERLANDSE DAGBLADEN.



Jane Vermaas

272914

janevermaas@gmail.com

Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen

Master Media en Journalistiek.

Begeleidend docent: Dr. P.E.M van Dijk

Tweede lezer: Dr. M.Verboord

7 augustus 2009

Voorwoord

Tijdens mijn onderzoek heb ik van iedereen ontzettend veel steun en begrip ontvangen en bij deze wil ik allereerst mijn begeleider Nel van Dijk bedanken voor het geduld dat ze heeft gehad met mij. Ik heb namelijk talloze keren mijn onderzoeksvraag veranderd. Verder wil ik mijn ouders die elke week vanuit Aruba belden bedanken voor de steun, motivatie en harde aanpak die ik nodig had. Tevens wil ik al mijn vriendinnen bedanken voor hun steun en met name voor het begrip die ze hebben opgebracht toen feestbeest Jane maandenlang afwezig was. Mijn zus Esther en mijn vriendin Charlene Daal, hen wil ik bedanken voor de uren die we samen hebben doorgebracht, ieder aan haar eigen scriptie. Mijn vriendin en medestudent Susanne Plaisier wil ik bedanken voor haar strengheid, zij zorgde ervoor dat ik toch vroeg in de ochtend naar het computerlokaal ging om te studeren en na de lunchpauze bleef. Verder wil ik Joanita Luiten en Martijn Poll bedanken voor het nakijken van de taalvaardigheid en lay-out van mijn scriptie.

Jane Vermaas

Augustus 2009

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Inleiding	1
1.1 <i>Inleiding</i>	1
1.2 <i>Wat is de maatschappelijke relevantie van dit onderzoek?</i>	1
1.3 <i>Wat is de opbouw van het onderzoek?</i>	2
Hoofdstuk 2 Beknopte geschiedenis van Aruba	3
2.1 <i>Inleiding</i>	4
2.2 <i>Algemene informatie</i>	4
2.3 <i>Het Pre-Colombiaanse tijdperk</i>	5
2.4 <i>Het Spaanse koloniale tijdperk 1500-1636</i>	5
2.5 <i>Het Nederlandse koloniale tijdperk 1636-1862.</i>	5
2.6 <i>Belangrijke economische inkomsten door de jaren heen</i>	6
2.7 <i>Staatsrelaties</i>	7
Hoofdstuk 3 Theoretisch kader	9
3.1 <i>Inleiding</i>	9
3.2 <i>Theorieën over cultuur</i>	9
3.3 <i>Theorieën over media</i>	11
3.4 <i>Theorieën over beeldvorming</i>	14
3.5 <i>Het ontstaan van vooroordelen</i>	16
3.6 <i>De functies van vooroordelen</i>	18
3.7 <i>De productie van nieuws</i>	18
3.8 <i>Beeldvorming en etnische minderbeden</i>	21
3.9 <i>Conclusie</i>	22
Hoofdstuk 4 Onderzoeksopzet	24
4.1 <i>Onderzoeksvraag en deelvragen</i>	24
4.2 <i>Toelichting deelvragen</i>	24
4.3 <i>Onderzoekseenheden, variabelen en codeerschema</i>	26
4.3 <i>Methoden en technieken</i>	30
Hoofdstuk 5 Profielen van Dagbladen	31
5.1 <i>Inleiding</i>	31
5.2 <i>Indeling van dagbladen</i>	31
5.3 <i>Telegraaf</i>	32

5.4 <i>Volkscrant</i>	33
5.5 <i>NRC Handelsblad</i>	33
5.6 <i>Algemeen Dagblad</i>	34
Hoofdstuk 6 Onderzoeksresultaten	35
6.1 <i>Inleiding</i>	35
6.2 <i>Onderzoeksresultaten deelvraag 1</i>	35
6.3 <i>Conclusie deelvraag 1</i>	37
6.4 <i>Onderzoeksresultaten deelvraag 2</i>	38
6.5 <i>Conclusie deelvraag 2</i>	43
6.6 <i>Onderzoeksresultaten deelvraag 3</i>	43
6.7 <i>Conclusie deelvraag 3</i>	46
6.8 <i>Onderzoeksresultaten deelvraag 4</i>	47
6.9 <i>Conclusie deelvraag 4</i>	52
6.10 <i>Onderzoeksresultaten deelvraag 5</i>	53
6.11 <i>Conclusie deelvraag 5</i>	55
6.12 <i>Onderzoeksresultaten deelvraag 6</i>	55
Hoofdstuk 7 Conclusie	58
7.1 <i>Conclusie</i>	58
7.2 <i>Onderzoekproblemen</i>	59
7.3 <i>Aanbevelingen voor verder onderzoek</i>	59
Hoofdstuk 8 Literatuurlijst	61
8.1 <i>Literatuur</i>	61
8.2 <i>Onlinebronnen</i>	62
Bijlagen	64
<i>Bijlage 1</i>	64
<i>Bijlage 2</i>	65
<i>Bijlage 4</i>	66
<i>Bijlage 5</i>	67
<i>Bijlage 6</i>	67
<i>Bijlage 7</i>	68
<i>Bijlage 8</i>	68
<i>Bijlage 9</i>	69

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Inleiding

Mijn keuze voor dit onderzoek is vrij persoonlijk. Mijn docenten vertelden mij dat voor een scriptieonderwerp het beste is om iets te kiezen wat je persoonlijk interesseert en misschien zelfs raakt. Ik heb gekozen voor dit onderwerp: *Beeldvorming over Arubanen in de Nederlandse Media*. Waarom koos ik dit onderwerp? Ik ben geboren op Aruba en ik ben op mijn achttiende naar Nederland verhuisd om rechten te gaan studeren in Leiden, maar die studie mislukte vrijwel meteen. Met succes rondde ik de studie Algemene Cultuurwetenschappen af, waarna ik nu dus de aansluitende Master Media en Journalistiek volg. Hier in Nederland word ik als Arubaanse vaak in hetzelfde hokje geplaatst als Antillianen en deze bevolkingsgroep wordt naar mijn idee vaak gestereotypeerd. Meestal in negatieve zin. Opmerkingen jegens mij die gebaseerd zijn op vooroordelen die ikzelf vaak heb gehoord zijn vaak: ‘Wat spreek jij goed Nederlands’ of ‘ik dacht altijd dat je een donkere vriend had’ of ‘Je bent best blank voor een Arubaan’ of ‘Ga jij naar de universiteit?’ of ‘jij houdt zeker van reggeaton’. Soms krijg ik positievere vooroordelen te horen maar niettemin zijn het toch vooroordelen zoals: ‘Jij kan zeker goed dansen’ of ‘je kan zeker lekker koken’.

Naar aanleiding van mijn eigen ervaringen koos ik er voor om te kijken naar hoe Arubanen in de Nederlandse media worden weergegeven. In de statistieken van het CBS worden Arubanen en Antillianen samengevoegd en in de dagbladen verwacht ik dat dit doorgaans ook de norm is. In mijn onderzoek wil ik op geen enkele manier een mening geven over Arubanen en Antillianen, ik wil alleen onderzoeken wat de beeldvorming is over Arubanen in een aantal Nederlandse dagbladen.

De centrale vraagstelling van mijn onderzoek is: Hoe is de beeldvorming van Arubanen in de Nederlandse dagbladen, respectievelijk; de *Volkskrant*, het *Algemeen Dagblad*, de *Telegraaf* en het *NRC Handelsblad*. Mijn onderzoek beslaat de periode van 1 januari 2004 tot 1 januari 2008.

1.2 Wat is de maatschappelijke relevantie van dit onderzoek?

Met dit onderzoek hoop ik een bijdrage te leveren aan het algemene beeldvorming vraagstuk en vooral beeldvorming over allochtonen. Er is al vrij veel onderzoek gedaan naar beeldvorming over allochtonen en in het bijzonder de beeldvorming van moslims, (Shadid 1998, 2008) maar er is zover ik weet nog geen specifiek onderzoek gedaan naar beeldvorming over Arubanen. Met mijn onderzoek hoop ik daarin verandering te brengen.

Arubanen en Antillianen vormen een niet te onderschatten bevolkingsgroep in Nederland. Er wonen op dit moment 134.774 Arubanen en Antillianen in Nederland (www.cbs.nl) en daarbij hoort Aruba tot het Nederlandse Koninkrijk. Ik hoop dat mijn

onderzoek voor Arubanen en Antillianen woonachtig in Nederland van wezenlijk belang kan zijn voor hun sociale omgang met Nederlanders in deze multiculturele samenleving.

1.3 Wat is de opbouw van het onderzoek?

In het tweede hoofdstuk wordt kort de geschiedenis van Aruba en de Staatsrelaties van Nederland, de Nederlandse Antillen en Aruba besproken. Dit is van belang voor het algehele onderzoek omdat het de lezer een beeld geeft van de identiteit van Arubanen en het eiland Aruba. In het derde hoofdstuk komt het theoretisch kader van het onderzoek aan bod. Allereerst worden de basistheorieën over media en cultuur behandeld, daarna wordt dieper ingegaan op theorieën over beeldvorming. Hoofdstuk vier geeft de onderzoeksopzet weer. In het eerste deel worden de onderzoeksvragen gesteld. In het tweede deel wordt de gekozen onderzoekseenheid, de variabelen en het codeerschema besproken. In het derde deel worden de methoden en technieken die zijn toegepast op het onderzoek behandeld. In hoofdstuk vijf worden de profielen van de vier kranten besproken, van waaruit de onderzoekseenheden zijn gekozen. Dit zijn: het *Algemeen Dagblad*, de *Volkskrant*, de *Telegraaf* en het *NRC Handelsblad*. In dit hoofdstuk wordt weergegeven: het lezersprofiel en de politieke en maatschappelijke invalshoeken van de kranten. In hoofdstuk zes komen de onderzoeksresultaten aan bod. Elke beantwoording van een deelvraag vormt een aparte paragraaf. In hoofdstuk zeven komt de conclusie op de centrale vraagstelling aan bod. Tevens bevat hoofdstuk zeven een beschrijving van de problemen die zich hebben voorgedaan tijdens het onderzoek, alsmede aanbevelingen voor verder onderzoek. Hoofdstuk acht is een weergave van de literatuur gebruikt is voor het onderzoek, evenals de online bronnen.

Hoofdstuk 2 Beknopte geschiedenis van Aruba

*Aruba, patria apreciá
Nos cuna venerá
Chikito i simpel bo por ta,
Pero sí respetá.*

*Refrein
O Aruba dushi tera,
Nos baranca tan stimá
Nos amor pa bo t'asina grandi,
Cu n'tin nada pa kibre.*

*Bo playanan tan admirá
Cu palma tur dorna
Bo escudo i bandera ta,
Orguyo di nos tur.*

Refrein

*Grandeza di bo pueblo ta
su gran cordialidad
cu Dios por guia y conserva
su amor pa libertad!*

Gecomponeerd door Rufo Wever en Padu Lampe in 1950 en officieel aanvaard op 18 maart 1976. (Hartog, 1988)

Aruba, geliefd vaderland
Onze dierbare geboortegrond
klein en eenvoudig mag je zijn
maar niettemin geëerd

Refrein:

*O, Aruba heerlijk land
onze zo geliefde rots
onze liefde voor je is zo groot
dat niets het vernietigen kan*

Je stranden zo bewonderd
geheel getooid met palmen

je wapen en je vlag
vormen ons aller trots
Refrein
De grootheid van je volk
is zijn enorme hartelijkheid
God leide en behoude
zijn liefde voor vrijheid

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk bevat een korte samenvatting van de geschiedenis van Aruba en van de Staatsrelaties met Nederland. Ik heb het Arubaanse volkslied als begin van dit hoofdstuk gekozen om te laten zien wie de Arubanen zijn, volgens het volkslied maar ook met mijn eigen stereotypering: hartelijk, warm, gezellig, hebben een grote vrijheidsdrang en een niet te onderschatten nationale trots.

2.2 Algemene informatie

Aruba is een klein eiland, 33 km lang, en behoort tot de ABC- eilanden van de Kleine Antillen. Het ligt 31 km voor de kust van Venezuela. Het eiland wordt gekenmerkt door een bijzonder gevarieerd landschap. Het landschap is bijna woestijnachtig, ruig en rotsachtig aan de noordoostkant en is heuvelachtig in het centrum. In het zuidoosten bestaat het landschap uit kalksteenplateaus die overgaan in een breed kustterras, de zuidwestkust telt talloze baaien en de gehele westkust bestaat uit parelwitte stranden die veelal met palmbomen omzoomd zijn. Deze stranden behoren tot de mooiste ter wereld, en samen met de vriendelijke gastvrije bevolking en een bruisend uitgaansleven zorgen zij ervoor dat Aruba een van populairste vakantiebestemmingen van het Caribische gebied is (Van Reemst, 2008: 43). De Arubaanse populatie is een mix van afstammelingen van de Caiquetios indianen, Europeanen, Venezuelanen, en in mindere mate afstammelingen van Afrikaanse slaven en Sefardische joden. De officiële talen zijn Nederlands en Papiamentu, een mengeling van Spaans, Portugees, Nederlands, Engels, met Creoolse invloeden. Daarnaast spreekt praktisch elke Arubaan vloeiend Engels en Spaans. De meerderheid van de bevolking is katholiek, een klein percentage is protestant (Van Reemst, 2008: 12-13).

Het democratische systeem, de gezondheidszorg, het onderwijs en het rechts-, staats-, en juridisch systeem op Aruba zijn in grote lijnen zoals in Nederland. Aruba heeft een sterke economie met een inkomen van 18.000 dollar per hoofd van de bevolking, bijna het hoogste in het Caribische gebied, maar Nederland doneert op projectmatige basis jaarlijks 49 miljoen gulden aan ontwikkelingshulp. Het plan is echter dat in december 2009 de ontwikkelingshulp wordt stopgezet omdat deze zichzelf dan overbodig heeft gemaakt (Waltmans, 2003: 134).

2.3 Het Pre -Colombiaanse tijdperk

Voordat de Spanjaarden Aruba in 1499 ontdekten, leefden er daar de Caiquetios indianen. Het is niet helemaal duidelijk vanaf welk jaar de Caiquetios het eiland bewoonden, maar er zijn wel archeologische vondsten gedaan die kunnen aantonen dat het eiland al bewoond is vanaf 290 V.C. (Hartog, 1988:4). De Caiquetios horen bij de stam van de Arowakken, die vanaf Paraguaná, het Venezuelaans schiereiland, per korjaal naar het Caribische gebied voeren. De Caiquetios indianen waren van oorsprong nomaden en vissers, en in een later tijdperk deden ze aan kleinschalige landbouw. Ze onderhielden hechte relaties met het vasteland omdat ze dagelijks heen en weer voeren met hun kano's op zoek naar vis. Door de sterke zeestroom tussen Curaçao en Aruba was er tussen deze eilanden weinig communicatie.

De Caiquetios waren vredelievende mensen die anders dan de Cariben, een zeer bloeddorstige stam, niet van oorlog hielden. Ze geloofden dat alles in de natuur een ziel had, en aan hemellichamen en dieren werden magische krachten toegekend. Ze deden niet aan kannibalisme.

2.4 Het Spaanse koloniale tijdperk 1500-1636

In 1499 werd Aruba ontdekt door Alonso de Ojeda (Van Reemst, 2008). Toen duidelijk werd dat er op de eilanden Aruba, Bonaire en Curaçao geen belangrijke metalen gewonnen kon worden, werden de eilanden als nutteloos verklaard, *Islas Inutiles*, (Koot et al., 1984: 15) en werden de indianen afgevoerd naar Santo Domingo om als slaven in de kopermijnen te werken. Na 1527, toen de Spanjaarden de eilanden gingen koloniseren, werden enkele indianen teruggebracht naar hun oorspronkelijke land. Door de jaren heen introduceerden de Spanjaarden het christendom, veehouderij en kleinschalige landbouw op Aruba. De Caiquetios, vredelievend als ze waren, doopten zich zonder geweld om tot christenen en werkten als arbeiders voor de Spanjaarden.

2.5 Het Nederlandse koloniale tijdperk 1636-1862.

Ten tijde van de Tachtigjarige oorlog met Spanje, bezette Nederland in 1634 het eiland Curaçao, met als doel een marinebasis te hebben van waaruit ze de Spaanse vloot in de Caribische zee konden aanvallen. Het bleek ook nodig om daarbij de buureilanden Bonaire en Aruba te bezetten zodat de Spanjaarden geen aanslag konden plegen vanuit deze eilanden. Zodoende begon het Nederlandse koloniale tijdperk voor Aruba in de lente van 1636. Uit geschriften bleek dat er op dat moment 'een paar indianen en enkele Spanjaarden' op Aruba woonden (Hartog, 1988: 20).

Door het droge klimaat van het eiland was het niet geschikt om grootschalige plantages aan te leggen. Op Aruba werd vee gefokt om de manschappen op Curaçao te voorzien van vlees en paarden gefokt voor de cavalerie. De Nederlanders waren onder de indruk van het gemak waarmee de indianen met paarden konden omgaan dus werd ervoor

gekozen om indianen in dienst te nemen om voor de paarden te zorgen in plaats van Afrikaanse slaven. Zodoende werden in Aruba geen Afrikaanse slaven ingevoerd, wat wel op Bonaire en Curaçao geschiedde. Nederlanders waren ook niet nodig voor het fokken van paarden dus heeft de West Indische Compagnie het verboden voor blanke immigranten om zich te vestigen op Aruba. Naar verloop van tijd kwamen er meer indianen van het vasteland naar Aruba, omdat de wateren rond Aruba gunstiger waren voor het vissen dan de wateren bij het vasteland. Het beleid van de West Indische Compagnie maakte het voor de indianen mogelijk om een vrij leven te hebben, en zodoende zijn de indianen op Aruba erin geslaagd om tot aan 1800 een derde van de bevolking uit te maken (Hartog, 1988: 22-23).

Toen de positie van de West-Indische Compagnie verzwakte, begonnen de eerste kolonisten afkomstig van Curaçao zich te vestigen op Aruba. Dit waren vaak handelaren, kinderen van Europeanen die al op Curaçao woonden. Deze Europeanen namen hun bedienden, slaven in dit geval, mee maar het aantal negroïde immigranten op Aruba bleef verwaarloosbaar in vergelijking met de andere eilanden.

Tijdens de revoluties die plaatsvonden tijdens en na de Onafhankelijkheidsoorlog in Venezuela in 1821, kwamen grote groepen politieke vluchtelingen naar Aruba. Vaak behoorden deze vluchtelingen tot de elite groep, en zij begonnen op Aruba hun leven op te bouwen. Zij mixten zich net zoals de Europese kolonisten, met de Indiaanse bevolking (Hartog, 1988: 27-28).

2.6 Belangrijke economische inkomsten door de jaren heen

In 1834 is er op Aruba goud gevonden, en dit leidde tot het ontstaan van de eerste industrie op Aruba: *Aruba Island Gold Mining Company Ltd.* De goudsmelterij was tot en met 1916 in gebruik maar moest door de Eerste Wereldoorlog haar deuren sluiten. Dit kwam doordat de materialen die nodig waren voor het zuiveren van het goud, niet langer op de markt waren.

Andere belangrijke inkomstenbronnen voor Aruba waren de fosfaatmijnen in San Nicolas, die tussen 1879 en 1914 rond de negen miljoen gulden aan fosfaat exporteerden. De fosfaathandel ging zo goed dat Aruba in de periode 1882-1895 geen subsidie van Nederland nodig had voor het economisch welzijn van het eiland (Hartog, 1988: 43).

In 1840 is begonnen met de het massaal verbouwen van de aloë plant, die oorspronkelijk uit Afrika afkomstig was, maar die op Aruba door het droge klimaat zeer goed te cultiveren was. Arubaans aloë bleek de beste uit de wereld te zijn, en Aruba werd de grootste exporteur van aloë. Aruba kreeg zelfs de bijnaam: *Island of Aloë*. Toen de olieraffinaderij *Lago Oil & Transport Company* zich in 1924 vestigde op het eiland, verminderde de cultivatie van aloë. In 1970 begon een nieuwe onderneming *Aruba Aloë*, opnieuw aloë te verbouwen voor de cosmetische industrie en nog steeds hoort de Arubaanse Aloë tot de beste ter wereld.

Het vestigen van de *Lago Oil & Transport Company* in 1924 in San Nicolaas, de tweede grote stad van Aruba, heeft een grote immigratiestroom ten gevolge gehad. Omdat er te

weinig mensen waren om in de olieraffinaderij te werken, kwamen veel Amerikanen en Canadezen naar het eiland. Tevens uit de andere Caribische eilanden zoals: de bovenwindse eilanden, Trinidad, de Britse maagdeneilanden kwamen immigranten in de *Lago* werken. Door de aanwezigheid van een dergelijke industrie kwamen ook veel West- en Oost-Europese zakenlieden naar het eiland. Vanaf 1924, toen de Arubaanse populatie 8.700 inwoners telde, vermenigvuldigde dit aantal zeven keer naar 60.000 in 1972. Door sterke veroudering en oplopende verliezen sloot de *Lago* in 1986 haar poorten. Het gevolg van de sluiting van de *Lago* was dat de welvarende economie van Aruba ineenstortte. De Arubaanse overheid was gedwongen om zich te richten op een nieuwe inkomstenbron: toerisme. Er werd massaal geïnvesteerd in de bouw van luxe hotels, en het genereren van de cruise-industrie. Het bleek een succesvolle keuze te zijn want het toerisme is hedendaags nog de belangrijkste pijler van de Arubaanse economie. In 1990 vestigde zich opnieuw de Amerikaanse olieraffinaderij *Coastal* op Aruba en herleefde de olie-industrie.

2.7 Staatsrelaties

De Arubaanse roep om afscheiding van de Antillen wordt gekenmerkt door een lange politieke strijd en kent een uitgebreide geschiedenis, waarvan hieronder alleen de belangrijkste punten besproken worden. De strijd voor onafhankelijkheid is begonnen in de jaren dertig van de vorige eeuw. Deze werd zwakker in de periode 1950-1970 en werd weer krachtig in de jaren zeventig en leidde tot de belangrijke 'Status Aparte' in 1986 (Waltmans, 2003: 174).

De keuze om zich af te scheiden van de rest van de Nederlandse Antillen heeft politieke, culturele en economische redenen. Op Curaçao, het hoofdeiland van de zes eilanden, was het gezag gevestigd en ook de belangstelling vanuit Nederland was vooral op dit eiland gericht (Waltmans, 2003: 173). Dit leidde al jarenlang tot onvrede onder de Arubanen omdat zij economisch gezien niet onderdeden voor Curaçao. De *Lago* zorgde voor een bloeiende economie en stimuleerde tegelijkertijd het politiek bewustzijn bij de elite Arubanen. De wens om verantwoordelijk te zijn voor de eigen inkomsten en voorzieningen en minder bevoogding en bemoeienis vanuit Curaçao werd steeds groter. Betico Croes richtte op 7 februari 1971 een nieuwe politieke partij op: de *Movimiento Electoral di Pueblo* (MEP). Deze partij richtte zich sterk op de afscheidingswens, en legde ter legitimatie van de afscheiding de nadruk op de indiaanse afstamming en de Zuid-Amerikaanse identiteit van de autochtone Arubanen, die sterk verschilden van de Afro-Caribische karakter van Curaçao. Nederland wilde niks weten van een afscheiding van het eiland Aruba, maar stemde toch toe nadat Betico Croes ging lobbyen bij de Verenigde Naties, Venezuela, Panama en Costa Rica en de MEP aansloot bij de *Socialist International* te London. Echter stemde Nederland alleen toe in een status aparte voor Aruba in 1986, als Aruba tien jaar later volledig onafhankelijk zou worden van Nederland (Waltmans, 2003: 186). Betico Croes koos ervoor om de opgedrongen

onafhankelijkheid te accepteren want teruggaan naar Aruba zonder resultaat betekende voor de MEP een ernstig gezichtsverlies.

Aruba was en is met een status aparte, vanaf 1 januari 1986 een zelfstandig land binnen het Nederlands Koninkrijk, en is Betico Croes vereerd met de titel: *El Libertador*, wat betekent ‘de bevrijder’. Helaas heeft hij het bereiken van de Status Aparte niet meer kunnen meemaken, want op 31 december 1985, een paar uur voor het strijken van de Antilliaanse vlag en het hijsen van de Arubaanse, kreeg hij op weg naar de viering een ernstig ongeluk waarbij hij na elf maanden in coma te hebben gelegen stierf in een ziekenhuis in Utrecht (Waltmans, 2003: 189). In 1994 kon het Arubaanse volk alsnog hun mening geven over totale onafhankelijkheid van Aruba via een referendum. Een ruime meerderheid koos ervoor om veilig onder de Koninkrijksparaplu te blijven.

‘Aruba wil geen onafhankelijkheid zoals Suriname in 1975 had gekregen. De bevolking kiest voor een blijvende band met Nederland en wil Koningin Beatrix als staatshoofd behouden.’ (Waltmans, 2003: 191).

Hoofdstuk 3 Theoretisch kader

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste theorieën die voor het onderzoek zijn gebruikt, besproken. Deze theorieën vormen de basis voor de onderzoeksvraag en de deelvragen. Allereerst worden in paragraaf 3.2 theorieën over cultuur behandeld en in paragraaf 3.3 de theorieën over media. In paragraaf 3.4 worden de verschillende invalshoeken met betrekking tot het begrip ‘beeldvorming’ besproken. Paragraaf 3.5 beschrijft het ontstaan van vooroordelen, en paragraaf 3.6 de sociale functies van vooroordelen. Paragraaf 3.7 gaat over de productie van nieuws en in paragraaf 3.8 worden de verschillende theorieën over beeldvorming en etnische minderheden behandeld. In paragraaf 3.9 wordt de conclusie van het theoretisch kader en tevens welke invalshoeken gebruikt zijn, weergegeven. Elke paragraaf heeft een kleine samenvatting aan het eind om duidelijk de essentie van de besproken theorieën weer te geven.

3.2 Theorieën over cultuur

Cultuur is een groot begrip om te definiëren. Vaak wordt onder cultuur meteen gedacht aan de cultuur van een bepaald land, of volgens het Van Dale woordenboek: ‘het geheel van geestelijke verworvenheden van een land, volk enz.; beschaving’ (www.vandale.nl). Over het algemeen wordt onder cultuur verstaan: “een samenhangend geheel van symbolen en betekenissen dat de mens oriënteert op de werkelijkheid waarin hij leeft” (Shadid, 1998: 22). Eerst worden een aantal theorieën besproken over de rol van cultuur in beeldvormingsprocessen. Daarna wordt ingegaan op de rol van de media in deze processen. Tennekes (1990) ziet cultuur als een model van en voor de werkelijkheid. Volgens hem is cultuur een systeem van betekenissen waarmee mensen die met elkaar een samenleving vormen of een groep mensen binnen die samenleving, zich oriënteren op de natuurlijke en sociale wereld waarin zij leven. Volgens hem is het van belang dat als de verhouding tussen mens en cultuur wordt weergegeven, er gelet wordt op een drietal inzichten. Allereerst is ‘cultuur een menselijk product’, (Tennekes, 1990: 28) zo blijkt wel uit de grote diversiteit van culturen die onze wereld kent. Ten tweede is cultuur een objectieve realiteit, dat wil zeggen: ‘culturele structuren en processen onttrekken zich goeddeels aan de greep van de mens’ (Tennekes, 1990: 28). Ten derde is cultuur ook een subjectieve werkelijkheid van de mens: ‘De mens is ook een product van zijn cultuur’ (Tennekes, 1990: 28).

Tennekes ziet deze drie inzichten als een dynamisch dialectisch proces tussen mens en cultuur, waaruit hij verder onderscheid maakt tussen drie processen namelijk: externalisering, objectivering en internalisering. Zoals eerder werd vermeld is cultuur ten eerste een product van de mens zelf: De menselijke creativiteit speelt een centrale rol bij de historische processen die als resultaat cultuur voortbrengen. Dit proces, externalisering, komt tot stand door de maatschappelijke en culturele feiten die een mens

creëert door zijn handelen. Het tweede proces, objectivering, is wanneer de feiten die de mens gecreëerd heeft een eigen leven gaan leiden. Het derde proces is internalisatie, het zich toe-eigenen van de inzichten waarmee een individu in aanraking komt (Tennekes, 1990: 24). Een goed voorbeeld is als een boek dat door een auteur is geschreven (het proces van externalisatie) over de hele wereld verkocht wordt en dat de inhoud van het boek een begrip op zich wordt los van wat de auteur er oorspronkelijk mee bedoelde (het proces van objectivering). De auteur heeft geen enkele zeggenschap meer over zijn eigen ideeën. Als de inhoud van het boek wordt toegeëigend door iemand, en op de een of andere manier invloed heeft op de persoon, spreken we van het proces van internalisatie. Een ander goed voorbeeld voor het aantonen van het proces van objectivering is de stad New York. Het is door mensen gecreëerd maar is in ons leven een symbool geworden voor de Verenigde Staten, het kapitalisme, maar ook talloze keren het onderwerp van liederen, films etc. Een ander voorbeeld voor internalisatie is het overnemen van het christendom door de indianen en hun eigen cultuur aanpassen of zelfs geheel verwerpen. Volgens Tennekes wordt onder cultuur nog steeds ten onrechte gedacht aan een systeem dat het doen en laten van mensen volledig beïnvloedt maar los staat van het dagelijkse doen en laten van een individu (Shadid, 1998: 26).

Samenvattend kan gesteld worden dat Tennekes pleit voor het in acht nemen van de dynamiek van de cultuur. Deze dynamiek kan goed uitgelegd worden door het perspectief van het *symbolisch interactionisme*. De kerngedachte is dat sociale werkelijkheid haar betekenissen ontleent door de interactie van mensen. Betekenissen zijn niet intrinsiek aanwezig, maar worden gevormd uit afspraken die mensen onderling met elkaar maken (Shadid, 1998: 27). Een voorbeeld voor deze theorie is het opsteken van de wijs en middelvinger, het zogenaamde 'peace sign'. Op basis van een afspraak is aangenomen dat deze handeling symbolisch is voor een vredesteek in de westerse cultuur.

De mens verkeert steeds in een proces van interpretatie, het betekenis geven aan iets. Dit interpretatieproces wordt niet alleen beïnvloed door wat men heeft geleerd in de socialisatie maar ook door wat ze uit hun eigen ervaringen hebben opgedaan. Met socialisatie wordt bedoeld: 'het leerproces waarmee mensen de leefwijze van de groep waarvan ze deel uitmaken te weten komen en zich eigen maken' (Shadid, 1998: 27). Dit proces bepaalt in grote lijnen het handelen van de mens. Cultuur is net als de werkelijkheid een menselijke constructie. Het wordt door mensen gezien als basis voor hun collectieve identiteit maar wordt tevens gebruikt als gemeenschappelijk referentiekader. Wanneer mensen dan over de cultuur van anderen denken nemen ze hun eigen cultuur als maatstaf, simpelweg omdat ze niet anders kunnen. Als bij het beoordelen van andere culturen de eigen cultuur als superieur wordt gezien en de andere als inferieur dan is er sprake van *etnocentrisme*. Over de oorsprong van etnocentrisme zijn verschillende visies ontwikkeld. Sommige wetenschappers zien etnocentrisme als een persoonlijkheidsstructuur. Anderen zien etnocentrisme als een algemeen geldend verschijnsel en als basis van het proces van sociale categorisering; de manier waarop

groepen in de samenleving in ‘wij’ en ‘zij’ termen worden onderverdeeld (Shadid, 1998: 34). Het proces van sociale categorisering is de manier waarop een individu zijn sociale omgeving indeelt, ordent en classificeert op basis van religie, sekse, etniciteit, ras, woonplaats en dergelijke (Shadid, 1998: 187). Het gevolg van sociale categorisering is dat overeenkomsten binnen groepen en verschillen tussen groepen breed worden uitgemeten. Uitspraken als ‘Nederlanders zijn gierig’, of ‘Turken zijn traditioneel’ laten zien dat de culturele heterogeniteit niet wordt waargenomen. Sociale categorisering heeft tevens invloed op de wijze waarop informatie over andere groepen en mensen wordt verwerkt en onthouden (Shadid, 1998: 178). Verwachtingen over een bepaald persoon uit een groep zullen door de heersende opvattingen over een groep bepaald worden.

In deze paragraaf zijn een aantal theorieën besproken met betrekking tot cultuur. Cultuur kan volgens deze theorieën worden opgevat als een dynamisch systeem van betekenisgeving van en over de werkelijkheid. Het wordt gegenereerd door mensen, wordt een abstract begrip, maar heeft op haar beurt weer invloed op mensen. Door middel van het socialisatieproces en het sociale categorisering proces verkrijgen de mensen hun culturele identiteit, weten ze tot welke groep ze uitmaken en wie niet tot hun groep behoort.

3.3 Theorieën over media

In onze huidige mediamaatschappij vormen de media een belangrijke bron voor overdracht van cultuur, samen met de andere traditionelere vormen van overdracht zoals ouders, de school en de directe omgeving. In andere woorden, de media bepalen voor een groot deel onze ideeën over de sociale werkelijkheid. Als de opvatting heerst dat allochtonen crimineel zijn, dan worden mensen die allochtone kenmerken hebben meer in de gaten gehouden (Shadid, 1998: 179).

De media overspoelen ons dagelijks met beelden en informatie over allerlei zaken, personen en kwesties. Wij leven in een samenleving waarbij onze dagelijkse onderwerpen van gesprek met elkaar vaak bestaan uit wat er de dag ervoor op de televisie is geweest of wat we in de ochtend in de krant hebben gelezen. Media zijn dan ook een niet te onderschatten bron van waaruit onze samenleving ideeën kan vormen over de werkelijkheid. Hoe burgers denken over verschillende groepen in de samenleving, over politici, over internationale organisaties, conflicten en andere zaken, wordt in hoge mate bepaald door het beeld dat media over de desbetreffende kwestie of groep naar buiten brengen. Volgens Van Zoonen (2004: 3) vervullen de media een belangrijke rol bij het versterken van bestaande gevoelens van gemeenschappelijkheid en collectiviteit, het construeren van nieuwe gemeenschappen en het op symbolische wijze in- en uitsluiten van mensen en groepen. Zij duidt deze in- en uitsluitende werking van de media aan met de term ‘de rituele functie van de media’ (Van Zoonen, 2004: 3). Wanneer cultuur wordt opgevat als een gedeelde moraal, een collectief van gebruiken, normen en waarden dan zijn media zowel afspiegelingen hiervan en tegelijkertijd kunnen zij deze versterken en of

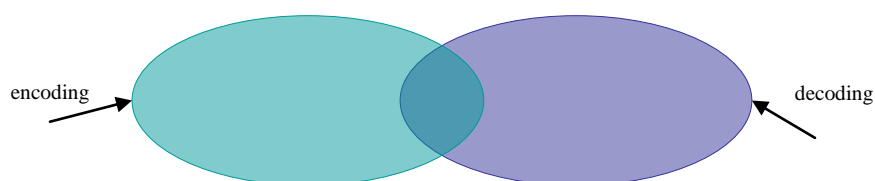
veranderen (Van Zoonen, 2004: 6). De rituele functie van de media in deze samenleving is dat het groepsverbanden opstelt die tegelijkertijd bepaalde mensen in en uitsluiten. Een voorbeeld ter illustratie voor de rituele functie van de media is de berichtgeving over etnische minderheden: ‘Uit wetenschappelijk onderzoek blijkt dat de journalistiek een wit wereldbeeld laat zien, waarin etnische groepen slechts incidenteel voorkomen en dan ook nog in de context van problemen en criminaliteit’ (Van Zoonen, 2004: 8). De media laten een witte Nederlandse gemeenschap zien waar minderheden niet bij horen, omdat ze worden buitengesloten of als problematisch worden getoond. Het gevolg hiervan kan zijn dat het voor minderheden moeilijker is om als volwaardig burger te participeren in de Nederlandse samenleving (Van Zoonen, 2004: 8). Het begrip burgerschap, dat voor de postmoderne samenleving kon worden onderverdeeld in civiel, politiek en sociaal burgerschap, krijgt door de media een nieuwe dimensie: cultureel burgerschap. Hieronder wordt de mate waarin een individu ervaart en voelt deel uit te maken van een gemeenschap bedoeld (Van Zoonen, 2004: 9). Deze rol van de media is belangrijk voor de vraag hoe bepaalde culturele betekenissen in de vorm van een mediatekst tot uiting komen, door wie deze culturele betekenissen worden gemaakt, en hoe en door wie ze worden geïnterpreteerd. Van Zoonen spreekt hier over drie momenten in het proces van betekenisgeving namelijk: tekst, productie en receptie. Hoe worden culturele betekenissen weergegeven in de media-inhoud(tekst), op welke manier komt dit tot stand (productie) en hoe worden deze betekenissen geïnterpreteerd (receptie) (Van Zoonen, 2004: 11). Zowel zintuiglijk waarneembare begrippen als niet zintuiglijke waarneembare begrippen krijgen betekenis voor mensen door middel van communicatie; er worden bepaalde afspraken gemaakt over de betekenis van een begrip (De Boer et al., 2003: 223). Dit idee, dat de werkelijkheid een sociale constructie is en dat deze ontstaat uit specifieke waarnemingen, interpretaties, maatschappelijke verhoudingen, informatie uitwisselingen en onderhandelingen, ligt ten oorsprong van het ‘*encoding/decoding*’ model van Stuart Hall. Dit model zal later in deze paragraaf uitgelegd worden. In dit opzicht bestaat er geen objectieve werkelijkheid maar is de werkelijkheid een onderwerp van onderhandeling, dynamiek en strijd (Van Zoonen, 2004: 12). Doordat bepaalde groepen in de samenleving meer macht hebben, bijvoorbeeld de elite, bepalen zij eerder door middel van de media wat als werkelijkheid gedefinieerd kan worden en wat niet. Zij bepalen wat het hedendaags discours is. De term discours is afkomstig van Michel Foucault en betekent hier: “*a language for talking about i.e. a way of representing a particular kind of knowledge about a topic*” (Hall, 1992: 291). Discours is dus een collectief van beweringen die een manier van definiëren, classificeren en denken over mensen, dingen, abstracte en concrete begrippen, en kennis vormen. Foucault beweert dat het discours over de werkelijkheid sterk onderhevig is aan macht,- en kennisverhoudingen tussen de verschillende groepen in de samenleving die het discours zelf genereren en tevens reguleren (Smith, 2001: 123). Antonio Gramsci, introduceerde de theorie van *culturele hegemonie*; het idee dat door middel van cultuur, de heersende klasse ideologisch wenselijke sociale patronen dominant maakt die tevens ongelijkheid tussen de klassen herbevestigen maar ook kritisch denken saboteren (Smith, 2001: 39). Stuart Hall gebruikt

Gramsci's theorie van *culturele hegemonie* om te argumenteren dat de media een cruciale rol speelt in het reproduceren van ideologieën (Smith, 2001: 155). Hij beweert zelfs dat de ideologische boodschappen in mediateksten vooral dienen om een valse realiteit weer te geven. Hij beweert echter wel dat niet iedereen uit dezelfde mediateksten ook dezelfde boodschap krijgt. Om dit uit te zoeken ontwierpen hij en zijn collega's het *encoding/decoding* model (Smith, 2001: 155). Het *encoding/decoding* model houdt in dat boodschappen die mediabedrijven willen sturen aan het publiek via een mediatekst op een bepaalde manier worden geconstrueerd, (encoding) en dat deze door het publiek weer ontcijferd moeten worden (decoding). Hall beweert dat er niet altijd sprake is van een symmetrie tussen de boodschap die een mediabedrijf geeft en de boodschap die een mediaontvanger interpreteert (Smith, 2001: 156). Er is sprake van polysemie; meerdere interpretaties zijn mogelijk. In het model is de nadruk vooral op het collectief en niet op het individu. Er wordt gekeken naar verschillende groepen en ook naar de machtsverhoudingen tussen die verschillende groepen. De voorkeurslezing, de *dominant reading* of *preferred reading*, is wanneer de interpretatie van de boodschap door de mediaontvanger hetzelfde is als hoe de boodschap volgens mediabedrijven begrepen moet worden. Een onderhandelingslezing of *negotiated reading* is wanneer iemand bepaalde aspecten van de boodschap interpreteert zoals ze geïnterpreteerd dienen te worden maar deze boodschap aanpast aan zijn of haar eigen ideeën en ervaringen. Een tegendraadse lezing of *oppositional reading* is wanneer iemand de dominante codes in de boodschap verwerpt en een totale nieuwe interpretatie creëert (Van Zoonen, 2004: 15). Zie het onderstaande figuur ter illustratie van het *encoding/decoding* model.

Media- teksten

sociale context 1

sociale context 2



Figuur 3.1 *Encoding/decoding model* (Van Zoonen, 2004: 14).

Het publiek is onderverdeeld in individuen en groepen die elk hun eigen referentiekader hebben, en dus elk op zijn manier de media- inhoud interpreteren.

De media dienen als een platform waarop de verschillende discoursen vechten om de heersende ideologie te zijn. De rituele functie van de media zorgt er in feite voor dat alle soorten media en media-inhoud van belang zijn voor hedendaagse invullingen van

burgerschap en voor de hedendaagse individuele en collectieve ervaring deel uit te maken van een gemeenschap of samenleving.

3.4 Theorieën over beeldvorming

Media kunnen net als cultuur gezien worden als een product van de mens (externalisatie), die een eigen leven leiden (objectivering), maar waar wij ons ook weer door laten beïnvloeden (internalisatie).

Het begrip beeldvorming kan ook geanalyseerd worden via deze processen. Wij verlenen een betekenis aan iets en vormen een mening over een bepaald persoon of groep. Deze meningen gaan een eigen leven lijden, bijvoorbeeld het ontstaan van een stereotype, en door dit stereotype worden meningen en opvattingen van andere mensen of groepen over hetzelfde onderwerp, versterkt of veranderd. Maar wat betekent beeldvorming eigenlijk? Volgens het Van Dale woordenboek betekent beeldvorming: “het ontstaan van bepaalde voorstellingen met betrekking tot personen, zaken, feiten, e.d.” (Smelik et al., 1999: 5). Volgens Smelik is beeldvorming iets dat ontstaat. Het is een proces maar tevens is beeldvorming een mentaal proces; het is iets dat iemand voor de geest staat. Smelik et al. onderscheiden drie niveaus binnen het proces van beeldvorming:

1. de materialiteit: de concrete beelden en teksten
2. het effect: de totstandkoming van mentale beelden, eventueel resulterend in gedrag
3. de beïnvloeding: de mogelijke verandering van de mentale beeldvorming, die dan op zijn beurt resulteert in nieuwe materiële beeldvorming (Smelik et al., 1999: 6).

Beeldvorming ontstaat uit een wisselwerking tussen twee kanten: Het is zowel werkzaam in de media in de vorm van gesproken en geschreven teksten en beelden, als in ons hoofd in de vorm van ideeën, gedachten, overtuigingen, associaties en denkbeelden (Smelik et al., 1999: 7).

Volgens Shadid kan beeldvorming globaal worden omschreven als: ‘opvattingen en oordelen die mensen hebben over zowel zichzelf, de eigen groep en cultuur, als over andere groepen en hun cultuur’ (Shadid, 1998: 187). Beeldvorming is echter geen weerspiegeling van de werkelijkheid, maar net als de werkelijkheid een constructie. Het is een middel om een werkelijkheid te scheppen. Bijvoorbeeld: televisie laat beelden zien die lijken op de werkelijkheid. Echter deze beelden zijn gemaakt, want ten eerste is het weergegeven beeld het resultaat van een keuze uit miljoenen ander beelden, en ten tweede is deze geproduceerd met behulp van technologieën als camera’s, montages etc. Het beeld is dus geen directe afspiegeling van de werkelijkheid maar het is een teken, het verwijst naar iets, het draagt een betekenis (Smelik et al., 1999: 26). De betekenis die een beeld draagt kan per cultuur verschillen, want zij is gebaseerd op culturele codes, conventies en afspraken.

Stereotypering is een soort van beeldvorming waarbij in tegenstelling tot beeldvorming waar het beeld onderhevig is aan dynamiek, stereotypering een mentaal beeld in een vaste vorm giet. Het Van Dale woordenboek geeft de volgende beschrijving voor stereotypering: “karakterisering, met name van een volk of van individuen uit een groep, op grond van generalisering van al of niet reële waarnemingen” (Smelik et al., 1999: 24). De definitie voor stereotype luidt: “vast, onveranderlijk, bij elke gelegenheid terugkerend” (Smelik et al., 1999: 24).

Stereotypering is een soort van versterde beeldvorming waarbij het beeld gebaseerd is op generaliseringen en niet meer verandert. Maar is stereotypering in definitie schadelijk? In principe gebruiken mensen stereotypes om hun sociale wereld te categoriseren, maar het wordt pas een probleem wanneer aan deze stereotypes ook waardeoordelen verbonden worden en als gevolg hiervan negatieve vooroordelen veroorzaken (Smelik et al., 1999: 24). Een negatief vooroordeel is wanneer iemand bij voorbaat al negatief denkt over iemand omdat hij lid van een groep is, zonder dat diegene die oordeelt relevante feiten heeft over de persoon over wie hij oordeelt. Deze versterde beeldvorming kan sociale, professionele en culturele gevolgen hebben voor individuen die tot een groep behoren waar negatieve stereotypering aan te pas komt. Volgens Smelik is de structuur van versterde beeldvorming gebaseerd op het maken van tegenstellingen, verschillen en onderscheid. Het onderscheid is gekoppeld aan een waardeoordeel waarbij het eerste onderdeel als norm wordt gezien waaraan het tweede onderdeel zijn waarde ontleent. Een man geeft betekenis aan een vrouw, een allochtoon krijgt een betekenis in relatie tot een autochtoon, en een gezond persoon geeft betekenis aan een gehandicapte (Smelik et al., 1999: 40). Er is sprake van een hiërarchische tegenstelling, wat leidt tot stereotypering en wat op haar beurt meehelpt aan de maatschappelijke ongelijkheid. Stereotypering zorgt ervoor dat sommige groepen in de samenleving worden uitgesloten van hoger aanzien genietende kwalificaties en kenmerken waarmee ze ook worden uitgesloten van bepaalde beroepen (Smelik et al., 1999: 40). Dit is een vorm van discriminatie.

Een andere theorie die betrekking kan hebben op hoe het publiek zich een beeld vormt over bepaalde onderwerpen in de samenleving is de *agendasetting* theorie. Deze theorie houdt in dat het nieuws de aandacht van het publiek op bepaalde onderwerpen richt. De media bepalen wat de onderwerpen zijn waarover worden nagedacht, gediscussieerd en oordelen over worden gevormd. In andere woorden, de media- agenda bepaalt de publieksagenda (De Boer et al., 2003: 211). De *agendasetting* theorie kan worden onderverdeeld in twee verschijnselen namelijk *priming* en *framing*. De kern van het idee bij *priming* is dat door berichtgeving over een onderwerp bepaalde kenniseenheden in het geheugen worden geactiveerd, waardoor deze kenniseenheden toegankelijker worden. Deze geactiveerde en meer toegankelijke kenniseenheden worden gebruikt bij de beoordeling, receptie en interpretatie van de daaropvolgende informatie over een onderwerp (De Boer et al., 2003: 211). Factoren die van invloed zijn op dit proces zijn niet alleen de intensiteit en het tijdstip van de stimulus, maar ook de hoeveelheid kennis die iemand al bezit over een bepaald onderwerp. Naarmate iemand meer kennis heeft

over een onderwerp voordat hij is blootgesteld aan informatie via de media, hoe minder gevoelig iemand is voor de *primings*-effecten (De Boer et al., 2003: 209).

Bij het verschijnsel *framing* is de manier waarop de informatie gepresenteerd wordt en de manier hoe het is vormgegeven, van belang. In de journalistiek worden bepaalde keuzes gemaakt over het produceren van een nieuwsbericht en interne en externe factoren zijn van invloed op hoe het nieuws er uiteindelijk uitziet. Hier wordt in paragraaf 3.7 dieper op ingegaan. Het gebruikte mediaframe speelt een grote rol bij de vraag vanuit welk perspectief het publiek het onderwerp gaat bekijken (De Boer et al., 2003: 212). Als bijvoorbeeld via de berichtgeving de nadruk op de veroorzakers van een bepaald probleem gelegd wordt, dan richt het publiek haar aandacht ook naar de veroorzakers van het probleem.

Volgens Ghanem (1997) zijn er vier dimensies waarin frames kunnen worden onderverdeeld:

- 1: De aspecten die van een onderwerp belicht worden. Dit kan bijvoorbeeld bij een politicus gericht zijn op zijn of haar kwaliteiten en ervaring in het vak, of op persoonlijkheidskenmerken of op zijn of haar ideologie en standpunten.
- 2: Omvang en plaatsing van het bericht. Bijvoorbeeld: door een nieuwsbericht op de voorpagina te plaatsen met dikke letters wordt aan het publiek het signaal gegeven dat dit heel belangrijk, dringend nieuws is.
- 3: Details en verbanden benadrukken: Bijvoorbeeld: het presenteren van een onderwerp als een conflict zal er voor zorgen dat het in die termen door het publiek geïnterpreteerd wordt.
- 4: de toonzetting in het bericht: Bijvoorbeeld: Als een onderwerp weergegeven wordt als een individueel probleem, zonder de sociale en institutionele context er bij te betrekken, zal een lezer zich eerder met de boodschap identificeren (De Boer et al., 2003: 215).

In deze paragraaf zijn verschillende theorieën besproken met betrekking tot beeldvorming. Het is geen objectieve weerspiegeling van de werkelijkheid maar beeldvorming is een proces dat afhankelijk is van zowel de media, de samenleving en het publiek. Het kan tevens veroorzaken dat mensen vooroordelen genereren over bepaalde kwesties, groepen of personen in de samenleving en dat deze hier nare gevolgen van ondervinden. Het is dan ook belangrijk dat er onderzoek wordt gedaan naar beeldvorming over bepaalde kwesties en personen in de samenleving.

3.5 Het ontstaan van vooroordelen

De vraag hoe vooroordelen ontstaan, vereist een holistische benadering. Dat wil zeggen dat vanuit verschillende invalshoeken naar deze vraag gekeken moet worden. In de sociale wetenschap zijn er talloze theorieën hierover maar Shadid maakt een grove indeling tussen theorieën die de oorsprong van vooroordelen analyseren op een individueel niveau en op een sociaal-cultureel niveau. Theodor Adorno en anderen zijn van mening dat vooroordelen ontstaan uit de samenhang tussen specifieke persoonlijke kenmerken zoals een autoritaire persoonlijkheid, en dat vooroordelen een onderdeel zijn

van een breder ideologisch kader en in context moeten worden gezien met politieke, economische en sociale opvattingen over mensen (Shadid, 1998: 194). Kinderen, van wie de ouders hun maatschappelijke status beschermen, worden opgevoed om hard te zijn, en om wilskracht en doorzettingsvermogen te ontwikkelen. Een haat-liefde relatie met de ouders is hier het gevolg van en deze wordt in de volwassenheid geuit door een slaafse houding aan te nemen ten aanzien van hoger geplaatsten en een minachtende houding jegens zwakkeren in de maatschappij. Deze theorie is vergelijkbaar met de *frustratietheorie* en de *zondeboktheorie*. Deze theorieën beweren dat wanneer mensen door belangrijke personen in hun omgeving worden belemmerd zich te ontwikkelen of hun doelen te bereiken, of wanneer mensen angst hebben om een lager sociaal aanzien te verkrijgen of dit meemaken, frustraties ontstaan. Wanneer de veroorzaker van de frustraties teveel macht heeft of als een tegenactie misschien contraproductief zal aflopen, dan zal de frustratie en agressie gericht worden op mensen van hetzelfde niveau of naar sociaaleconomische zwakkeren die tevens als zondebok zullen dienen (Shadid, 1998: 195). Wetenschappers die het ontstaan van oordelen analyseren op een sociaal-cultureel niveau vinden dat de individuele persoonlijke benadering tekort schiet in het verklaren van het de oorsprong van vooroordelen. Zij vinden dat de economische situatie, het politieke klimaat, de wetgeving en de verhouding tussen groepen in de samenleving ook in acht genomen moeten worden bij een analyse. Een van deze theorieën is de *sociale identiteitstheorie* die ervan uitgaat dat vooroordelen een algemeen, onvermijdelijk en gewoon verschijnsel is. Volgens deze theorie zijn vooroordelen het gevolg van het proces van sociale categorisering, dat wil zeggen het indelen van mensen in 'wij' en 'zij' groepen, en het gevolg van het voortdurend streven van de mens om via het groepslidmaatschap een positieve sociale identiteit te verwerven (Shadid, 1998: 196). De onvermijdelijkheid van vooroordelen wordt echter door andere auteurs omstreden omdat het hebben van een houding op een keuze berust en dus op zich al een vooroordeling is. Een theorie die gebaseerd is op sociaal-cultureel niveau is de *concurrentietheorie*. Deze gaat er van uit dat vooroordelen hun oorsprong hebben in het concurreren van rivaliserende groepen om schaarse middelen of het hebben van tegengestelde belangen waardoor er een negatieve attitude ontstaat jegens de ander groep. Deze attitude kan functioneel zijn wanneer ze gebruikt wordt ter rechtvaardiging om de andere groep te kunnen uitbuiten, uitsluiten of vermijden (Shadid, 1998: 196).

De hierboven aangehaalde theorieën gingen er gezamenlijk vanuit dat er ten eerste een soort motief is voor het ontstaan van vooroordelen. Echter de *socialisatietheorie* beweert dat vooroordelen door middel van het socialisatieproces van generatie op generatie wordt overgedragen maar wát wordt overgedragen is afhankelijk van de sociale, economische en politieke omstandigheden in de samenleving. Het socialisatieproces leert kinderen onderscheid maken tussen bepaalde groepen in de samenleving en dat deze groepen tevens ook andere waarden en normen hebben. De opvoeding thuis, het onderwijs, de omgeving maar ook de media spelen een belangrijke rol bij het genereren en overdragen van de vooroordelen (Shadid, 1998: 197).

3.6 De functies van vooroordelen

Shadid beweert dat vooroordelen op een individueel niveau een cognitieve functie vervullen. Ze dienen voor het ordenen, categoriseren en voorspelbaar maken van de sociale omgeving van een individu en voor het verdedigen van hun eigen waardesysteem (Shadid, 1998: 200). De *rechtvaardigingsfunctie* betreft het creëren en in standhouden van groepsideologieën, ter legitimatie voor het ongelijk behandelen van andere groepen. Voorbeelden hiervoor zijn de koloniale opvattingen dat afrikanen dom, primitief en minderwaardig zijn, om de slavernij te legitimeren. Hetzelfde geldt voor de hedendaagse opvattingen over allochtonen. Er wordt liever gedacht dat zij lui of dom zijn, om hun werkeloosheid te legitimeren, dan dat er naar hun sociale omgeving of naar discriminatie op de arbeidsmarkt gekeken wordt. In dit geval worden vooroordelen beschouwd als *ego-defensieve attitudes*; het beschermen van het individu of de groep tegen nare waarheden over henzelf door middel van vooroordelen. De *differentiatiefunctie* betreft het onderscheid maken tussen iemands eigen groep en een andere groep. De indeling van de wereld in ‘wij’ en ‘zij’ is een middel om voor groepen en individuen hun specifieke sociale terrein af te bakenen en daardoor een gevoel van zekerheid en saamhorigheid te creëren. Het daarbij negatief bekijken van de andere groep stelt automatisch de eigen groep in een positief daglicht (Shadid, 1998: 201). Als de ander slecht is dan ben jezelf automatisch beter.

In deze paragraaf is uitgelegd wat de verschillende functies van vooroordelen zijn. Samenvattend kan worden gesteld dat vooroordelen dienen om de sociale werkelijkheid te ordenen, ter rechtvaardiging van sociale ongelijkheid en tevens om zich positief te onderscheiden van andere groepen.

3.7 De productie van nieuws

De vraag is waarom de media vooroordelen verspreiden. Om dit nader te verklaren moet er gekeken worden naar het functioneren van de media, op zowel politiek-economisch niveau, sociaal niveau en op individueel niveau. Pamela Shoemaker en Stephen Reese (1996) hebben in hun onderzoek naar factoren op media-inhoud een aantal stellingen geformuleerd die in acht genomen moeten worden wanneer er naar factoren op media inhoud onderzoek gedaan wordt. In deze paragraaf worden de factoren die betrekking hebben op de productie van nieuws meegenomen.

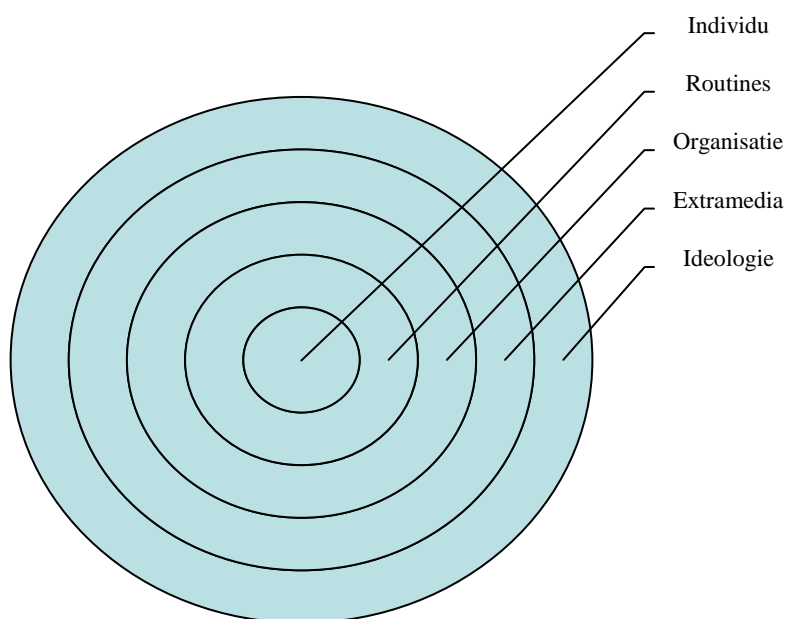
Ten eerste gaan zij ervan uit dat het nieuws een sociaal geconstrueerd product is en niet een objectieve weerspiegeling van de werkelijkheid. Tegelijkertijd is het een resultaat van bewuste en onbewuste keuzes die onder verschillende omstandigheden door verschillende actoren in het veld gemaakt worden. Zij beweren dat de invloeden van media -inhoud hiërarchisch geordend kunnen worden waarbij elk niveau zijn eigen invloeden, conventies en beperkingen heeft op de productie van nieuws. Tevens is elk niveau onderhevig aan de beperkingen die opgelegd worden door een hoger niveau.

Deze niveaus zijn: Het individuele niveau: alle factoren die invloed hebben op besluitvorming op individueel niveau, te denken aan bijvoorbeeld de kennis en vaardigheden van de journalist, bestaande vooroordelen van de journalist zelf, zijn of haar sociale achtergrond etc. Het tweede niveau is routines, de wijzen waarop het nieuws wordt verzameld, gevormd en uitgedragen. Zij vormen de directe omgeving waarin journalisten werkzaam zijn en via welke wegen zij besluiten nemen. Bijvoorbeeld de routine van nieuwsselectie, de routine van journalistieke normen en waarden, tijdsdruk door deadlines, beschikbaarheid over bronnen etc. Het derde niveau betreft alle factoren die invloed hebben op de besluitvorming op organisatieniveau. Maximalisatie van economische winst, technische mogelijkheden, organisatiestructuur, wie de eigenaar is van het bedrijf, zijn hier voorbeelden van, etc. Het vierde niveau zijn de factoren die invloed uitoefenen op de besluitvorming op extramediaal niveau: het publiek en de consumenten, adverteerders, andere persbureaus, lobbygroepen, andere sociale instituten zoals bedrijven en de regering, het economisch klimaat, de markt en de technologische ontwikkelingen.

Het laatste niveau zijn de factoren die invloed uitoefenen op ideologisch niveau. Volgens Dan Berkowitz (1997) is ideologie *'a subconscious set of values and interpretations that stem from the dominant power base in a culture'* (Berkowitz, 1997: 397). Oftewel het onbewust geheel van waarden en interpretaties die voortkomen uit de dominerende krachtbasis in een cultuur. Volgens Samuel Becker is ideologie: *"Ideology governs the way we perceive our world and ourselves; it controls what we see as 'natural' or 'obvious'. An ideology is an integrated set of frames of reference through which each of us sees the world and to which all of us adjust our actions"* (Shoemaker et al., 1996: 213). Ideologie is dus een geïntegreerde set van referentiekaders waardoor elk individu de wereld waarneemt en waaraan een individu zich aanpast. Het bepaalt onze wereldbeeld en het beeld van onszelf en het bepaalt de normen en waarden van de maatschappij. Shoemaker et al. zien ideologie als een symbolisch mechanisme dat dient als een samenhangend en geïntegreerde kracht in de samenleving (Shoemaker et al., 1996: 213). Volgens haar gebruiken de media algemeen bekende, 'normale' culturele thema's die resoneren met het publiek om de transmissie van de dominante ideologie door te geven. (Shoemaker et al. 1996: 213) Deze thema's worden zorgvuldig gekozen en geconstrueerd in een samenhangend geheel, wat de zogenaamde werkelijkheid moet voorstellen. Een goed voorbeeld is bijvoorbeeld reclame voor huishoudelijke artikelen. Bijna altijd is de vrouw degene die in een advertentie filmpje het product gebruikt. De heersende ideologie hierachter is dat vrouwen zorgen voor het huishouden en mannen niet. De vraag die hier gesteld moet worden is wie bij deze heersende ideologie profijt heeft en wie bepaald deze? Met de commerciële media worden voornamelijk de belangen van adverteerders voorop gesteld omdat zij de grootste inkomstenbron vormen (Shoemaker et al., 1996: 215). Als we dit op een ideologisch niveau nader bekijken dan draait de invloed van adverteerders op media- inhoud niet alleen maar om het eigenbelang van een enkel bedrijf maar is deze invloed het resultaat van een door kapitalisme gedreven mediasysteem (Shoemaker et al., 1996: 215). De ideologie van het kapitalisme bepaalt hier de media-inhoud. Journalisten

zijn zelf ook beïnvloed door zowel de ideologie van hun nationale cultuur als van de journalistieke ideologie en nemen deze ideologieën ook mee in hun berichtgeving. Journalistiek is een gedeelde cultuur; het is een professionele ideologie. Hiermee wordt bedoeld dat journalisten een onderlinge consensus hebben over hoe het nieuws gebracht moet worden.

Op ideologisch niveau zijn de factoren die invloed hebben op de inhoud van nieuws de heersende ideologieën in een samenleving. Deze ideologieën worden bepaald door het eigenbelang van de klassen en instituties die de macht hebben in de maatschappij. De rol van de media op ideologisch niveau is het doorgeven, vormgeven aan de heersende ideologieën in de samenleving. De media en dus ook het nieuws dragen net als andere sociale instituties als politiek, de commercie en economie bij aan de sociale dialoog. Deze sociale dialoog bepaalt welke sociale consensus of ideologie er in de samenleving heerst. Het volgende figuur geeft een beeld over welke factoren invloed hebben op media-inhoud: De zogenaamde ui, invloeden op media-inhoud van Pamela Shoemaker.



Figuur 3.2 Invloeden media inhoud (Shoemaker et al.,1996: 54)

Samenvattend wordt kort de werking van de hiërarchische niveaus op de media-inhoud weergegeven. Wat bepaalt de rollen die journalisten hebben? Hun aanpassing aan de routines van het vak en de werkomgeving. Waarom zijn er routines? Om ervoor te zorgen dat organisatorische maatstaven en doelen worden bereikt. Waar komen deze

doelen en maatstaven vandaan? Deze ontstaan door de druk van adverteerders, het publiek, de beurs, etc. Waarom hebben deze extramediale factoren op deze manier invloed op de media? Door de politieke,- en economische invloeden van de elite zoals: aandeelhouders en besturen van conglomeraten, topambtenaren en politici. Zij bepalen wat de ideologische rol van de media moet zijn (Shoemaker et al., 1996: 252).

3.8 Beeldvorming en etnische minderheden

De algemene mening over de berichtgeving over etnische minderheden is dat deze vooral negatieve beeldvorming in de hand werkt. Uit het onderzoek van Teun van Dijk over berichtgeving over etnische minderheden in de Nederlandse pers uit 1983 en 1988 zijn de volgende conclusies getrokken: De aandacht voor etnische minderheden is relatief weinig, dit bleek uit zowel de minimale frequentie van de berichten als uit de minimale omvang. In de berichtgeving vindt er meestal negatieve beoordeling over etnische minderheden plaats. De onderwerpen waarmee ze in verband worden gebracht zijn vaak problemen in de samenleving zoals: criminaliteit, geweld en overlast. Er worden tevens veel stereotypen gebruikt om etnische minderheden voor te stellen zoals: ondergeschikten, artiesten, misdadigers, of probleemgevallen. Ten derde ligt de nadruk in de berichten op gewelddadige incidenten en niet op hun cultuur of hun sociale achtergronden. Ten slotte is in de berichtgeving sprake van een etnocentrische invalshoek; het perspectief waaruit wordt geschreven is in een 'wij' tegenover 'zij' vorm. In de misdaadverslaggeving is de negatieve berichtgeving over allochtonen nog sterker zichtbaar want allochtone misdadigers komen vaker in het nieuws dan op grond van hun aandeel in de criminaliteitsstatistieken verwacht kan worden. Bij blanke misdadigers wordt de afkomst vaak niet vermeld en bij gekleurde misdadigers wel, wat de indruk geeft dat allochtonen meer bij criminaliteit betrokken zijn. (Van Zoonen, 2004: 99). Zoals al eerder vermeld is, is de media een product van de samenleving die op haar beurt weer de samenleving beïnvloedt. In dit opzicht zijn de media zijn niet helemaal verantwoordelijk voor de negatieve beeldvorming over allochtonen. Wat is dan de rol van de media? Volgens Shadid is het probleem ten eerste dat de media de dynamiek en veranderingen die cultuur telkens ondergaat ontkennen. Hun cultuurbegrip is generaliserend en statisch en neemt heterogeniteit niet in acht. De normen en waarden van het immigratieland gaan na verloop van tijd deel uitmaken van de individuele cultuur van de allochtoon. De media spreekt bijvoorbeeld over de Turk als vertegenwoordiger voor de Turkse cultuur, maar één Turk is nooit een vertegenwoordiger voor een hele cultuur en een Turk die twintig jaar in Nederland heeft gewoond is niet hetzelfde als een Turk in Turkije. Ten tweede deelt Shadid de conclusie van Van Dijk dat door de selectie, inhoud en opmaak van de berichten vooroordelen worden verspreid. De media tonen allochtonen over het algemeen in het kader van een sociaal probleem zoals criminaliteit, drugsverslaving en misbruik van sociale voorzieningen. Deze berichten zijn echter gebaseerd op enkele leden van een allochtone groep en representeren niet de meerderheid die zich wel aan de sociale normen en waarden van de Nederlandse

samenleving houdt. Deze feiten worden vaak door politici en de media uit hun verband gehaald, niet nauwkeurig weergegeven en gegeneraliseerd. Een andere factor is de plaats die allochtonen zelf in het bericht innemen. Zelden wordt een allochtone deskundige geïnterviewd over algemene maatschappelijke problemen. Als er al sprake is dat van een allochtone deskundige zijn mening of uitleg wordt gevraagd, heeft dit betrekking op een probleem in de allochtone groep waar hij/zij deel van uitmaakt (Shadid, 2008: 37). De bovenstaande conclusies van zowel Shadid als Van Dijk, zijn gebaseerd op hun onderzoeken naar beeldvorming in de Nederlandse pers over etnische minderheden. Hierbij hebben ze gekeken naar de manier waarop de berichten worden geframed, de structuur van het nieuws, de verschillende factoren die van invloed zijn bij het tot stand komen van het nieuws zoals de politiek-economische invloeden, de journalistieke standaarden en de ideologieën die in een samenleving heersen. Shadid heeft vooral onderzoek gedaan naar beeldvorming over moslims. Teun van Dijk heeft vooral onderzoek gedaan naar racisme in de pers. Zijn invalshoek voor het onderzoek was vanuit de discoursanalyse. Daarbij wordt gelet op het taalgebruik, communicatiegenres en de sociaal-culturele context. Beide wetenschappers pleiten voor een multidisciplinair theoretisch kader waarbij gekeken wordt naar de ideologische verhoudingen in de samenleving op macroniveau, dus bijvoorbeeld de machtsverhoudingen tussen politici en de media enerzijds en anderzijds de relaties tussen etnische minderheden en de dominante witte meerderheid op microniveau.

3.9 Conclusie

Voor het onderzoek naar de beeldvorming over Arubanen in de Nederlandse dagbladen, is het essentieel dat eerst besproken wordt wat termen en begrippen als beeldvorming, cultuur en media inhouden. De theorieën die behandeld zijn hebben deels als doel de bovenstaande begrippen uit te leggen en tevens geven zij de invalshoeken van het onderzoek weer. De *agendasetting* theorie is gekozen als de belangrijkste invalshoek voor dit onderzoek. Deze theorie beweert dat de macht van de media ligt in de selectie van de onderwerpen waarover ze berichten. De aandacht die de media besteedt aan bepaalde onderwerpen bepalen welke onderwerpen belangrijk geacht moeten worden door het publiek en waarover een mening gevormd kan worden (De Boer et al., 2003:185). Binnen de *agendasetting* theorie wordt aandacht besteed aan de *priming* en *framing* aspecten van berichtgeving. In dit onderzoek zal vooral gebruik gemaakt worden van het *framing* aspect binnen de *agendasetting* theorie. *Framing* duidt op de manier waarop de berichten worden ingekaderd en gerepresenteerd. De onderdelen die hierbij onderzocht worden zijn ten eerste de aspecten die van een onderwerp belicht worden, ten tweede de omvang en plaatsing van het bericht, ten derde de details en verbanden die benadrukt worden en tenslotte de toonzetting in het bericht (De Boer et al., 2003: 215). In dit onderzoek naar beeldvorming over Arubanen in Nederlandse dagbladen zullen deze aspecten onderzocht worden.

De conclusies uit de onderzoeken van Van Dijk en Shadid vormen de verdere basis voor dit onderzoek. Uit hun onderzoeken naar beeldvorming over etnische minderheden is gebleken dat deze beeldvorming voornamelijk negatief is, dat er weinig aandacht is voor etnische minderheden in het Nederlandse nieuws, dat etnische minderheden voornamelijk in verband worden gebracht met problemen in de samenleving zoals overlast, geweld en misdaad. Verder worden stereotypen veelvuldig gebruikt in de berichtgeving over etnische minderheden en ze worden dikwijls afgebeeld als ondergeschikten, artiesten, misdadigers of probleemgevallen. Tevens worden ze vaak bestempeld als dom, primitief of grappig. De nadruk van de berichtgeving ligt op gewelddadige incidenten en niet op achtergronden, hun eigen cultuur of de positie van minderheden. Daarnaast is er vaak sprake van een ethnocentrisch perspectief; 'wij' wat hier de blanke meerderheid betreft tegenover 'zij' de etnische minderheden (Van Dijk, 1983: 121). Tevens is de berichtgeving over etnische minderheden statisch en generaliserend, de heterogeniteit onder de verschillende groepen wordt niet in acht genomen. Verder worden vooroordelen verspreid via de opmaak, selectie en inhoud van de berichten (Shadid, 2008:37). De verwachting is dat Arubanen net als andere etnische minderheden voornamelijk negatief in het nieuws weergegeven worden, en dit gebeurt door middel van stereotypen, de selectie en plaatsing van de berichten, en de context waarin Arubanen gepositioneerd worden. Voor dit onderzoek zal deels discoursanalyse en deels kwantitatieve inhoudsanalyse gebruikt worden.

Hoofdstuk 4 Onderzoeksopzet

4.1 Onderzoeksvraag en deelvragen

In het onderzoek naar de beeldvorming over Arubanen in Nederlandse dagbladen wordt kwalitatief en kwantitatief onderzoek verricht. Uit de vier eerder genoemde dagbladen respectievelijk; het *Algemeen Dagblad*, de *Telegraaf*, de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* worden alle artikelen onderzocht met betrekking tot Arubanen vanaf januari 2004 tot en met januari 2009.

De centrale onderzoeksvraag luidt als volgt:

Hoe is de beeldvorming over Arubanen in de Nederlandse dagbladen? Deze beeldvorming wordt onderzocht door te kijken naar verschillende aspecten in de berichtgeving over Arubanen. Met de volgende deelvragen wordt een beeld gegeven over de verschillende aspecten die onderzocht worden:

1. Wat is de omvang van de berichtgeving over Arubanen? Hierbij wordt gelet op het aantal artikelen in totaal, het aantal artikelen per dagblad en ook naar het aantal woorden, dat per artikel wordt gebruikt.
2. Wat is de aard van de berichtgeving over Arubanen? Hierbij wordt gelet op het type artikel, de soort bronnen die gebruikt worden en de secties van de dagbladen waarin de artikelen geplaatst zijn.
3. In hoeverre zijn Arubanen het hoofdonderwerp in de berichtgeving? Bij deze deelvraag wordt gelet op de focus van de berichtgeving en in hoeverre er sprake is van een koppeling tussen Arubanen en Antillianen.
4. Wat is het oordeel over Arubanen in de kop en in het tekstgedeelte van de artikelen? Bij deze deelvraag wordt gelet op de toonzetting/teneur in de koppen en in de tekstgedeelte van de artikelen.
5. Wat zijn de onderwerpen waarover geschreven wordt met betrekking tot Arubanen?
6. In hoeverre is er sprake van verschillen tussen die vier dagbladen?

4.2 Toelichting deelvragen

In het onderzoek worden verschillende aspecten van de berichtgeving over Arubanen onderzocht en deze aspecten zijn vormgegeven met behulp van de deelvragen. Deze verschillende aspecten worden in paragraaf 4.3. verder uitgewerkt tot variabelen. Maar waarom is het belangrijk om deze aspecten te onderzoeken? In deze paragraaf zal deze vraag beantwoord worden. Deelvraag 1 heeft betrekking op de stelling van Van Dijk dat er niet veel aandacht is voor etnische minderheden in de media. Daarnaast is het belangrijk om een uitspraak te doen over de complete omvang van de berichtgeving in de dagbladen voordat de aard van de berichtgeving wordt onderzocht. Vooral bij kwantitatief onderzoek ligt de nadruk op de vraag hoe vaak een bepaald verschijnsel voorkomt; de frequentie is van belang. In dit geval is het van belang om te weten hoeveel

artikelen over Arubanen in de onderzoeksperiode zijn verschenen en hoe groot deze artikelen zijn. De tweede deelvraag heeft betrekking op de aard van de berichtgeving. Het is namelijk cruciaal om te weten wat voor soort berichten onderzocht worden. Bij deze deelvraag wordt gelet op de verschillende typen artikelen die gebruikt worden in de berichtgeving, de soort bronnen die in de artikelen aan bod komen en de plaatsing van de artikelen in de verschillende secties van de dagbladen. Een interview met een Arubaanse artiest die geplaatst is in de sectie entertainment zonder bronvermelding is van een ander kaliber dan een uitgebreide reportage met vermelding van de naam van de journalist die geplaatst wordt op de voorpagina. De verwachting is dat er enerzijds bij de populaire dagbladen, de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad*, en anderzijds bij de elitekranten, de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad*, een duidelijk verschil merkbaar zal zijn wat betreft de aard van de artikelen.

De derde deelvraag betreft twee verschillende aspecten namelijk de focus van de artikelen met betrekking tot Arubanen en de mate waarin Arubanen gekoppeld worden aan Antillianen. Met focus wordt bedoeld in hoeverre Arubanen, of Aruba het hoofd, - of nevenonderwerp vormen in het artikel. Dit aspect is belangrijk om te onderzoeken omdat het een beeld schetst over het niveau van de berichtgeving met betrekking tot Arubanen. Gaat de inhoud van het artikel over voornamelijk Arubanen, het land Aruba of over één Arubaan? Om een oordeel te kunnen geven over de complete beeldvorming is het belangrijk om hier onderscheid tussen te maken. Het tweede aspect van de deelvraag betreft het wel of niet samenvoegen van Arubanen en Antillianen in de berichtgeving. De vraag of er een koppeling is tussen deze twee groepen heeft betrekking op de bewering van Shadid, namelijk dat de media de heterogeniteit van etnische minderheden verwaarloosd (Shadid, 2008:37). Doordat Arubanen en Antillianen doorgaans samengevoegd worden onder dezelfde noemer is het voor het onderzoek van belang om te kijken hoe vaak, bij welke onderwerpen en bij welke dagbladen dit gebeurt. Deelvraag 4 tot en met 6 hebben betrekking op de inhoud van de artikelen. Deelvraag 4 houdt in dat er gekeken wordt naar de toonzetting of teneur van de koppen en het tekstgedeelte van de artikelen met betrekking tot Arubanen. Hierbij wordt gelet op de woordkeuze en mening van de auteur en op de context van het artikel. Deze deelvraag is doorslaggevend voor het onderzoek omdat hier het onderscheid gemaakt wordt tussen negatieve, positieve en neutrale teneur over Arubanen en dus ook hoe de beeldvorming is in deze termen. Het probleem in dit geval is dat het oordelen voornamelijk berust op een subjectieve interpretatie van de onderzoeker en deze moet doorgaans geïnformeerd zijn over de ideologie en politieke kleur van de desbetreffende krant (Hansen et al., 1998: p.115). Wat de ideologieën en politieke kleuring van de verschillende dagbladen zijn wordt in hoofdstuk 5 verder besproken. In deelvraag 5 komen de verschillende onderwerpen waarover geschreven wordt met betrekking tot Arubanen aan bod. Het is belangrijk om te weten wat deze onderwerpen zijn, zodat het duidelijk is met welke onderwerpen Arubanen in het nieuws worden gebracht. Wat de verschillende onderwerpen zijn wordt in paragraaf 4.3. verder uitgelegd.

Deelvraag 6 betreft de verschillen tussen de vier dagbladen met betrekking tot de voorgaande onderzoeksresultaten.

4.3 Onderzoekseenheden, variabelen en codeerschema

De onderzoekseenheden zijn de artikelen die via *Lexis Nexis Academic* met de zoektermen Arubaan/ Arubanen, uit de vier dagbladen respectievelijk; de *Telegraaf*, het *Algemeen Dagblad*, de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad*, geselecteerd worden. De onderzoeksperiode loopt van 1 januari 2004 tot 1 januari 2009. De keuze voor deze onderzoeksperiode is gebaseerd op een aantal maatschappelijke ontwikkelingen. Allereerst zijn er de ontwikkelingen die ontstonden toen Natalee Holloway op 30 mei 2005 verdween terwijl ze met haar klasgenoten op Aruba vakantie vierde. Deze gebeurtenis heeft een enorme mediahype veroorzaakt waardoor Aruba veel publiciteit kreeg. Om een niet te eenzijdig beeld te geven over de berichtgeving over Arubanen, is ervoor gekozen om het jaar voordat Natalee Holloway verdween als beginpunt te nemen van de onderzoeksperiode. Een tweede ontwikkeling die vooral van de laatste vijf jaar speelt, is het debat over probleemjongeren in de grote steden. Van verschillende politieke partijen kwamen er stemmen op om de Antilliaanse en Arubaanse jongeren die binnen drie maanden na hun aankomst en verblijf in Nederland nog geen werk of studie hadden, terug te sturen naar hun geboorte-eiland. Dit discriminerende plan werd door vele politieke partijen verworpen en kreeg ook veel aandacht in de Nederlandse media. In de gehele westerse samenleving is er ook sprake van individualistisch tijdperk, waarin er weinig wederzijds begrip wordt getoond voor andere culturen. Verscheidene bevolkingsgroepen klagen over de verharding van de Nederlandse samenleving. Als voorbeeld is een citaat van Shadid gegeven: ‘In Nederland waar de noodzakelijke juridische ruimte voor een multiculturele samenleving in voldoende mate aanwezig is, kalft het maatschappelijk draagvlak daarvoor de laatste jaren in toenemende mate sterk af’ (Shadid, 2008: 16). In dit onderzoek is op basis van het codeerschema van Hansen et al., (1998) uit het boek *Mass Communication Research Methods*, een codeerschema geconstrueerd.

Voor het coderen zijn de volgende variabelen gebruikt.

1. artikelnummer; dit is het nummer die op basis van het selectie criterium wordt toegewezen aan het artikel door *Lexis Nexis Academic*.
2. naam krant: 1. de *Telegraaf*, 2. de *Volkscrant*, 3. het *NRC Handelsblad*, 4. het *Algemeen Dagblad/ AD*.
3. dag, dit zal een nummer tussen 1 en 31 bedragen.
4. maand, dit zal een nummer tussen 1 en 12 zijn.
5. jaar, dit zal aangegeven worden als volgt: 1= 2004, 2= 2005, 3= 2006, 4= 2007, 5= 2008.
6. Artikel omvang, dit zal aangegeven worden met het aantal woorden: 1= <250, 2= 250-500, 3= 501-750, 4= 751-1000, 5= 1001-1250, 6=>1250.

7. Type Artikel: 1=nieuwsbericht, 2= reportage, 3=interview, 4= achtergrond, 5=rechtbankverslag, 6=fotobijschrift, 7=hoofdartikel, 8=opiniestuk, 9= column, 10= ingezonden brief, 11= recensie, 12=krantenrecensie, 13= tv recensie, 14= radio en tv vooraf, 15= portret, 16= necrologie, 17=uitgaansagenda (bijlage 1).
8. Bron: 1= journalist, 2= redactie (naamloos, van de redactie of van onze correspondent), 3= deskundige, 4= politicus, 5=burger, 6=ANP, 7= hoofdredacteur.
9. Secties van de dagbladen: 1= binnenland, 2=buitenland, 3= binnen/buitenland, 4= economie, 5= kunst, uitgaan, entertainment, media, pagina privé, 6= forum, 7= voorpagina, 8= achterpagina, 9=Sport, 10= niet vermeld.
10. Focus Arubanen: 1= Arubanen zijn het hoofdonderwerp, 2= Arubanen zijn het nevenonderwerp, 3= één Arubaan is het hoofdonderwerp, 4= één Arubaan is het nevenonderwerp, 5= Aruba is het hoofdonderwerp, 6= Aruba is het nevenonderwerp.
11. Teneur kop: 1= positief, 2= negatief, 3= neutraal, 4= genuanceerd.
12. Teneur artikel 1: 1= positief, 2= negatief, 3= neutraal, 4= genuanceerd.
13. Teneur artikel 2: 1= positief, 2= negatief, 3= neutraal.
14. Onderwerp artikel: 1= zaak Natalee Holloway, 2= beroemde Arubanen 1 (artiesten, publieke personen, couturiers), 3= beroemde Arubanen 2 (sporters), 4= koninkrijksrelaties, 5= problemen met Arubanen, 6= Aruba als subject, 7= homohuwelijk, 8= sport, 9= allochtonen in het algemeen, 10= anders (bijlage 2)
15. Koppeling met Antillen/ Antillianen: 1= ja, 2=nee.

De variabele 1, artikelnummer, is het nummer dat het artikel krijgt op basis van het selectie criterium door *LexisNexis*. Variabele 2, naam krant, betreft in welk dagblad het artikel is verschenen. Variabelen 3,4 en 5 hebben betrekking tot de datum waarop het artikel in de krant is verschenen. Variabele 6 is van belang voor het beantwoorden van de eerste deelvraag namelijk wat de omvang van de berichtgeving is. Variabele 7 tot en met 9 zijn belangrijk voor het onderzoeken naar de aard van de berichtgeving, deelvraag 2. De onderwerpen bij variabele 14 zijn gebaseerd op een voorbereidend globale analyse waaruit bleek dat deze onderwerpen veelvoudig voorkwamen in de data-analyse. In de bijlage is een overzicht van de onderwerpen weergegeven. Deze variabele wordt gebruikt voor het beantwoorden van deelvraag 5.

De variabelen 11 tot en met 13 zijn essentieel voor het beantwoorden van deelvraag 4 namelijk wat het oordeel is over Arubanen in de kop en in het tekstgedeelte van het artikel. De teneur van de koppen, variabele 11, is gebaseerd op de woordkeuze en/of de mening van de auteur. Is er in de kop sprake van een negatieve beoordeling over Arubanen dan krijgt de kop de label negatief, als er sprake is van een positieve toon dan krijgt de kop de label positief, wanneer geen mening of toon kan worden geïnterpreteerd dan krijgt de kop de label neutraal. Als er in de kop verschillende tonen geïnterpreteerd kunnen worden, dan krijgt het de label genuanceerd. Voor de analyse naar de toonzetting of teneur van de artikelen worden twee variabelen onderscheiden namelijk teneur artikel 1

(variabele 12) en teneur artikel 2 (variabele 13). Variabele 12, teneur artikel 1, heeft net zoals de teneur van de kop (variabele 11) betrekking op de woordkeuze en/of mening van de auteur. Is er in het artikel op basis van woordkeuze en/of mening van de auteur sprake van een negatieve beoordeling over Arubanen dan krijgt deze variabele de label negatief. Wanneer er sprake is van een positieve toon dan krijgt deze variabele de label positief. Als er geen mening of toon kan worden geïnterpreteerd dan krijgt de variabele de label neutraal. Als er in het artikel verschillende tonen geïnterpreteerd kunnen worden, dan krijgt het de label genuanceerd. Variabele 13, teneur artikel 2, kan positief, negatief of neutraal zijn en berust op de context van het artikel. De keuze voor deze labels berust op mijn waardeoordeel. Op basis van de *framing* theorie acht ik mezelf als wetenschapper instaat om te oordelen over de toon van het bericht. Deze theorie benadrukt het belang van hoe, en in welke context de berichten getoond worden. Wanneer Arubanen in een positieve context geplaatst worden, krijgt de toon van het bericht een positief label, wanneer Arubanen in een negatieve context geplaatst worden krijgt de toon van het bericht een negatief label, en als er geen sprake is van zowel een positief als negatieve context dan krijgt het onderwerp de label neutraal. Het gaat om de vraag of de context waar Arubanen aan worden verbonden, positief of negatief is. Er is gekozen voor het afzonderlijk onderzoeken van de teneur van de kop als voor de teneur van het artikel doordat het regelmatig voorkomt dat in de kop wordt geprobeerd om de aandacht van de lezer te trekken door bijvoorbeeld populair taalgebruik of een citaat. Het kan bijvoorbeeld zijn dat een artikel kopt met: Stuur de criminele Arubanen weg, wat een negatief teneur bevat, terwijl in het artikel bijvoorbeeld positief over Arubanen wordt geschreven. Tevens is er gekozen voor het onderscheiden van de teneur artikel in twee variabelen zodat enerzijds de woordkeuze van de auteur in het artikel wordt geanalyseerd en anderzijds de context van het artikel.

Variabele 10 en variabele 15 zijn geschikt voor het beantwoorden van deelvraag 3, namelijk in hoeverre Arubanen het hoofdonderwerp zijn in de berichtgeving. Variabele 10, focus Arubanen, is onderverdeeld om een breder beeld te geven over de aandacht voor Arubanen in de dagbladen. Artikelen waarvan Arubanen, Aruba, of één Arubaan en passant genoemd worden, zullen niet meegenomen worden in de resultaten want dan wordt een conclusie getrokken over een artikel die eigenlijk niet over Arubanen gaat. De variabele koppeling met Antillen/Antillianen geeft weer of in het desbetreffende artikel Arubanen aan Antillianen worden gekoppeld, of Aruba aan de Antillen wordt gekoppeld door de auteur. Het is niet de bedoeling om een mening te vormen over zowel Arubanen en Antillianen, het onderzoeken van deze koppeling is van belang om aan te kunnen tonen dat de dagbladen de heterogeniteit van de verschillende etnische minderheden niet in acht nemen. De Antillianen en Arubanen die in Nederland woonachtig zijn, verschillen aan de hand van inkomen, opleiding, culturele achtergrond etc. De Antillianen en Arubanen waarover negatief bericht wordt gegeven maar zes procent uitmaken van de Arubaanse en Antilliaanse bevolkingsgroep in Nederland. Deze zogenaamde probleemgroep bestaat voornamelijk uit kansarme, onopgeleide jongeren die zich grotendeels in de Randstad vestigen. Als ondersteuning voor dit argument wordt

een citaat gegeven van PvdA kamerlid John Leerdam in een artikel van de *Volkscrant* van 27 juni 2008: 'Antilliaanse en Arubaanse rolmodellen zijn er in overvloed, zowel binnen als buiten mijn eigen kring. Zij allen maken deel uit van wat ik 'de vergeten 93 procent' noem. En daarmee bedoel ik de 93 procent van de Antillianen en Arubanen die voorbeeldige burgers zijn. Zij zijn de vergeten groep die wordt overspoeld met negatieve berichten over 'de' Antillianen en Arubanen.' (<http://academic.lexisnexis.nl/eur/>). Tevens is de verwachting dat de heterogeniteit tussen Arubanen en Antillianen als bevolkingsgroepen, in de dagbladen wordt verwaarloosd. In het historisch overzicht van Aruba is een beeld geschetst van het Arubaanse volk. Niet alleen staatkundig horen Arubanen niet tot de noemer Antillianen, maar ook cultureel gezien kent Aruba een andere geschiedenis dan de Antillen.

Ter ondersteuning voor dit argument wordt het volgende citaat weergegeven van Frank Bovenkerk, cultureel antropoloog en sinds 1988 hoogleraar in de criminologie aan het Willem Pompe Instituut voor Strafrechtswetenschappen van de Juridische Faculteit van de Universiteit Utrecht (www.professorfrankbovenkerk.nl). Dit artikel werd op 25 april 2006 in het *NRC Handelsblad* gepubliceerd en gaat over de terugkeerregeling van criminele Antilliaanse en Arubaanse probleemjongeren. Over deze terugkeerregeling schrijft Frank Bovenkerk het volgende:

Dat zo'n regeling betrekking heeft op alle Antillianen, is op zichzelf discriminerend. Het echte probleem zit bij jongeren uit de Nederlandse Antillen die afkomstig zijn uit niet meer dan vijftien probleemwijken op Curaçao. Met de overige bewoners uit de Antillen (Curaçao heeft in totaal 160 wijken) is in crimineel opzicht weinig aan de hand en dat geldt ook voor de groep van middenklasse emigranten die reeds tientallen jaren in Nederland wonen. Ik zie echter niet hoe het administratief anders zou kunnen dan de regeling op de gehele bevolking van toepassing te verklaren. Maar als je discrimineert, moet je het ook goed doen. Het ontgaat mij volkomen waarom ook de ruim 100.000 Arubanen onder deze regeling moeten vallen. Die groep levert geen enkel bijzonder crimineel risico op. Ze staan er alleen maar bij omdat de cijfers in onze statistieken Antillianen en Arubanen samen nemen in plaats van apart. In de literatuur over de criminaliteit van Antillianen in Nederland worden de Arubanen nergens zelfstandig genoemd. In de twee onderzoeken in de Memorie van Toelichting bij het wetsvoorstel is dat ook zo. De één gaat over statistiek en daar staat een gecombineerde kolom over Antillianen/Arubanen en de ander gaat over vuurwapenbezit en daar wordt het hele woord Arubaan niet eens in genoemd. Aruba vormt te midden van het Caribische gebied (Jamaica, Haïti, Dominicaanse Republiek) een oase van rust. De jaarverslagen van de politie over alledaagse criminaliteit laten niets bijzonders zien. Het laatste criminologische onderzoek dat men er nodig heeft gevonden te doen, dateert van 1996. Het onderzoek 'Jeugdcriminaliteit op Aruba' is verricht door twee Nederlandse onderzoekers: Van der Laan en Essers. Zij verbazen zich over de lage criminaliteit, die per 1.000 inwoners nog niet één vierde is van die in Nederland. Ook het interessante rapport over drugs in Aruba van Sankatsing toont een opmerkelijk ontspannen beeld.

Als er wetenschappelijk iets interessant is aan het geval Aruba, dan is het wel dat de misdaadcijfers er zo opvallend laag zijn. Het land ligt nota bene het dichtst bij Colombia van het gehele Koninkrijk der Nederlanden en er zijn dagelijkse vluchten naar Amerika en Nederland. Desondanks is het aantal bolletjesslikkers in de vliegtuigen uit Aruba bij onze honderd-procent-controles op Schiphol opmerkelijk laag. Misschien komt het door de relatieve welvaart van dit toeristeneiland of door de greep die de rooms-katholieke kerk nog steeds op de bevolking heeft. Er is in ieder geval geen enkele reden om de inwoners van dit eiland te stigmatiseren door hen mee te nemen in het wetsvoorstel om criminele Antillianen retour te zenden. Aruba is al twintig jaar een land op zichzelf. Het ontgaat mij volkomen waarom ook de 100.000 Arubanen onder de regeling vallen (<http://academic.lexisnexis.nl/eur/>).

4.3 Methoden en technieken

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van deels kwantitatieve inhoudsanalyse en deels kwalitatieve inhoudsanalyse. Inhoudsanalyse is per definitie een kwantitatieve methode, waarbij het doel is om vele kenmerken, frequenties, omvang van het onderzochte weer te geven (Hansen et al., 1998: 95). Belangrijk hierbij is dat er genoeg onderzoeksmateriaal is waarover een uitspraak gedaan kan worden, want de vraag hoe vaak iets voorkomt is hier van belang. De kwantitatieve inhoudsanalyse zal betrekking hebben op de variabelen naam dagblad, datum, aantal woorden, plaatsing artikel, koppeling tussen Arubanen en Antillianen, soort bronnen, en het type artikel. Kwalitatieve inhoudsanalyse heeft een meer interpreterende functie. De vraag die bij kwalitatieve analyse van belang is: Wat en hoe wordt er over het onderzochte gesproken? Kwalitatief onderzoek is onderzoek waarbij vooral gebruik gemaakt wordt van gegevens van een kwalitatieve aard en als doel heeft om onderzoeksproblemen in en of situaties, gebeurtenissen en personen te beschrijven en te interpreteren (Baarda et al., 1995: 15). De kwalitatieve inhoudsanalyse zal betrekking hebben op de variabelen: teneur van het bericht, teneur van de kop, focus Arubanen en onderwerp artikel.

Hoofdstuk 5 Profielen van Dagbladen

5.1. Inleiding

Dit hoofdstuk verschaft informatie over de vier dagbladen die zijn geselecteerd voor het onderzoek namelijk: Het *Algemeen Dagblad*, De *Telegraaf*, de *Volkscrant* en Het *NRC Handelsblad*. Er is gekozen voor deze vier dagbladen omdat zij onder de betaalde kranten de vier meest prominente dagbladen zijn op de Nederlandse dagbladenmarkt.

In paragraaf 5.2 wordt dieper ingegaan op hoe de dagbladen verschillen van elkaar. In paragraaf 5.3 wordt het profiel van de *Telegraaf* behandeld. In paragraaf 5.4 wordt de *Volkscrant* behandeld, in paragraaf 5.5 het *NRC Handelsblad* en tenslotte komt in paragraaf 5.6. het *Algemeen Dagblad* aan bod.

5.2 Indeling van dagbladen

Er zijn in Nederland verschillende dagbladen die onderverdeeld kunnen worden in landelijke bladen, regionale bladen, gespecialiseerde dagbladen, en gratis dagbladen. De *Telegraaf*, De *Volkscrant*, het *Algemeen Dagblad* en het *NRC Handelsblad* zijn landelijke bladen waarbij De *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* aparte regionale pagina's hebben. De *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* worden getypeerd als populaire dagbladen en de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* als kwaliteitskranten. Deze indeling is volgens Bakker en Scholten (2007) niet correct, omdat deze zou suggereren dat de eerstgenoemde kranten geen kwaliteit zouden hebben. Met het begrip 'kwaliteit' wordt een niet uitgesproken verhouding tussen '(politieke) informatie' versus 'amusement' bedoeld. Een krant met relatief veel (politieke) informatie en een geringe hoeveelheid amusement wordt een kwaliteitskrant genoemd en wanneer er sprake is van het tegenovergestelde dan wordt de krant een populaire krant genoemd. Een betere manier om de landelijke dagbladen in te delen is om te kijken naar het lezerspubliek. De lezerskringen van de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* zijn vooral vertegenwoordigd in de hogere inkomens- en opleidingscategorieën, terwijl de lezerskringen van het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* veelal een dwarsdoorsnede zijn van de Nederlandse bevolking (Bakker et al., 2007:7). Volgens Kaiser (1987) kunnen de kranten onderverdeeld worden aan de hand van hun inhoud. Zij gebruikt voor de inhoudsindeling de volgende categorieën:

- Beleidsinformatie: informatie over allerlei maatschappelijke en politieke organisaties en instellingen,
- Praktische informatie: zoals het weerbericht, de uitgaansagenda, de beursnoteringen
- Human interest: reeks van artikelen die gaan over alledaagse en bijzondere dingen van ongevallen en rampen tot roddels over *royalty*, *celebrities* etc.
- Verstrooiing: Strips, feuilletons, sport, auto's, trends en dergelijke. (Bardoel et al., 1987:112)

Kaiser stelt dat er globaal twee soorten kranten te onderscheiden zijn: de populaire massakranten en de kaderkranten. De kaderkranten zoals de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* schenken meer aandacht aan beleidsinformatie dan populaire massakranten zoals de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad*, maar de populaire massakranten schenken op hun beurt meer aandacht aan *human interest stories*. Verder brengen de kaderkranten meer nieuws en achtergrondinformatie uit het buitenland en hebben ze meer redactionele ruimte voor opinie en commentaar. Zoals al eerder vermeld is, kan ook onderscheid gemaakt worden naar welk welstandsklasse het lezerspubliek van de desbetreffende krant toebehoort. In Nederland zijn er 5 welstandsklassen:

- 1: zijn mensen die het grootste inkomen hebben in de samenleving zoals directeuren, artsen en topambtenaren.
 - 2: de bovenlaag van de middenklasse zoals zelfstandige ondernemers, veel ambtenaren, en functionarissen.
 - 3: Is de onderlaag van deze categorie
 - 4: omvat de minder welgestelden zoals de kleine middenstand, geschoolde arbeiders, lager personeel.
 - 5: de minst welgestelden zoals ongeschoolden, uitkeringsgerechtigden, gepensioneerden.
- (Bardoel et al., 1987: 114)

Voor dit onderzoek worden de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* onder de noemer populaire dagbladen geschaard en de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* onder de noemer elite kranten. Deze indeling is gebaseerd op de welstandsverdeling van het lezerspubliek en naar de inhoud van de dagbladen.

5.3 Telegraaf

De *Telegraaf* is een krant die vanaf het begin ongebonden was aan een kerkelijke richting, een politieke partij of een belangengemeenschap. Deze onpartijdige houding wordt afgespiegeld in een brede berichtgeving (www.telegraaf.nl). De gemiddelde oplage voor de *Telegraaf* bedroeg in 2008: 666.555 (www.mediamonitor.nl).

Van de website van *de Telegraaf Media Nederland* is het volgende stukje overgenomen:

De *Telegraaf* is de grootste en meest gelezen krant van Nederland. Als enig landelijk dagblad brengt zij 7 dagen per week het laatste nieuws en uitgebreide achtergrondverhalen. De *Telegraaf* heeft een eigen redactionele formule bestaande uit verschillende katernen die iedere dag van de week verschillen. De katernen binnen- en buitenlandsnieuws, Telesport en de Financiële Telegraaf verschijnen dagelijks. (www.telegraafmedia.nl)

Van de website van de *Telegraaf Media Groep* wordt deze citaat overgenomen: ‘De *Telegraaf* als geen ander weet wat er bij de Nederlanders leeft. De *Telegraaf* is een toegankelijke krant met de juiste balans tussen nieuws en verstrooiing. Een combinatie waarmee de *Telegraaf* groot is geworden’ (www.tgm.nl).

Volgens Ruempol (1997) is de *Telegraaf* een van oorsprong conservatieve krant die sinds de jaren 70 minder conservatief is geworden. In politiek opzicht staat de *Telegraaf* rechts van het midden. De lezer wil en krijgt vaak sensationeel nieuws dat op een gemakkelijke manier geschreven is. Zoals uit het bovenstaand citaat naar voren komt is amusement een belangrijk onderdeel van de krant. De *Telegraaf* wordt vooral gelezen door mensen uit de klassen 3 en 4 dus door de onderlaag van de middenklasse en de minder welgestelden.

5.4 Volkskrant

De *Volkskrant* opgericht in 1921, was van oorsprong het blad van de katholieke arbeider en onderhield tot voor de ontzuiling nauwe banden met de katholieke vakbeweging. In de tweede helft van de jaren zestig werd de *Volkskrant* uitgeroepen tot dé krant van links Nederland. Tegenwoordig staat de *Volkskrant* bekend als een vooruitstrevende kwaliteitskrant voor een breed publiek. De krant richt zich op het politiek nieuws, maar ook op buitenlandsnieuws met behulp van correspondenten. Over het algemeen zijn de lezers goed opgeleid en welgesteld. Volgens PCM uitgevers is de *Volkskrant* ‘ een spannende krant die geen onderwerp schuwt; eerlijk en open, serieus en met een onafhankelijk oordeel. De krant is de spiegel van de samenleving die tast, kraakt en schuurt. De menselijke maat staat voorop’ (www.pcmuitgevers.nl/). De oplage van de *Volkskrant* bedroeg in 2008: 260.915 (www.mediamonitor.nl).

5.5 NRC Handelsblad

NRC Handelsblad, ontstaan uit een fusie van de *Nieuw Amsterdamse Courant*, het *Algemeen Handelsblad* en de *Nieuwe Rotterdamse Courant*, richt zich van oudsher op een liberaal lezerspubliek en raadden hun lezers tegen verkiezingstijd aan op VVD te stemmen. De formule was ‘kwaliteitskrant’ voor lezers van hoger en middelbaar onderwijs met een streven naar objectiviteit (Van Lier, 2004). Van de website van PCM Uitgevers is het volgende stuk geciteerd:

‘ Het doel van het *NRC Handelsblad* is om de bovengemiddeld geïnteresseerde lezer te bedienen met moderne, degelijke en diepgravende journalistiek. Vrij van geest, objectief en onafhankelijk, met een strikte scheiding van feiten en opinies. De krant informeert, de lezer concludeert. *NRC Handelsblad* is een onafhankelijke avondkrant met uitgebreide aandacht voor politiek, economie, cultuur, wetenschap, opinievorming en het buitenland. De krant geeft bijzondere aandacht aan internationale politieke en economische ontwikkelingen, dankzij een voor Nederland uniek netwerk van correspondenten en terzake kundige vakredacteuren. Ook culturele trends en innovaties in de wetenschap worden nauwlettend gevolgd en verslagen. In *NRC Handelsblad* vindt de lezer kwalitatief hoogwaardige artikelen, geschreven door vakmensen. De lezers van het *NRC Handelsblad* zijn kritisch, onderzoekend en internationaal geïnteresseerd. Ze willen niet alleen weten wat er in de wereld gebeurt, maar ook achtergronden kennen en

verbanden kunnen zien. Ze zijn beduidend meer dan de gemiddelde Nederlander geïnteresseerd in economie, beleggen, kunst, literatuur en wetenschap. NRC-lezers onderscheiden zich op academisch niveau en behoren tot de hoogste welstandsklassen'. (www.pcmuitgevers.nl)

Volgens Kaiser behoren de lezers van het *NRC Handelsblad* tot de hoogste welstandsklassen namelijk klasse 1 en 2 (Kaiser, 1987:114). In 2008 bedroeg de gemiddelde oplage van het *NRC Handelsblad* 216.126 (www.mediamonitor.nl).

5.6 Algemeen Dagblad

Algemeen Dagblad is opgericht na de Tweede Wereld Oorlog om de Nieuwe Rotterdamse Courant N.V. opnieuw leven in te blazen. De identiteit wordt weergegeven als een neutrale, onafhankelijke en populaire krant die sinds de oprichting losstaat van enige politieke partij, enig kerkgenootschap of enige belangengroepering (Van Lier, 2004). AD lezers hebben een brede interesse in zaken die in de samenleving spelen en zijn doorgaans welstandig en middelbaar- of hoogopgeleid. Zij kennen een druk (gezins)leven en genieten bovendien met volle teugen van het leven. Het grootste gedeelte van de AD lezers woont in de Randstad. Zij zijn zowel geïnteresseerd in landelijk als regionaal nieuws. Ook telt het AD veel sportliefhebbers onder haar lezers(www.adverteren.ad.nl). Volgens Kaiser behoren de lezers van het *Algemeen Dagblad* tot de middenklasse namelijk niveau 2 en 3. Het AD heeft in 2008 een gemiddelde oplage bereikt van 458.491 (www.mediamonitor.nl).

Hoofdstuk 6 Onderzoeksresultaten

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. Elke beantwoording van een deelvraag wordt geplaatst in een aparte paragraaf.

In iedere paragraaf zullen eerst de onderzoeksresultaten weergegeven worden wat betreft alle artikelen in totaal, daarna de resultaten gespecificeerd per krant. In totaal zijn 220 artikelen in de eerste globale analyse meegenomen en het kan zowel gaan om artikelen die geheel gewijd zijn aan Arubanen als om artikelen met korte verwijzingen naar Arubanen. In de uiteindelijke analyse zijn maar 196 artikelen opgenomen omdat enkele artikelen dubbel of drievoudig voorkwamen in *Lexis Nexis*. Dit betrof de artikelen 55, 56, 96, 97, 99, 101, 102 en 104.

Deze artikelen waren precies dezelfde artikelen als de nummers die ervoor kwamen. Artikelnummer 164 werd ook niet meegenomen in de analyse omdat de desbetreffende krant, de *Telegraaf*, geen publicatierechten had voor dit artikel. Daarnaast is ervoor gekozen om de artikelen waarin Arubanen, een Arubaan of Aruba en passant werden genoemd, niet mee te nemen in de analyse omdat deze artikelen geen betrekking hebben op Arubanen. Ze worden toevallig kort vermeld in de berichten, of als verwijzing gebruikt en mijn mening is dat deze artikelen geen toegevoegde waarde hebben voor het onderzoek. De onderzoeksresultaten van dit hoofdstuk betreffen de 196 artikelen uit de uiteindelijke analyse.

De volgorde waarop de resultaten worden weergegeven is als volgt:

- omvang
- aard artikelen
- focus/koppeling
- oordeel
- onderwerpen
- verschillen tussen dagbladen

6.2 Onderzoeksresultaten deelvraag 1

De deelvraag is: *Wat is omvang van de berichtgeving over Arubanen?*

Als gekeken wordt naar het aantal artikelen per jaar is er nauwelijks sprake van groei. Uit de onderstaande tabel blijkt dat de meeste artikelen over Arubanen in het jaar 2008 zijn gepubliceerd maar de verschillen met de andere jaren zijn klein. In 2008 waren er in totaal 46 artikelen over Arubanen, in 2007: 39 artikelen, in 2006: 41 artikelen, in 2005: 40 artikelen en in 2004: 30 artikelen. Wat uit deze tabel opvalt, is dat het *Algemeen Dagblad* in 2004 geen artikelen publiceerde over Arubanen. Uit tabel 1 en diagram 1 kan worden afgelezen dat van de 196 berichten het *NRC Handelsblad* 58 artikelen (30%) heeft, de *Telegraaf* 53 artikelen (27%), de *Volkscrant* heeft 45 artikelen (23%) en tenslotte heeft het *Algemeen Dagblad* 40 artikelen (20%). Hieruit kan geconcludeerd worden het *NRC*

Handelsblad het meeste aantal artikelen had, gevolgd door de *Telegraaf*, daarna door de *Volkscrant* en tenslotte het *Algemeen Dagblad*. De vier dagbladen verschillen niet veel ten opzichte van elkaar in het aantal artikelen en ook niet ten opzichte van de verschillende jaren.

Tabel 1 Absolute en relatieve verdeling aant. artikelen per dagblad per jaar

	<i>Telegraaf</i> Aant./%	<i>Volkscrant</i> Aant./%	<i>NRC</i> Aant./%	<i>AD</i> Aant./%	Totaal Aant. /%
2004	11(21%)	8(18%)	11(18%)	0(0%)	30(15%)
2005	12(22%)	12(27%)	15(25%)	3(8%)	40(20%)
2006	8(15%)	6(13%)	14(23%)	13(33%)	41(21%)
2007	11(21%)	12(27%)	8(13%)	8(20%)	39(20%)
2008	11(21%)	7(15%)	12(20%)	16(40%)	46(24%)
Totaal	53(27%)	45(23%)	58(30%)	40(20%)	196(100%)

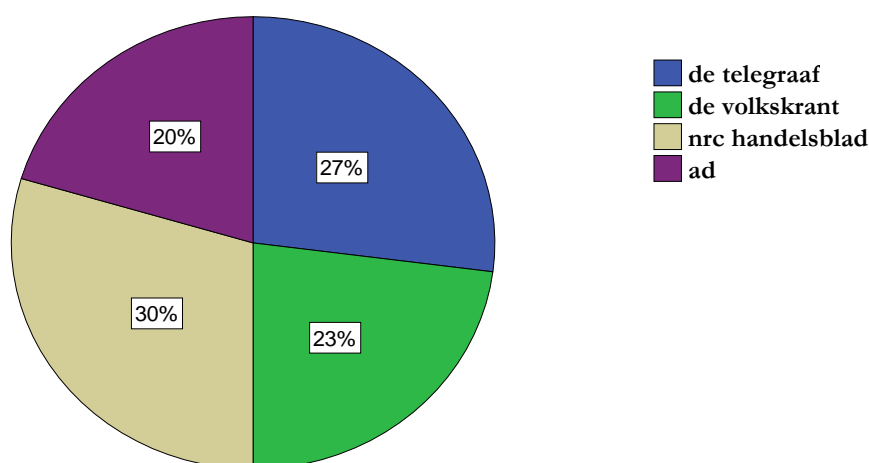


Diagram 1 Relatieve verdeling aantal artikelen per dagblad

In de onderstaande tabel zijn de absolute en relatieve verdeling van de omvang van de artikelen per dagblad weergegeven. De artikelen met een geringe omvang, tot en met 500 woorden, zijn verreweg de meest voorkomende artikelen namelijk: 111 artikelen. Dit is 56 procent van het totaal aantal artikelen. 63 artikelen (32%) hebben een omvang die tussen de 250 -500 woorden bedraagt. 48 artikelen (25%) hebben een omvang die minder dan 250 woorden bedraagt. 42 artikelen (21%) hebben een omvang tussen de 501-750 woorden. 22 artikelen (11%) hebben een omvang tussen de 751-1000 woorden, 10 artikelen (5%) hebben een omvang van tussen de 1001-1250 woorden. 11 artikelen (6%) hebben een omvang die groter is dan 1250 woorden. Deze percentages zijn duidelijk af te lezen in diagram 2.

Wat verder uit tabel 2 kan worden afgelezen, is dat de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* vooral korte berichten publiceren over Arubanen. Het *Algemeen Dagblad* heeft het grootste aantal korte artikelen van minder dan 250 woorden, namelijk 18 artikelen (45%).

De artikelen die bij de *Telegraaf* het meest voorkomen zijn niet veel groter; 21 artikelen (40%) zijn tussen de 250-500 woorden. Bij de *Volkscrant* ligt de verdeling voor wat betreft het aantal woorden per artikel redelijk verspreid. Het grootste aantal artikelen van de *Volkscrant* namelijk 13 artikelen (29%) heeft een omvang van tussen de 501-750 woorden. Het *NRC Handelsblad* heeft het grootste aantal grote artikelen; wel liefst 15 artikelen (26 %) zijn tussen de 751-1000 woorden.

Tabel 2 absolute en relatieve verdeling omvang artikel in aantal woorden in totaal en per dagblad

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant/%	Aant/%	Aant/%	Aant/%	Aant/%
< 250	13(25%)	9(20%)	8(14%)	18(45%)	48(25%)
250-500	21(40%)	12(27%)	18(31%)	12(30%)	63(32%)
501-750	14(26%)	13(29%)	10(17%)	5(13%)	42(21%)
751-1000	1(1%)	3(7%)	15(26%)	3(7%)	22(11%)
1001-1250	2(4%)	3(7%)	5(9%)	0(0%)	10(5%)
>1250	2(4%)	5(11%)	2(3%)	2(5%)	11(6%)
Totaal	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

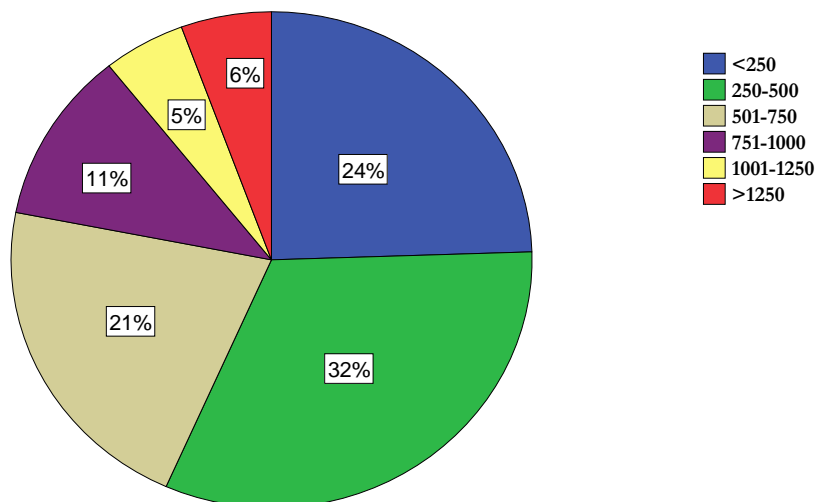


Diagram 2 Relatieve verdeling aantal woorden per artikel

6.3 Conclusie deelvraag 1

De deelvraag is: *Wat is de omvang van de berichtgeving over Arubanen?*

Op de vraag hoe de omvang van de berichtgeving over Arubanen in de dagbladen is, kan op basis van de onderzoeksresultaten geconcludeerd worden dat het grootste deel van de berichten bestaat uit korte berichten van niet meer dan 500 woorden. De meeste berichten over Arubanen zijn verschenen in 2008. Echter zijn de verschillen met de

andere jaren klein. Het opvallendste bij de analyse van het aantal berichten binnen de onderzoeksperiode is dat het *Algemeen Dagblad* in 2004 geen berichten publiceerde over Arubanen. De dagbladen verschillen niet veel met elkaar wat betreft het aantal berichten. *De Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* maken relatief gezien in hun berichtgeving meer gebruik van korte berichten dan de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad*. Deze laatste twee schenken ook aandacht aan Arubanen in de vorm van grotere artikelen. De meest voorkomende vorm van berichten zijn bij de *Telegraaf* korte berichten, tussen de 250-500 woorden, en bij het *Algemeen Dagblad* ook. Voor de *Volkscrant* geldt dat de meest voorkomende berichten, berichten zijn van tussen de 501 en 750 woorden. Bij het *NRC Handelsblad* zijn de meest voorkomende berichten grote berichten met een omvang van tussen de 751 -1000 woorden.

6.4 Onderzoeksresultaten deelvraag 2

De deelvraag is: *Wat is de aard van de berichtgeving over Arubanen?*

Bij het beantwoorden van deze deelvraag werd gelet op het type artikel, de soort bronnen die gebruikt werden en de secties van de dagbladen waarin de artikelen geplaatst zijn. Deze drie verschillende onderdelen zullen in deze bovenstaande volgorde beantwoord worden.

In tabel 3 kunnen we de absolute en relatieve verdeling van de typen artikelen aflezen per dagblad en van het totaal aantal artikelen. 95 artikelen (49%) zijn artikelen van het type nieuwsbericht. Deze groep vormt de ruime meerderheid wat betreft het type artikel. De daaropvolgende groep is de artikelen die van het type reportage zijn en deze groep wordt vertegenwoordigd door 40 artikelen (20%). De artikelen die na de reportages de grootste groep vormen zijn de achtergrondartikelen. 22 artikelen (11%) zijn van dit type artikel. In de tabel kunnen we ook de verdelingen per dagblad aflezen. Van alle dagbladen kan geconstateerd worden dat de meest voorkomende berichten van het type nieuwsbericht zijn. Bij het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* zijn meer dan de helft van de berichten nieuwsberichten. Bij de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* zijn de meerderheid van de berichten ook nieuwsberichten maar tevens zijn een groot aantal berichten reportages. Voor de *Volkscrant* geldt dat 14 artikelen (31%) reportages zijn en voor het *NRC Handelsblad* geldt dat voor 13 artikelen (22%). Achtergrondartikelen kwamen ook veel voor in de analyse. Voor de *Telegraaf* geldt dat 5 artikelen (9%) achtergrondartikelen zijn, voor de *Volkscrant* bedraagt dit aantal 3 artikelen (7%), voor het *NRC Handelsblad* is dit 9 artikelen (16%) en tenslotte zijn bij het *Algemeen Dagblad* 5 artikelen (13%) achtergrondartikelen. De twee populaire dagbladen hebben relatief veel interviews vergeleken met de ander twee dagbladen. Bij de *Telegraaf* zijn 5 artikelen (9%) interviews, voor het *Algemeen Dagblad* geldt dat voor 4 artikelen (12%), terwijl in de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* maar 1 artikel (2%) een interview is. In diagram 3 worden de relatieve verdeling van de verschillende typen artikelen in totaal weergegeven.

Tabel 3 absolute en relatieve verdeling type artikel in totaal en per dagblad

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkskrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
nieuwsbericht	29(55%)	18(40%)	23(40%)	25(63%)	95(49%)
ingezonden brief	4(8%)	2(4%)	2(3%)	2(5%)	10(5%)
recensie	-	1(2%)	1(2%)	-	2(1%)
portret	-	-	4(7%)	-	4(2%)
necrologie	1(2%)	-	-	-	1(0,5%)
correctie	-	1(2%)	-	-	1(0,5%)
reportage	9(17%)	14(31%)	13(22%)	4(10%)	40(20%)
interview	5(9%)	1(2%)	1(2%)	4(10%)	11(6%)
achtergrond	5(9%)	3(7%)	9(16%)	5(13%)	22(11%)
hoofdartikel	-	-	2(3%)	-	2(1%)
opiniestuk	-	5(11%)	2(3%)	-	7(4%)
column	-	-	1(2%)	-	1(0,5)
Totaal	53(27%)	45(23%)	58(30%)	40(20%)	196(100%)

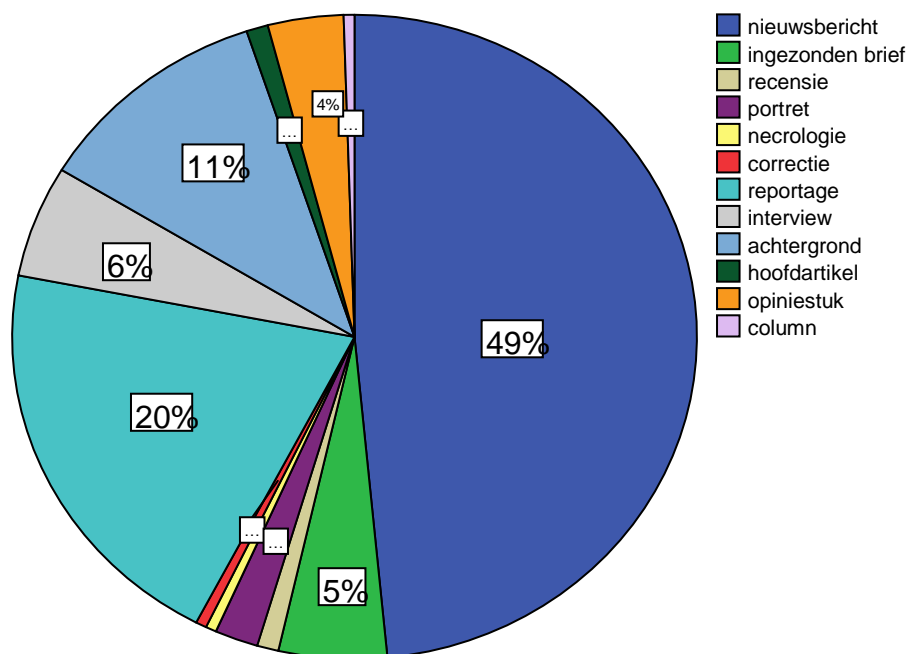


Diagram 3 relatieve verdeling type artikel

De onderstaande tabel betreft het tweede onderdeel van de deelvraag namelijk welke verschillende bronnen aan bod komen bij de dagbladen. 87 artikelen (44%) hebben als bron een journalist, 75 artikelen (38%) hebben als bron de redactie, naamloos, van onze

correspondent, of verslaggever. 13 artikelen (7%) zijn afkomstig van het ANP. 10 berichten (5%) hebben als bron een burger. 6 berichten (3%) hebben de hoofdredacteur als bron. 4 artikelen (2%) zijn afkomstig van een politicus. Deskundige bronnen komen blijkbaar heel weinig voor namelijk maar in 1 artikel (0,5%). De *Volkscrant* maakt veel gebruik van journalisten waarvan de namen worden vermeld: namelijk 28 artikelen (62%). Voor het *NRC Handelsblad* is ook van toepassing dat veel artikelen afkomstig zijn van journalisten waarvan de naam vermeld wordt namelijk 26 artikelen (45%). Voor het *Algemeen Dagblad* is van toepassing dat 17 artikelen (43%) afkomstig zijn van een journalist maar tegelijkertijd zijn 18 artikelen (45%) afkomstig van naamloze bronnen. De *Telegraaf* heeft in vergelijking met de andere dagbladen veel minder journalisten als bronnen; alleen 16 artikelen (30%). De laatstgenoemde maakt intensief veel gebruik van naamloze bronnen: 32 artikelen (60%). Het *NRC Handelsblad* is de enige krant waarin bij één artikel, een deskundige de bron is, en de *Volkscrant* gebruikt relatief meer politica als bronnen dan de andere dagbladen namelijk 3 artikelen (7%). Opvallend is dat bij het *NRC Handelsblad* 5 artikelen (9%) als bron de hoofdredacteur hebben. De *Volkscrant* heeft maar 1 bericht waarin de hoofdredacteur de bron is en de andere twee dagbladen hebben geen berichten waarin de hoofdredacteur de bron is. De *Telegraaf* heeft ten opzichte van de andere dagbladen meer burgers als bronnen 4 artikelen (8%). De relatieve verdeling van het soort bronnen is in diagram 4 af te lezen. De absolute verdeling van de soort bronnen per dagblad is in de bijlage 3 te bekijken.

Tabel 4 Absolute en relatieve verdeling soort bronnen in totaal en per dagblad

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
journalist	16(30%)	28(62%)	26(45%)	17(43%)	87(44%)
redactie/ naamloos	32(60%)	8(18%)	17(29%)	18(45%)	75(38%)
Deskun dige	-	-	1(2%)	-	1(0,5%)
politicus	-	3(7%)	1(2%)	-	4(2%)
burger	4(8%)	2(4%)	2(3%)	2(5%)	10(5%)
ANP	1(2%)	3(7%)	6(10%)	3(8%)	13(7%)
Hoofd redacteur	-	1(2%)	5(9%)	-	6(3%)
Totaal	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

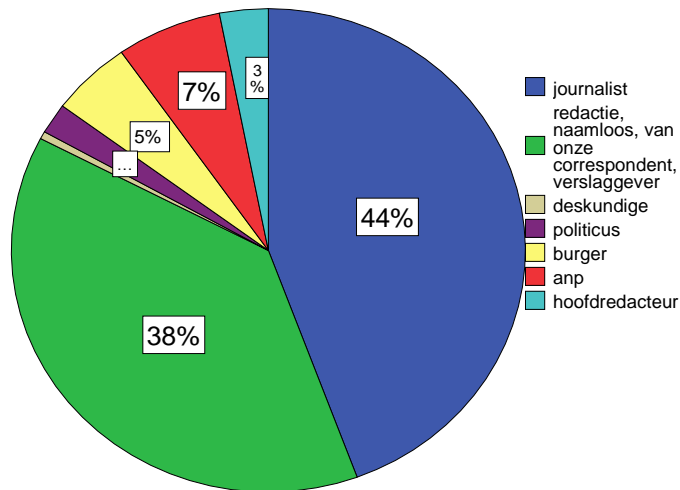


Diagram 4 *relatieve verdeling soort bronnen*

Tabel 5 betreft het derde deel van de deelvraag namelijk in welke secties van de dagbladen de berichten worden geplaatst. De meeste berichten over Arubanen, 83 berichten (42%), werden in niet vermelde secties geplaatst. De daaropvolgende sectie waarin berichten over Arubanen veel geplaatst werden is de binnenlandsectie: 59 artikelen (30%). Verder kunnen we in de tabel aflezen wat de verdelingen van de artikelen in de verschillende secties was per dagblad. Voor de *Telegraaf* geldt dat 47 berichten (89%) in niet vermelde secties werden geplaatst. Bij het *Algemeen Dagblad* waren ook de ruime meerderheid van de berichten geplaatst in een rubriek zonder titel namelijk: 35 berichten (88%). Voor de *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* is van toepassing dat het ruime merendeel van hun berichten in de rubriek binnenland werden geplaatst namelijk 26 berichten (58%) van de *Volkscrant* en 28 berichten (48%) van het *NRC Handelsblad*. Verder is voor de *Telegraaf* van toepassing dat 4 berichten (7%) in de rubriek binnenland werden geplaatst, en tenslotte werden 2 berichten (4%) in de rubriek kunst, uitgaan, entertainment en media geplaatst. De *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* hadden ook een aantal berichten in de rubriek economie geplaatst. De *Volkscrant* had 5 berichten (11%) in deze sectie geplaatst en het *NRC Handelsblad*: 7 berichten (12%). Voor een duidelijker beeld is diagram 6 weergegeven, waaruit de relatieve verdeling van de artikelen over de verschillende secties in totaal zijn getoond. De absolute verdeling van de artikelen over de verschillende secties per dagblad is waar te nemen in bijlage 4.

Tabel 5 *Absolute en relatieve verdeling artikelen in secties*

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
binnenland	4(8%)	26(58%)	28(48%)	1(3%)	59(30%)
niet vermeld	47(89%)	1(2%)	-	35(88%)	83(42%)
anders	-	1(2%)	2(3%)	-	3(2%)
buitenland	-	-	1(2%)	-	1(0,5%)
bibui	-	-	1(2%)	3(8%)	4(2%)
economie	-	5(11%)	7(12%)	-	12(6%)
kunst, uitgaan,ente rtainment, media	2(4%)	2(4%)	5(9%)	1(3%)	10(5%)
forum	-	6(13%)	4(7%)	-	10(5%)
voorpag.	-	2(4%)	4(7%)	-	6(3%)
achterpag.	-	-	1(2%)	-	1(0,5%)
sport	-	2(4%)	5(9%)	-	7(4%)
Totaal	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

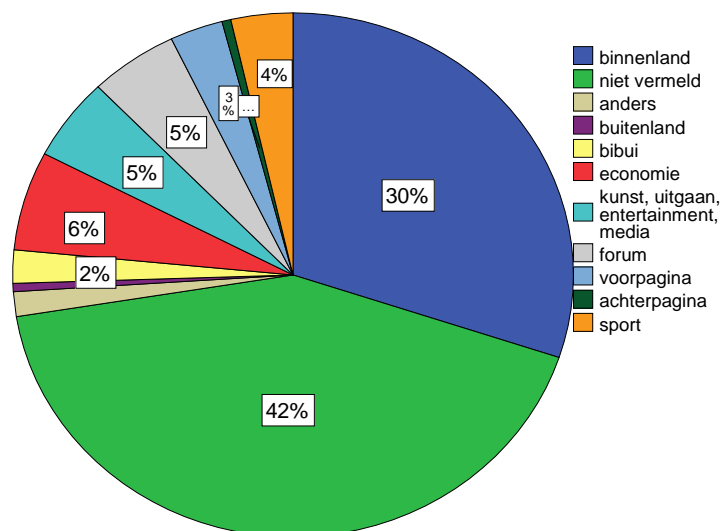


Diagram 6 *Relatieve verdeling artikelen in secties dagbladen*

6.5 Conclusie deelvraag 2

De deelvraag is: *Wat is de aard van de berichtgeving over Arubanen?*

Om deze deelvraag te kunnen beantwoorden is gekeken naar de typen artikelen en de soort bronnen die de dagbladen gebruikten en in welke secties deze artikelen geplaatst werden. Op basis van de onderzoeksresultaten kan geconcludeerd worden dat het grootste deel van de berichten bestaat uit nieuwsberichten. Dit resultaat stemt overeen met de resultaten uit deelvraag 1 waaruit bleek dat de meeste artikelen over Arubanen korte berichten zijn van niet meer dan 500 woorden. Nieuwsberichten zijn voornamelijk klein van omvang. *De Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* maken relatief gezien in hun berichtgeving meer gebruik van korte nieuwsberichten dan de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad*. Deze laatste twee schenken ook aandacht aan Arubanen in de vorm van reportages. Het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* hebben meer interviews dan de ander dagbladen. Aan de hand van de onderzoeksresultaten en de analyse kan geconcludeerd worden dat het *NRC Handelsblad* en de *Volkskrant* meer berichten hebben over Arubanen waarvan de bronnen journalisten, politica, hoofdredacteurs, ANP, en deskundigen zijn. Vooral de *Telegraaf* en in mindere zin het *Algemeen Dagblad* hebben veel artikelen waarin de bron niet is vermeld. Daarnaast hebben deze twee dagbladen relatief meer berichten waarin burgers, de bronnen van het bericht zijn. Deze onderzoeksresultaten corresponderen met de profielen van de dagbladen. De twee elite kranten staan bekend om kwaliteitsjournalistiek en uit deze resultaten blijkt dat hun bronnen vaker vermeld en verantwoord worden dan de twee populistische dagbladen. Zij schenken meer belang aan de wetenschappelijke verantwoording van een bron, en de deskundigheid van een bron. Tevens door het vermelden van de bronnen, kunnen de twee dagbladen hun gezamenlijke journalistieke doel, objectiviteit, meer in tact houden.

Na analyse van deze onderzoeksresultaten kan geconcludeerd worden dat bij de elite kranten, de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad*, de berichtgeving over Arubanen voornamelijk in de rubriek binnenland staat. Bij de twee populistische kranten het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* worden de berichten in niet vermelde rubrieken geplaatst

6.6 Onderzoeksresultaten deelvraag 3

De deelvraag is: *In hoeverre zijn Arubanen het hoofdonderwerp in de berichtgeving?*

Om deze deelvraag te kunnen beantwoorden worden twee variabelen onderzocht en daarna met elkaar vergeleken namelijk de focus van de berichtgeving en de koppeling tussen Arubanen en Antillianen. De focus houdt in dat in elk artikel gekeken wordt naar het niveau waarop over Arubanen werd geschreven. Betreft het artikel één Arubaan, meerdere Arubanen of het land Aruba? Zijn deze tevens het hoofdonderwerp of zijn ze een nevenonderwerp? De variabele koppeling betreft het wel of niet aanwezig zijn van een koppeling tussen Arubanen en Antillianen. Eerst zullen de onderzoeksresultaten wat

betreft de focus behandeld worden en daarna worden de onderzoeksresultaten voor de koppeling behandeld. Tot slot worden ze samen besproken.

In tabel 6 kunnen we de focus van de artikelen in totaal en per dagblad aflezen. Bij 91 artikelen (46%) vormen Arubanen het nevenonderwerp. Bij 33 artikelen (17%) zijn Arubanen het hoofdonderwerp. Bij 30 artikelen (15%) is één Arubaan het hoofdonderwerp. Bij 17 artikelen (9%) is één Arubaan het nevenonderwerp, bij 16 artikelen (8%) is Aruba het nevenonderwerp en tenslotte is bij 9 artikelen (5%) Aruba het hoofdonderwerp. Alle vier de dagbladen hebben meer berichten waar de focus is op Arubanen als nevenonderwerp. De grote uitschieters hier zijn de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad*.

De verdelingen zijn als volgt: 30 berichten (67%) van de *Volkskrant* hebben als focus: Arubanen zijn het nevenonderwerp, 8 berichten (18%) hebben de focus: Arubanen zijn het hoofdonderwerp. 3 berichten (7%) hebben als focus: Aruba is het nevenonderwerp, 2 berichten (4%) hebben als focus: Aruba als hoofdonderwerp, en 2 berichten (4%) hebben één Arubaan als nevenonderwerp. De *Volkskrant* heeft geen berichten waarin de focus op één Arubaan als hoofdonderwerp is gericht.

Bij de *Telegraaf* hebben 18 artikelen (34%) de focus: Arubanen zijn het nevenonderwerp, 11 artikelen (21%) hebben één Arubaan als hoofdonderwerp, 9 berichten (17%) hebben de focus: één Arubaan is het nevenonderwerp, en tevens hebben 9 berichten (17%) de focus: Arubanen zijn het hoofdonderwerp. 4 artikelen (8%) hebben als focus: Aruba als nevenonderwerp en 2 artikelen (4%) hebben de focus: Aruba is het hoofdonderwerp. Voor de berichten van *NRC Handelsblad* geldt dat 29 artikelen (50%) de focus hebben: Arubanen als nevenonderwerp, 11 berichten (19%) de focus: Arubanen zijn het hoofdonderwerp, 8 artikelen (14%) hebben als focus één Arubaan als hoofdonderwerp, 6 artikelen (10%) hebben als focus: Aruba als nevenonderwerp en 4 artikelen (7%) hebben als focus: Aruba als hoofdonderwerp. Geen enkel bericht van het *NRC Handelsblad* heeft als focus één Arubaan als nevenonderwerp.

Voor de berichten van het *Algemeen Dagblad* geldt dat 14 artikelen (35%) de focus Arubanen als nevenonderwerp hebben, 11 artikelen (28%) hebben als focus één Arubaan als hoofdonderwerp, 6 artikelen (15%) hebben de focus één Arubaan als het nevenonderwerp, 5 artikelen (13%) hebben als focus Arubanen als hoofdonderwerp, 3 artikelen (8%) hebben als focus Aruba als nevenonderwerp en tenslotte heeft 1 artikel (3%) als focus Aruba als hoofdonderwerp. In diagram 7 kunnen we de relatieve verdeling van de focus van de artikelen in totaal aflezen. In bijlage 6 kunnen we de absolute verdeling per dagblad waarnemen.

Tabel 6 Absolute en relatieve verdeling focus artikelen Arubanen in totaal en per dagblad

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
Arubanen zijn het hoofdonderwerp	9(17%)	8(18%)	11(19%)	5(13%)	33(17%)
Arubanen zijn het nevenonderwerp	18(34%)	30(67%)	29(50%)	14(35%)	91(46%)
een Arubaan is het hoofdonderwerp	11(21%)	-	8(14%)	11(28%)	30(15%)
een Arubaan is het nevenonderwerp	9(17%)	2(4%)	-	6(15%)	17(9%)
Aruba is het hoofdonderwerp	2(4%)	2(4%)	4(7%)	1(3%)	9(5%)
Aruba is het nevenonderwerp	4(8%)	3(7%)	6(10%)	3(8%)	16(8%)
Totaal	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

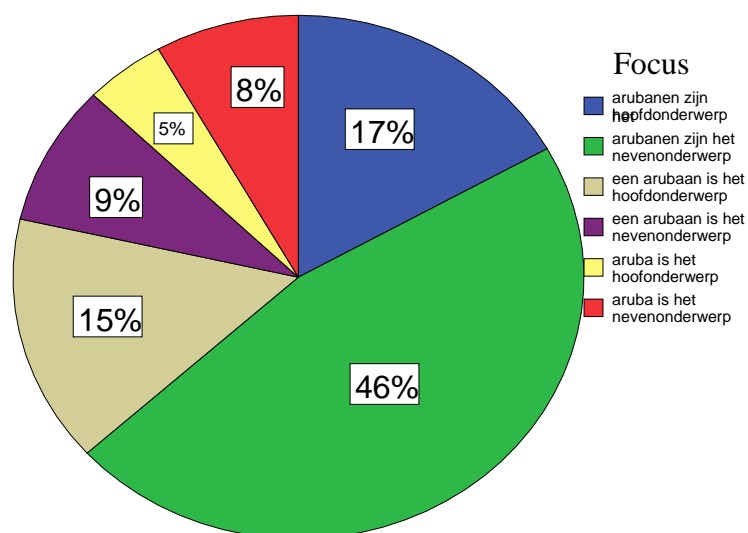


Diagram 7 Relatieve verdeling focus Arubanen

In tabel 7 zien we de absolute en relatieve verdeling van de artikelen wat betreft de koppeling. In 92 artikelen (47%) worden Arubanen gekoppeld aan Antillianen, en in 104 artikelen (53%) is er geen sprake van deze koppeling. Wat verder uit de tabel opvalt, is dat de *Volkscrant* het enige dagblad is waar er sprake is van meer koppeling tussen Arubanen en Antillianen. Namelijk in 32 artikelen (71%) is er sprake van een koppeling, terwijl in 13 artikelen (29%) dit niet het geval is. Bij het *NRC Handelsblad* hebben 29 artikelen (50%) zowel koppeling als geen koppeling. De twee andere dagbladen hebben voor deze variabele ongeveer de zelfde verdeling, waarbij bij beide dagbladen vaker een afwezigheid van de koppeling is te constateren. In 18 artikelen (34%) van de *Telegraaf* is wel een koppeling aanwezig en in 35 artikelen (66%) is de koppeling afwezig. In 13 artikelen (33%) van het *Algemeen Dagblad* is er wel sprake van een koppeling, tegenover de 27 artikelen (68%) waar deze koppeling niet optrad. In diagram 8 is de relatieve verdeling van de artikelen in totaal met betrekking tot de koppeling weergegeven. In bijlage 7 kunnen we de absolute verdeling van de koppeling per dagblad aflezen. In de tabel in bijlage 5 kunnen we aflezen dat bij 82 artikelen (90%) waar er sprake is van een koppeling, de focus van het artikel Arubanen als nevenonderwerp was.

Tabel 7 Absolute en relatieve verdeling koppeling Arubanen & Antillianen in totaal en per dagblad

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
ja	18(34%)	32(71%)	29(50%)	13(33%)	92(47%)
nee	35(66%)	13(29%)	29(50%)	27(68%)	104(53%)
Totaal	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

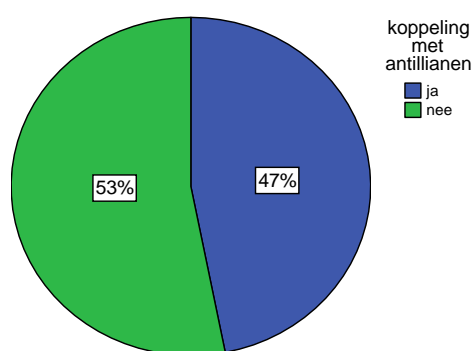


Diagram 8 relatieve verdeling koppeling Arubanen met Antillianen

6.7 Conclusie deelvraag 3

Om de vraag: *In hoeverre zijn Arubanen het hoofdonderwerp in de berichtgeving?* te kunnen beantwoorden is gekeken naar de mate waarin er sprake is van een koppeling tussen

Arubanen en Antillianen en de focus van de artikelen. De *Volkskrant* heeft relatief de meeste artikelen waar Arubanen aan Antillianen gekoppeld worden en waar de focus op Arubanen als nevenonderwerp is. Daarna volgt het *NRC Handelsblad* met de meeste artikelen waar Arubanen aan Antillianen gekoppeld worden en tevens waar de focus op Arubanen als nevenonderwerp is. Bij de *Telegraaf* is het opvallend dat 34 procent van de artikelen waar wel een koppeling is dat 34 procent ook de focus Arubanen als nevenonderwerp hebben. Verder is uit de onderzoeksresultaten gebleken dat de meerderheid van de berichtgeving namelijk 91 artikelen (46%) de focus Arubanen als nevenonderwerp hebben. Zoals al eerder vermeld is, is er sprake van een sterk verband en deze is blijkbaar tussen de focus Arubanen als nevenonderwerp en het aanwezig zijn van een koppeling. In 90% van alle artikelen waarin Arubanen het nevenonderwerp zijn, is er sprake van een koppeling met Antillianen. Zowel de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* hebben relatief meer berichten waarop de focus op één Arubaan is wat correspondeert met de onderzoeksresultaten voor deelvraag 2 waaruit bleek dat de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* vaker interviews plaatsten dan de andere twee dagbladen. Bij alle dagbladen komt de focus waarin Arubanen het nevenonderwerp vormen vaker voor dan de andere soorten focus.

6.8. Onderzoekresultaten deelvraag 4

De deelvraag is: *Wat is het oordeel over Arubanen met betrekking tot de teneur van het artikel en teneur van de kop?*

Om deze deelvraag te beantwoorden zijn de berichten met behulp van kwalitatieve inhoudsanalyse geanalyseerd. Voor het analyseren van de teneur van de kop is gelet op woordkeuzes, zinsopbouw en mening van de auteur. Voor het analyseren van de teneur van het artikel zijn twee verschillende variabelen onderscheiden. Enerzijds is gelet op woordkeuzes, zinsopbouw en mening van de auteur, teneur artikel 1, en anderzijds is gelet op de context en kader van het bericht, teneur artikel 2. Allereerst worden de onderzoeksresultaten voor teneur artikel 1 behandeld. In tabel 8 kunnen we de absolute en relatieve verdeling van de teneur van de artikelen 1 aflezen. Uit deze tabel komt naar voren dat de meerderheid van de artikelen namelijk 80 artikelen (41%) een neutrale teneur hebben wat betreft de woordkeuze, zinsopbouw en mening van de auteur. Daarna volgt de genuanceerde teneur met 47 artikelen (24%), de positieve teneur met 40 artikelen (20%) en tenslotte de negatieve teneur met 29 artikelen (15%). In diagram 9 wordt de relatieve verdeling van de teneur van de artikelen 1 grafisch weergegeven.

Verder is in tabel 8 de teneur van de artikelen 1 per dagblad af te lezen. De *Telegraaf* is het enigste dagblad waarbij de negatieve teneur meer voorkomt dan de andere vormen: 17 berichten (32%). Na de *Telegraaf* is het *Algemeen Dagblad* de krant met relatief het meeste aantal berichten met een negatieve teneur: 9 artikelen (23%).

Het *NRC Handelsblad* heeft maar 3 artikelen (5%) met een negatieve teneur en de *Volkscrant* heeft geen artikelen met een negatieve teneur. Opvallend is dat de *Telegraaf* relatief gezien tevens de meeste artikelen met een positieve teneur heeft: 16 artikelen (30%). Daarna volgt het *NRC Handelsblad* met 11 artikelen (19%) daaropvolgend de *Volkscrant* met 7 artikelen (16%) en tenslotte het *AD* met 6 artikelen (15%). De neutrale teneur wordt het beste vertegenwoordigd in het *NRC Handelsblad* namelijk 33 artikelen (57%). De *Volkscrant* volgt met 25 artikelen (56%), daarna het *AD* met 11 artikelen (28%) en tenslotte de *Telegraaf* met 11 artikelen (21%). De genuanceerde teneur is voornamelijk aanwezig bij het *AD*: 14 artikelen (35%). Hierna volgt de *Volkscrant* met 13 artikelen (29%), daaropvolgend het *NRC Handelsblad* met 11 artikelen (19%) en tenslotte de *Telegraaf* met 9 artikelen (17%). In diagram 10 zijn de absolute verdelingen voor teneur artikel 1 per dagblad weergegeven.

Tabel 8 absolute en relatieve verdeling teneur artikelen 1 in totaal en per dagblad.

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
positief	16(30%)	7(16%)	11(19%)	6(15%)	40(20%)
negatief	17(32%)	-	3(5%)	9(23%)	29(15%)
neutraal	11(21%)	25(56%)	33(57%)	11(28%)	80(41%)
genuanceerd	9(17%)	13(29%)	11(19%)	14(35%)	47(24%)
	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

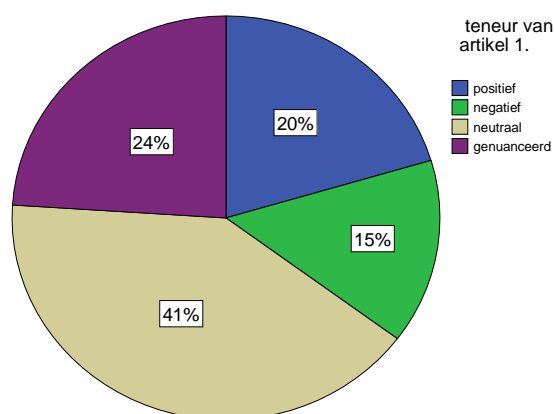


Diagram 9 relatieve verdeling teneur artikelen 1

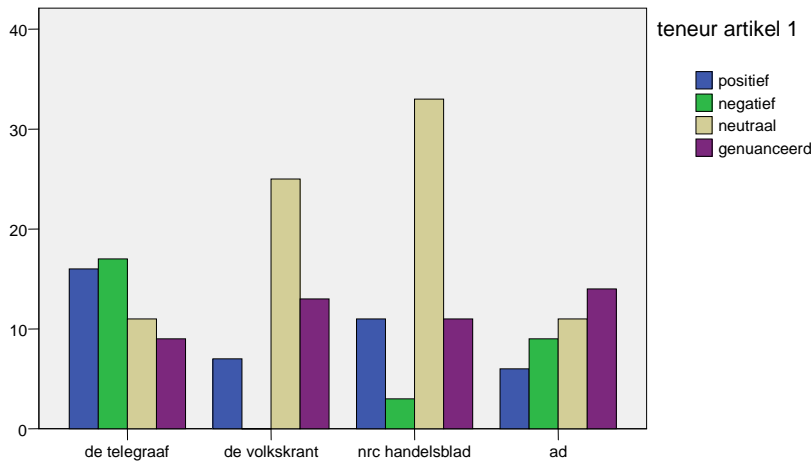


Diagram 10 absolute verdeling teneur artikel 1 per dagblad

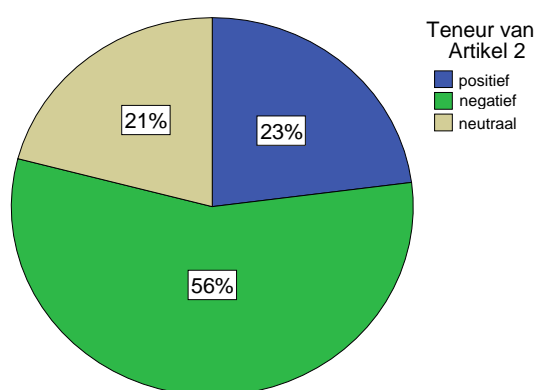
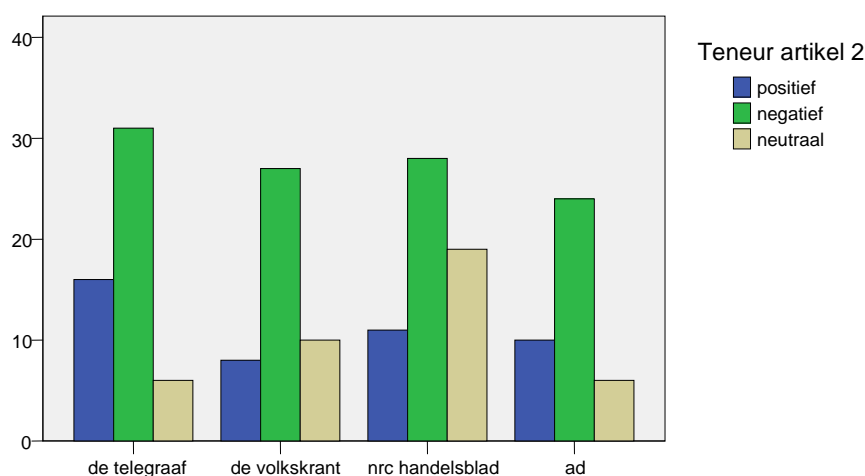
De tweede variabele die onderzocht werd met betrekking de toonzetting van het artikel is de variabele teneur artikel 2. Deze variabele verschilt van de teneur artikel 1 in de zin dat bij deze variabele de context van de artikelen geanalyseerd werd in plaats van woordkeuze en/of mening van de auteur. Voor een soepele leesbaarheid wordt in de lopende tekst naar teneur artikel 2 verwezen met context artikel. In tabel 10 kunnen we de onderzoeksresultaten voor deze variabele, teneur artikel 2 of context artikel, aflezen.

Wat opvalt is dat alle dagbladen meer artikelen hebben met een negatieve context in de berichtgeving dan artikelen met een positieve of neutrale context. Uit tabel 9 valt af te lezen dat 45 artikelen (23%) een positieve context hebben, 110 artikelen (56%) een negatieve context en 41 artikelen (21%) een neutrale context. In diagram 11 zijn de relatieve verdelingen te zien. In diagram 12 kunnen we de absolute verdeling van de teneur artikel 2/context artikel per dagblad aflezen.

Uit tabel 9 en diagram 12 valt af te leiden hoe de verdeling van de teneur 2 is onder de dagbladen. De positieve context is waarneembaar in 16 artikelen (30%) van de *Telegraaf*, in 10 artikelen (25%) van het *AD*, in 11 artikelen (19%) van het *NRC Handelsblad* en tenslotte in 8 artikelen (18%) van de *Volkskrant*. De negatieve context is zichtbaar in 27 artikelen (60%) van de *Volkskrant*, in 24 artikelen (60%) van het *AD*, in 28 artikelen (48%) van het *NRC Handelsblad* en tenslotte in 31 artikelen (59%) van de *Telegraaf*. De neutrale context is zichtbaar in 19 artikelen (33%) van het *NRC Handelsblad*, in 10 artikelen (22%) van de *Volkskrant*, in 6 artikelen (15%) van het *AD* en tenslotte in 6 artikelen (11%) van de *Telegraaf*. *NRC Handelsblad* heeft relatief de meeste berichten met een neutrale context en de *Telegraaf* heeft relatief de meeste berichten met een positieve context maar ook het minste aantal berichten met een neutrale context.

Tabel 9 Absolute en relatieve verdeling teneur artikel 2 per dagblad en in totaal

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Total
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
positief	16(30%)	8(18%)	11(19%)	10(25%)	45(23%)
negatief	31(59%)	27(60%)	28(48%)	24(60%)	110(56%)
neutraal	6(11%)	10(22%)	19(33%)	6(15%)	41(21%)
Totaal	53(100%)	45(45%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

**Diagram 11 Relatieve verdeling teneur artikelen 2****Diagram 12 Absolute verdeling teneur artikel 2 per dagblad**

Om het tweede deel van deelvraag 4 te kunnen beantwoorden, is de teneur van de koppen geanalyseerd. Hierbij wordt net als bij teneur artikel 1 gelet op de woordkeuze en/of mening van de auteur. In tabel 10 kunnen we aflezen dat 74 artikelen (38%) een neutrale teneur bevatten, 43 artikelen (22%) hebben een genuanceerde teneur. 40 artikelen (20%) hebben een positieve teneur en 39 artikelen (20%) hebben een negatieve teneur. In diagram 13 zijn de relatieve verdelingen van de teneur van de koppen grafisch weergegeven.

In tabel 10 en diagram 14 kunnen we de verdelingen van de teneur van de koppen per dagblad aflezen. Wat opvalt is dat de *Volkscrant*, het *Algemeen Dagblad* en het *NRC Handelsblad* alle drie meer koppen hebben met een neutrale teneur dan andere soorten van teneur. De positieve teneur in de kop is aanwezig in 15 artikelen (28%) van de *Telegraaf*, in 9 artikelen (23%) van het *AD*, in 11 artikelen (19%) van het *NRC Handelsblad* en tenslotte in 5 artikelen (11%) van de *Volkscrant*. De negatieve teneur in de kop is zichtbaar in 17 artikelen (32%) van de *Telegraaf*, in 7 artikelen (18%) van het *AD*, in 7 artikelen (16%) van de *Volkscrant* en tenslotte in 8 artikelen (14%) van het *NRC Handelsblad*. De neutrale teneur in de koppen is het best vertegenwoordigd in het *NRC Handelsblad* met 28 artikelen (48%), daarna in de *Volkscrant* met 20 artikelen (44%), daarop volgt het *AD* met 14 artikelen (35%) en tenslotte volgt de *Telegraaf* met 12 artikelen (23%).

Tabel 10 Absolute en relatieve verdeling teneur van de koppen in totaal en per dagblad

	<i>Telegraaf</i>	<i>Volkscrant</i>	<i>NRC</i>	<i>AD</i>	Totaal
	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%	Aant./%
positief	15(28%)	5(11%)	11(19%)	9(23%)	40(20%)
negatief	17(32%)	7(16%)	8(14%)	7(18%)	39(20%)
neutraal	12(23%)	20(44%)	28(48%)	14(35%)	74(38%)
genuanceerd	9(17%)	13(29%)	11(19%)	10(25%)	43(22%)
Totaal	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

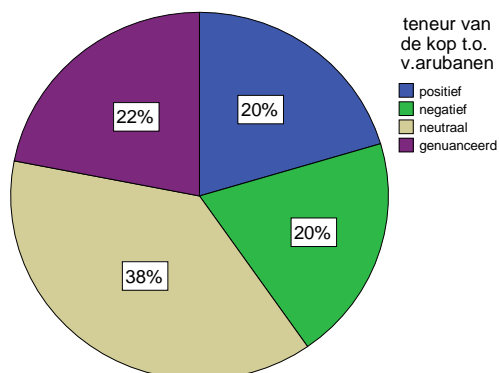


Diagram 13 relatieve verdeling teneur van kop

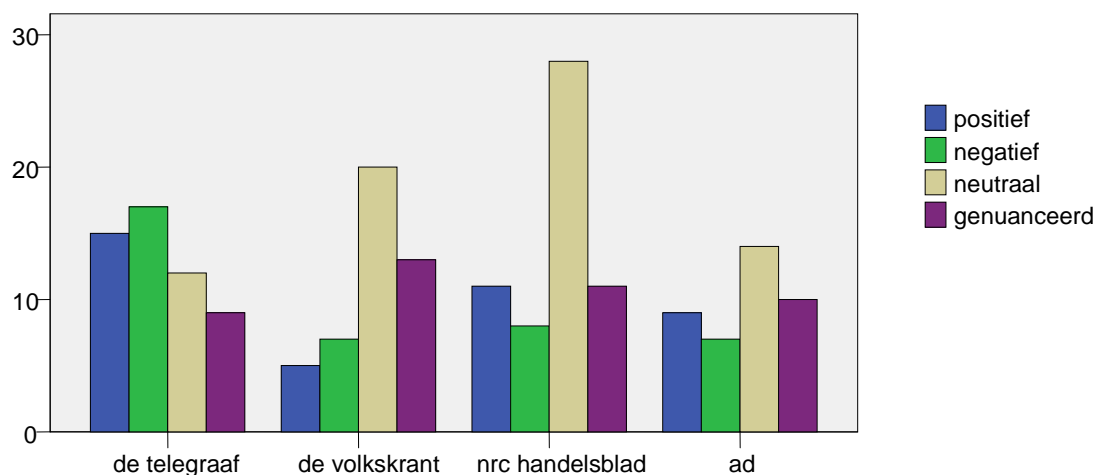


Diagram 14 *absolute verdeling teneur koppen per dagblad*

6.9 Conclusie deelvraag 4

De deelvraag is: *Wat is het oordeel over Arubanen met betrekking tot de teneur van het artikel en teneur van de kop?*

Uit de resultaten komt naar voren dat wanneer gekeken wordt naar woordkeuze en/of mening van de auteur, dat de twee elitekranten, de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad*, de meeste artikelen hebben met een neutrale teneur in zowel de kop als in het tekstgedeelte van het artikel. De *Telegraaf* heeft in de kop en in het tekstgedeelte van het artikel relatief gezien de meeste artikelen met een negatieve en positieve teneur. Het *AD* heeft de meeste artikelen met een genuanceerde teneur in het artikel maar dit gaat niet op voor de koppen van het *AD*. De koppen van het *AD* hebben voor het merendeel (35%) een neutrale teneur. Op basis van deze onderzoeksresultaten kan geconcludeerd worden dat wanneer gelet wordt op taalgebruik, woordkeuzes en/of meningen van de auteur, dat de *Telegraaf* de minste objectieve oordeling heeft over Arubanen in zowel de kop als in het artikel zelf. De *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* hebben de meest neutrale oordeling over Arubanen in zowel de kop als in het tekstgedeelte. Verder is gebleken dat de dagbladen in hun koppen minder neutraal zijn als in het tekstgedeelte van de artikelen. Dit komt overeen met de verwachting dat koppen veelal worden gebruikt om de aandacht van de lezer te trekken wat vaak gebeurt door populair taalgebruik. Wanneer gekeken wordt naar teneur artikel 2, wat betreft de context van de berichtgeving, komt duidelijk naar voren dat de context van de artikelen voornamelijk negatief is. 56 procent van alle berichten hebben een negatieve context, de positieve en neutrale zijn ongeveer gelijk. De dagbladen waarin de meeste berichten een negatieve context hebben zijn: De *Volkskrant* en het *Algemeen Dagblad*, vervolgens de *Telegraaf* en tenslotte het *NRC Handelsblad*. Het *NRC Handelsblad* en De *Volkskrant* hebben allebei meer berichten met een neutrale context dan berichten met een positieve context. Bij de *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* is dit juist niet het geval: zij hebben meer artikelen met

een positieve context dan artikelen met neutrale context. De conclusie die hieruit te trekken valt is dat wanneer gelet wordt op de context waarin over Arubanen wordt geschreven, dat de toonzetting bij alle dagbladen voornamelijk negatief is. Wanneer gelet wordt op woordkeuzes, dan is de toonzetting bij de elitekranten voornamelijk neutraal, bij het *AD* genuanceerd en bij de *Telegraaf* voornamelijk negatief.

6.10 Onderzoekresultaten deelvraag 5

De deelvraag is: *Wat zijn de onderwerpen waarover geschreven wordt met betrekking tot Arubanen?*

In tabel 11 worden de verdeling van de onderwerpen waarover in de dagbladen geschreven getoond. De onderwerpen: zaak Nathalee Holloway en problemen met Arubanen zijn de meest voorkomende onderwerpen, gevolgd door het onderwerp: allochtonen in het algemeen, en Aruba als subject. Er zijn in totaal 43 artikelen (22%) verschenen over de zaak Natalee Holloway, 42 artikelen (21%) over problemen met Arubanen, 27 artikelen (14%) over allochtonen in het algemeen, en 24 artikelen (12%) over Aruba als subject. Over het onderwerp koninkrijksrelaties zijn 16 artikelen (8%) geplaatst, 12 artikelen (6%) over beroemde Arubanen 2, 10 artikelen (5%) over beroemde Arubanen 1, 10 artikelen (5%) over sport, 8 artikelen (4%) over andere onderwerpen (zie bijlage 2) en tenslotte zijn 4 artikelen (2%) verschenen over het homohuwelijk. In diagram 15 zijn de relatieve verdelingen van de onderwerpen ter verduidelijking grafisch weergegeven.

Tevens kunnen we uit tabel 11 de verdelingen van de onderwerpen per dagblad aflezen. De onderwerpen waarover de *Telegraaf* vooral schreef waren zaak Natalee Holloway, namelijk 11 artikelen (21%) en problemen met Arubanen met ook 11 artikelen (21%). Daarna volgt het onderwerp allochtonen in het algemeen met 8 artikelen (15%), beroemde Arubanen 1 met 6 artikelen (11%) en sport met 6 artikelen (11%). De *Telegraaf* schenkt als enige aandacht aan het onderwerp homohuwelijk namelijk: 4 artikelen (8%). Daarnaast hebben een relatief klein aantal artikelen van de *Telegraaf* de onderwerpen koninkrijksrelaties, Aruba als subject en beroemde Arubanen 2. De *Volkskrant* schenkt veel aandacht aan het onderwerp problemen met Arubanen namelijk: 13 artikelen (29%). Daarop volgt het onderwerp Aruba als subject met 9 artikelen (20%). Hierna volgen de onderwerpen allochtonen in het algemeen met 8 artikelen (18%), zaak Natalee Holloway met 7 artikelen (16%), 4 artikelen (9%) betreffen koninkrijksrelaties en 2 artikelen (4%) betreffen sport. De *Volkskrant* schenkt in tegenstelling tot de *Telegraaf* geen aandacht aan beroemde Arubanen 1 en 2. Het *NRC Handelsblad* schenkt evenredig veel aandacht aan de onderwerpen problemen met Arubanen en Aruba als subject, bij beide onderwerpen bedraagt het aantal artikelen 11 artikelen (19%). Zaak Natalee Holloway volgt als meest voorkomende onderwerp met 10 artikelen (17%) en daaropvolgend koninkrijksrelaties met 9 artikelen (16%). 8 artikelen (14%) hebben als onderwerp allochtonen in het algemeen en daarna volgt het onderwerp beroemde Arubanen 2 met 4 artikelen (7%). Het onderwerp beroemde Arubanen 1 komt maar in 2 artikelen (3%) voor en sport in 1

artikel (2%). Het *Algemeen Dagblad* besteedt relatief gezien de meeste aandacht aan het onderwerp zaak Natalee Holloway namelijk: 15 artikelen (38%) Op de tweede plaats komt het onderwerp problemen met Arubanen met 7 artikelen (18%). Aan het onderwerp beroemde Arubanen 2 besteedt het *Algemeen Dagblad* ook veel aandacht namelijk 6 artikelen (15%). De onderwerpen Aruba als subject, koninkrijksrelaties, beroemde Arubanen 1 krijgen evenredige aandacht, elk onderwerp komt in 2 artikelen (5%) voor.

Tabel 11 Absolute en relatieve verdeling onderwerpen per dagblad en in totaal

	<i>Telegraaf</i> Aant/%	<i>Volkscrant</i> Aant/%	<i>NRC</i> Aant/%	<i>AD</i> Aant/%	Totaal Aant/%
Zaak Natalee Holloway	11(21%)	7(16%)	10(17%)	15(38%)	43(22%)
Problemen met Arubanen	11(21%)	13(29%)	11(19%)	7(18%)	42(21%)
Allochtonen i.h.a	8(15%)	8(18%)	8(14%)	3(8%)	27(14%)
Aruba als subject	2(4%)	9(20%)	11(19%)	2(5%)	24(12%)
Koninkrijksrelaties	1(2%)	4(9%)	9(16%)	2(5%)	16(8%)
Beroemde Arubanen 2	2(4%)	-	4(7%)	6(15%)	12(6%)
Beroemde Arubanen 1	6(11%)	-	2(3%)	2(5%)	10(5%)
Sport anders	6(11%)	2(4%)	1(2%)	1(3%)	10(5%)
Homohuwelijk	2(4%)	2(4%)	2(3%)	2(5%)	8(4%)
Homohuwelijk	4(8%)	-	-	-	4(2%)
Totaal	53(100%)	45(100%)	58(100%)	40(100%)	196(100%)

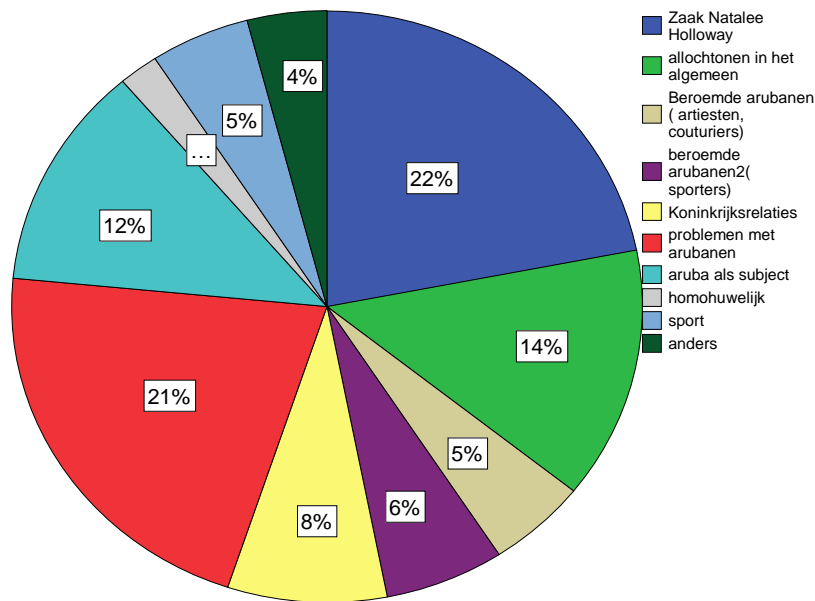


Diagram 15 *relatieve verdeling onderwerpen*

6.11 Conclusie deelvraag 5

Voor de beantwoording van de deelvraag: ‘*Wat zijn de onderwerpen waarover geschreven wordt met betrekking tot Arubanen?*’ kan naar aanleiding van de analyse geconcludeerd worden dat de meeste aandacht uitgaat naar de zaak Natalee Holloway, en problemen met Arubanen. De *Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* besteden in vergelijking met de andere dagbladen meer aandacht aan zaak Natalee Holloway. Dit komt overeen met het profiel van de dagbladen, deze twee kranten zijn populistische kranten en schrijven dan ook meer over onderwerpen die op het moment een hype zijn, zoals Natalee Holloway. De *Telegraaf* heeft als enige dagblad aandacht voor het onderwerp homohuwelijk. De *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* besteden in vergelijking met de andere dagbladen meer aandacht aan problemen met Arubanen, koninkrijksrelaties en allochtonen in het algemeen. Zij besteden tevens veel minder aandacht aan de onderwerpen sport, beroemde Arubanen 1 en 2 dan de *Telegraaf* en het *Algemeen dagblad*. Wat hieruit valt te concluderen is dat omdat het *NRC Handelsblad* en de *Volkscrant* zogenaamde kwaliteitskranten zijn dat zij blijkbaar serieuzere onderwerpen behandelen dan de andere twee dagbladen. Echter bij alle vier de dagbladen wordt aan het onderwerp problemen met Arubanen veel aandacht besteedt.

6.12 Onderzoekresultaten deelvraag 6

Om de vraag: ‘*In hoeverre is er sprake van verschillen tussen de vier dagbladen?*’ te kunnen beantwoorden is het belangrijk om naar alle onderzoekresultaten gezamenlijk te kijken.

De verschillen tussen de dagbladen wat betreft de omvang en de aard van de artikelen is dat de *Telegraaf* en het *NRC Handelsblad* meer artikelen hebben over Arubanen dan de *Volkskrant* en het *Algemeen Dagblad*. Echter zijn de verschillen tussen de vier kranten wat betreft het aantal artikelen niet groot. De kwaliteitskranten besteden meer aandacht aan Arubanen als wordt gekeken naar het aantal woorden per artikel. Een aanzienlijk deel van hun artikelen zijn reportages namelijk 31 procent (*De Volkskrant*) en 23 procent (*NRC Handelsblad*) en deze zijn meestal groter dan normale nieuwsberichten. Dit correspondeert met het redactioneel profiel van de twee kwaliteitskranten, namelijk dat ze veelvoudig gebruik maken van correspondenten en dat ze vaker ingaan op de achtergronden van ontwikkelingen. Ook de bronnen van de kwaliteitskranten, zoals journalisten, politica, hoofdredacteuren, het ANP en deskundigen, zijn vaker vermeld dan de ander twee dagbladen, wat pleit voor de standaard van journalistieke onafhankelijkheid en objectiviteit. Vooral de *Telegraaf* en in mindere zin het *Algemeen Dagblad* hebben veel artikelen waarin de bron niet is vermeld. Daarnaast hebben deze twee dagbladen relatief meer berichten waarin burgers de bronnen van het bericht zijn.

De Telegraaf en het *Algemeen Dagblad* maken relatief gezien in hun berichtgeving meer gebruik van korte nieuwsberichten dan de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad*. Het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* hebben meer interviews dan de andere dagbladen wat correspondeert met de profielen van de dagbladen, deze twee laatstgenoemden besteden meer aandacht aan *human interest stories* dan beleidsinformatie.

Wat betreft de onderwerpen waar de dagbladen over schrijven is weer een duidelijk verschil te zien tussen de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* aan de ene kant en het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* aan de andere kant. Er kan geconcludeerd worden dat de *Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* meer aandacht besteden aan serieuzere onderwerpen die te maken hebben met politiek, koninkrijksrelaties, problemen in de samenleving en economie dan de andere twee dagbladen.

Gezamenlijk zijn de meest voorkomende onderwerpen zaak Natalee Holloway en problemen met Arubanen. Tevens worden deze onderwerpen grotendeels in een negatieve context geplaatst. In de bijlage (bijlage 8) is de tabel te vinden waarin de onderwerpen aan de context worden gerelateerd. Het onderwerp problemen met Arubanen is ook het onderwerp waar relatief de meeste koppeling tussen Arubanen en Antillianen in voorkomt. In de bijlage (bijlage 9) is de tabel te bekijken waarin de onderwerpen gelieerd worden aan de koppeling.

De *Volkskrant* geeft de meeste aandacht aan het onderwerp problemen met Arubanen in vergelijking met de andere dagbladen. Dit kan zijn omdat de *Volkskrant* vooral aandacht heeft voor sociale thema's in de samenleving. Het *NRC Handelsblad* schenkt vooral meer aandacht aan het onderwerp koninkrijksrelaties in vergelijking met de andere dagbladen. Koninkrijksrelaties en Aruba als subject zijn onderwerpen die vooral in de kwaliteitskranten aan bod komen maar haast niet aanwezig zijn in de populaire dagbladen. Sporters(beroemde Arubanen 2) krijgen vooral veel aandacht in het *Algemeen*

Dagblad, het dagblad dat bekend is om zijn sportverslaggeving. Onderwerpen zoals het homohuwelijk en beroemde Arubanen 1 zijn sterk vertegenwoordigd in de *Telegraaf*.

Wat betreft in hoeverre Arubanen het hoofdonderwerp zijn in de berichtgeving is gebleken dat voor alle dagbladen geldt dat Arubanen vaker het nevenonderwerp vormen in de berichtgeving dan het hoofdonderwerp. Tevens is er sprake van een verband tussen de focus op Arubanen en de koppeling tussen Arubanen en Antillianen. In 90 procent van de artikelen waar Arubanen het nevenonderwerp vormen is er sprake van een koppeling met Antillianen. Hieruit kan geconcludeerd worden dat haast de helft van de berichtgeving, namelijk 47 procent zowel over Arubanen als Antillianen gaat. Echter zijn er wel een paar verschillen tussen de dagbladen op te merken. De *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* hebben in vergelijking met de andere dagbladen meer artikelen waarin Arubanen het hoofdonderwerp vormen, terwijl de *Telegraaf* en het *AD* beide relatief meer artikelen hebben waarin één Arubaan het hoofdonderwerp vormt. Dit resultaat stemt overeen met de resultaten uit deelvraag 2 namelijk dat deze dagbladen meer interviews hebben dan de ander twee dagbladen, meer *human interest stories* en zich richten op andere onderwerpen.

De aangetoonde verschillen tussen de vier dagbladen wat betreft het oordeel over Arubanen is, dat als gekeken wordt naar de context van de berichten, het oordeel bij alle dagbladen voor het merendeel negatief is. Alleen het *NRC Handelsblad* heeft iets minder dan de helft van de berichten, 48 procent een negatieve teneur voor wat betreft de context. De verschillen die optreden tussen de dagbladen als er gekeken wordt naar de woordkeuzes en/of de mening van de auteur is de *Telegraaf* het enige dagblad waarin er voornamelijk op een negatieve toon over Arubanen wordt geschreven. Tevens geldt dit voor de koppen van de *Telegraaf*. De *Volkscrant* en het *NRC Handelsblad* hebben beide voornamelijk een neutraal oordeel over Arubanen als er gekeken wordt naar woordkeuzes en/of mening van de auteur. Het *Algemeen Dagblad* heeft vooral een genuanceerde teneur voor wat betreft woordkeuze over Arubanen. Echter bij alle dagbladen met uitzondering van de *Telegraaf* is de neutrale teneur in de kop het meest voorkomend.

Hoofdstuk 7 Conclusie

7.1 Conclusie

Dit onderzoek had als centrale vraagstelling: *Hoe is de beeldvorming over Arubanen in de Nederlandse Dagbladen?*

Om deze vraag te kunnen beantwoorden zijn verschillende aspecten van de berichtgeving over Arubanen behandeld. Er is gelet op de algehele omvang van de berichtgeving, de omvang van de artikelen, de toonzetting in de berichten en in de koppen, de context waarin over Arubanen wordt geschreven, de onderwerpen waarover geschreven wordt, de type artikelen, de bron van de artikelen, de focus, de plaatsing in de krant en tenslotte of er onderscheid gemaakt wordt tussen Arubanen en Antillianen. Er zijn in totaal 196 artikelen geanalyseerd afkomstig van de *Telegraaf*, de *Volkskrant*, het *NRC Handelsblad* en het *Algemeen Dagblad*. Deze artikelen zijn met gebruik van *LexisNexis* geselecteerd onder de zoektermen Arubanen/Arubaans.

De invalshoek die gebruikt is voor dit onderzoek is de *agendasetting* theorie en dan met name het *framing* aspect van deze theorie. Deze theorie beweert dat de macht van de media ligt in de selectie van de onderwerpen waarover ze berichten. De aandacht die de media besteden aan bepaalde onderwerpen bepalen welke onderwerpen belangrijk geacht moeten worden door het publiek en waarover een mening gevormd kan worden. *Framing* duidt op de manier waarop de berichten worden ingekaderd en gerepresenteerd. Tevens zijn de conclusies uit de onderzoeken van Shadid en Van Dijk de basis van dit onderzoek. Hun gezamenlijke conclusie is dat beeldvorming over etnische minderheden voornamelijk negatief is en dat etnische minderheden grotendeels in verband worden gebracht met problemen in de samenleving. Tevens wordt de heterogeniteit onder de verschillende groepen niet in acht genomen. Verder worden vooroordelen verspreid via de opmaak, selectie en context van de berichten. De verwachting van dit onderzoek was dat Arubanen net als andere etnische minderheden voornamelijk negatief in het nieuws weergegeven worden, en dit gebeurt door middel de selectie, plaatsing van de berichten, en de context waarin Arubanen gepositioneerd worden.

Uit het onderzoek is gebleken dat wanneer er gekeken wordt naar de selectie van onderwerpen en de context van de berichtgeving, de beeldvorming over Arubanen voornamelijk negatief is. De onderwerpen die het meest voorkomen in de kranten zijn de zaak Natalee Holloway en problemen met Arubanen. Over deze twee onderwerpen wordt voornamelijk negatief berichtgegeven als er gekeken wordt naar de context van het artikel. Het onderwerp problemen met Arubanen is ook het onderwerp waar relatief de meeste koppeling tussen Arubanen en Antillianen in voorkomt. Echter bij het onderwerp zaak Natalee Holloway is er geen sprake van een koppeling. Uit dit onderzoek is gebleken dat de heterogeniteit van Arubanen en Antillianen verwaarloosd wordt, wat overeenstemt met de conclusies van Shadid in zijn onderzoek naar etnische

minderheden. Hij stelt dat de media de heterogeniteit van etnische minderheden niet in acht nemen.

De berichtgeving bestaat overwegend uit korte, niet meer dan 500 woorden bevattende, nieuwsberichten. Dit correspondeert met de conclusies van Van Dijk en Shadid. Zij stellen dat de media relatief weinig aandacht hebben voor etnische minderheden als er gelet wordt op de omvang van de berichtgeving. De elite dagbladen hebben echter relatief meer berichten van een grotere omvang dan de populaire dagbladen. Tevens waren hun bronnen grotendeels vermeld, voornamelijk journalisten, terwijl deze bij de populaire dagbladen grotendeels onvermeld bleef. Deze resultaten resoneren met de profielen van de dagbladen voor wat betreft de verantwoording van de bronnen en de mate van journalistieke objectiviteit. De plaatsing van de artikelen gebeurt merendeels in de sectie binnenland voor wat betreft de elite kranten en in een niet vermelde sectie voor wat betreft de populaire kranten. De woordkeuzes in de artikelen zijn bij de elitekranten grotendeels neutraal, bij het *Algemeen Dagblad* zijn ze genuanceerd en bij de *Telegraaf* zijn ze voornamelijk negatief.

7.2 Onderzoeksproblemen

Tijdens het onderzoek hebben zich verschillende problemen voorgedaan. Het eerste probleem vormde de vraag of de artikelen waarin Arubanen en passant werden genoemd, aan het onderzoek toegevoegd moesten worden. Er is gekozen om dit niet te doen, zodat de artikelen die wel zijn meegenomen in het onderzoek grotendeels ook over Arubanen gaan. Het tweede probleem betreft het onderzoek naar de oordeling van de dagbladen over Arubanen. In de eerste versie van de thesis is ervoor gekozen om alleen naar de context van het artikel te kijken om zo de oordeling van de dagbladen over Arubanen te analyseren. In mijn opzicht is het echter ook belangrijk om de woorden, de meningen en/of tegenstellingen die gebruikt zijn in de berichtgeving over Arubanen te analyseren. Zodoende werden er voor het analyseren van het oordeel over Arubanen drie variabelen onderscheden. Ten eerste de variabele teneur artikel 1, dit omvatte de woordkeuze en/of meningen aanwezig zijn in het artikel. Ten tweede de variabele teneur artikel 2, wat de context van het artikel omvatte. Tenslotte de teneur van de kop waarbij net als bij teneur artikel 1 gelet werd op de woordkeuzes en/of meningen van de auteur. Deze drie verschillende variabelen hebben ieder andere onderzoeksresultaten voortgebracht, wat in paragraaf 6.8 en 6.9 behandeld werd. In de conclusie is echter de nadruk gelegd op de context waarin over Arubanen werd geschreven. De reden hiervoor is dat de theorie waarop dit onderzoek is gebaseerd namelijk de *agendasetting* theorie en dan in het bijzonder het *framing* aspect, belang hecht aan de selectie, de context en de plaatsing van de berichten.

7.3 Aanbevelingen voor verder onderzoek

Dit onderzoek naar de beeldvorming over Arubanen in Nederlandse dagbladen is gebaseerd op het algehele vraagstuk over hoe etnische minderheden in de media worden

getoond. Dit onderzoek is echter beperkt aangezien er maar vier dagbladen geanalyseerd werden. Een aanbeveling voor verder onderzoek zou kunnen zijn om alle Nederlandse bladen en tijdschriften te onderzoeken.

Het medium dagbladen geeft niet veel mogelijkheid om de manier waarop Arubanen visueel getoond worden te onderzoeken. Zodoende is een andere aanbeveling voor verder onderzoek om de beeldvorming over Arubanen en/of Antillianen te analyseren voor wat betreft televisieprogramma's zoals het televisiejournaal, *Nova* en bekende dramaserie's zoals *Goede Tijden/Slechte Tijden* of *Onderweg Naar Morgen*.

Tenslotte is verder onderzoek naar beeldvorming over etnische minderheden op wat voor manier dan ook, belangrijk voor de onderlinge verdraagzaamheid en saamhorigheid onder de groepen in de multiculturele samenleving.

Hoofdstuk 8 Literatuurlijst

8.1 Literatuur

Baarda, B.D, Goede, M.P.M de & Teunissen, J. 2001. *Basisboek kwalitatief onderzoek: praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.

Bakker, P. & Scholten, O. 2007. *Communicatiekaart van Nederland: overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Amsterdam University Press. (6^e herz.druk, 1^e oorspr.uitgave 1977).

Berkowitz, D.1997. *Ideology and News: News as Social Power*. In: Berkowitz, D et al.(red.) *Social meanings of news: A text-reader*. London: Sage Publications, 397.

Boer, C.de & Brennecke, S. 2004. *Media en Publiek: Theorieën over media-impact*. Amsterdam: Uitgeverij Boom (5^{de} herz.druk., 1^e oorspr. uitgave 1995).

Dijk, T.A. van.1983 *Minderbeden in de media*. Amsterdam: SUA.

Dijk, T.A. van.1988. *News as Discourse*. Hillsdale New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Dijk, T.A. van.1991. *Racism and the Press. Critical studies in racism and migration*. London & New York: Routledge.

Hall, S.1992. *The West and the Rest: Discourse and Power*. In: Hall, S. et al. (Red.) *Formations of Modernity: Understanding Modern Societies: An Introduction*.Cambridge: The Open University. (291-308).

Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R. & Newbold, C.1998. *Mass Communication Research Methods*. London: Palgrave.

Hartog, J.1988. *Aruba. Short History*. Aruba: De Wit & Van Dorp

Helm, R. van der. 2008. *Nederlandse Antillen & Aruba*. Houten: Van Reemst.

Koot, W. & Ringeling, A.1984. *De Antillianen. Migranten in de Nederlandse samenleving nummer 1*.Muiderberg: Coutinho.

Lier, H.M. van. 2004. *Visie van kranten. Casestudy naar de berichtgeving rondom Theo van Gogh in Telegraaf, Algemeen Dagblad, Volkskrant en NRC Handelsblad*. Rijksuniversiteit Groningen & Trendlight Netherlands B.V.

- Poecke, L. van. 1979. *Culturele indicatoren (III): Gerbner: het systeem is de boodschap*. *Communicatie* 9 (1), 6-12.
- Reese, S.J. & Shoemaker, P.M. 1996. *Mediating the Message: theories of influences on mass media content*. New York: Longman Publishers
- Ruempol, J. 1997. *Moord en de Media: een onderzoek naar moordverslaggeving in drie Nederlandse Dagbladen: De Telegraaf, NRC Handelsblad en de Volkskrant. (1950-1995)*. Masterthesis. Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Shadid, W.A.1998. *Grondslagen van interculturele communicatie. Studieveld en werkterrein*. Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Shadid, W.A. 2009. *De multiculturele samenleving in crisis. Essays over het integratiedebat in Nederland*. Heerhugowaard: Gigaboek.
- Smelik, A.1999. *Effectief beeldvormen: Theorie, analyse en praktijk van beeldvormingsprocessen*. Assen:Van Gorcum.
- Smith, P.D.2001. *Cultural Theory: An introduction*. Oxford:Blackwell Publishing.
- Tennekes, J. 1990. *De onbekende dimensie: over cultuur, cultuurverschillen en macht*. Apeldoorn: Garant, 19-62.
- Waltmans, H. 2003. *Een Koninkrijk met de West: Hoofdstukken uit de politieke geschiedenis van de Nederlandse Antillen en Aruba 1634-2000*.Oosterhout.
- Zoonen, L. van 2004. *Media, Cultuur & Burgerschap, een inleiding*. Amsterdam: Het Spinhuis.

8.2 Onlinebronnen

(<http://academic.lexisnexis.nl/eur/>).

www.adverteren.ad.nl

geraadpleegd: 24-06-09

http://adverteren.ad.nl/upload/File/Oplage%20en%20bereik/20090511_MI_Lezersprofiel_landelijke_versie_2008-2.pdf

http://www.pcmmedia.nl/pdf/NRC_PCMMedia_profiel.pdf

geraadpleegd: 24-06-09

http://www.pcmmmedia.nl/pdf/VK_PCMMedia_profiel.pdf

geraadpleegd: 24-06-09

www.tmg.nl

geraadpleegd: 24-06-09

www.telegraafmedia.nl

geraadpleegd: 24-06-09

[http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37325&D1=a&D2=0&D3=0&D4=0&D5=0-4,137,152,215,232&D6=0,4,9,\(1-1\)-l&HDR=G2,G1,G3,T&STB=G4,G5&VW=T](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=37325&D1=a&D2=0&D3=0&D4=0&D5=0-4,137,152,215,232&D6=0,4,9,(1-1)-l&HDR=G2,G1,G3,T&STB=G4,G5&VW=T)

geraadpleegd: 28-07-2009

<http://www.mediamonitor.nl/dsresource?objectid=9609&type=org>

geraadpleegd: 31-07-09

Bijlagen

Bijlage 1

Type bericht

Het type krantenbericht wordt vastgesteld aan de hand van een lijst van mogelijke type berichten afkomstig van Oosterbaan (2004-2005). De volgende type berichten kwamen voor in de onderzoeksdata:

Nieuwsbericht: Feitelijk, vrij kort bericht waarin een nieuwe gebeurtenis wordt gemeld.

Reportage: Meestal iets langer stuk, waarin een verslaggever vertelt wat hij ziet en hoort, en af en toe ook een vraag stelt.

Interview: Stuk van gemiddelde tot lange lengte, waarin een of twee personen (dubbelinterview) worden ondervraagd door een journalist. Bij meer dan twee geïnterviewde personen wordt het een reportage.

Achtergrond: Alle stukken waarin op de achtergrond of de geschiedenis van een gebeurtenis of reeks gebeurtenissen wordt ingegaan, of waarin de achtergrond of werking van een bepaald procédé wordt belicht en uitgelegd.

Rechtbankverslag: Meestal een rubriek die met enige regelmaat verschijnt, waarin van éénrechtszitting verslag wordt gedaan.

Fotobijschrift: Kort stukje tekst direct onder een foto.

Hoofdartikel: Stuk waarin de mening van de krant staat.

Opiniestuk: Stuk op de opinie- of forumpagina waarin een mening wordt geuit en beargumenteerd.

Column: Geöpinieerd stuk, dat met enige regelmaat verschijnt en waarin een persoonlijke mening over een willekeurig onderwerp wordt gegeven. Vaak voorzien van portret van de schrijver.

Ingezonden brief: brief van een lezer over een item dat eerder in de krant heeft gestaan.

Recensie: Verslag van (de ervaring met) een bepaald product of bepaalde uiting.

Krantenrecensie: Stuk waarin de krant van de afgelopen week of weken wordt besproken door een ombudsman of buitenstaander.

TV recensie: Bespreking van (een deel van) het televisieaanbod van de afgelopen avond of het afgelopen weekend .

Radio en TV vooraf: Bespreking, signalering of selectie van programma's die de moeite waard of opmerkelijk zijn, maar nog niet zijn uitgezonden.

Portret: Stuk waarin een beschrijving van een persoon wordt gegeven.

Necrologie: Portret en levensbeschrijving van een zojuist overleden persoon.

Uitgaansagenda: lijst met data en bijbehorende evenementen.

Correctie: Rubriek waarin fouten worden rechtgezet.

1 Oosterbaan Martinius, W. (2004-2005). College *Ontwikkeling van Journalistieke Vormen*, master Media en

Journalistiek, Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen, Erasmus Universiteit Rotterdam

Bijlage 2 Lijst van Themas**1.Zaak Natalee Holloway**

Natalee Holloway
 Joran van der Sloot
 Peter R de Vries
 Patrick van der Eem

3.Beroemde Arubanen2 (sporters)

Sidney Ponson
 Calvin Maduro
 Eugene Kingsdale

2.Beroemde Arubanen 1 (artiesten, kunstenaars)

Percy Irausquin
 Edsilia Rombley
 Juvani

4.Sport

Honkbal
 voetbal
 Olympische Spelen

5.Koninkrijksrelaties

Ontmanteling Antillen
 Kiesrecht Europese Unie
 Europese Verkiezingen
 Koninklijke onderscheiding vrouwen

6.Problemen met Arubanen

criminaliteit
 probleemjongeren
 terugsturen probleemjongeren
 rassendatabank,verwijsindex
 Valse rijbewijzen
 drugsmokkel

7.Aruba als subject

Toerisme,economie,onderwijs,

 Status Aparte/Nationale feestdagen
 Cultuur,natuur,eten justitie

8.Homohuwelijk

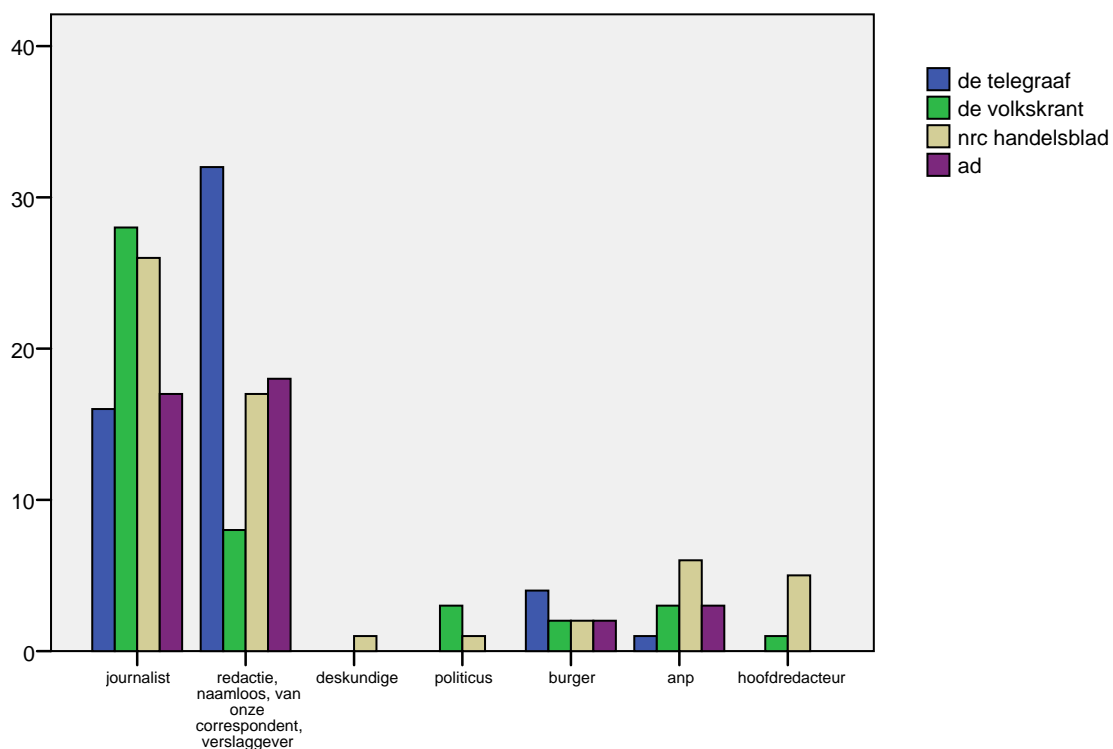
Aruba protesteert tegen lesbisch
 echtpaar

9.Allochtonen in het algemeen

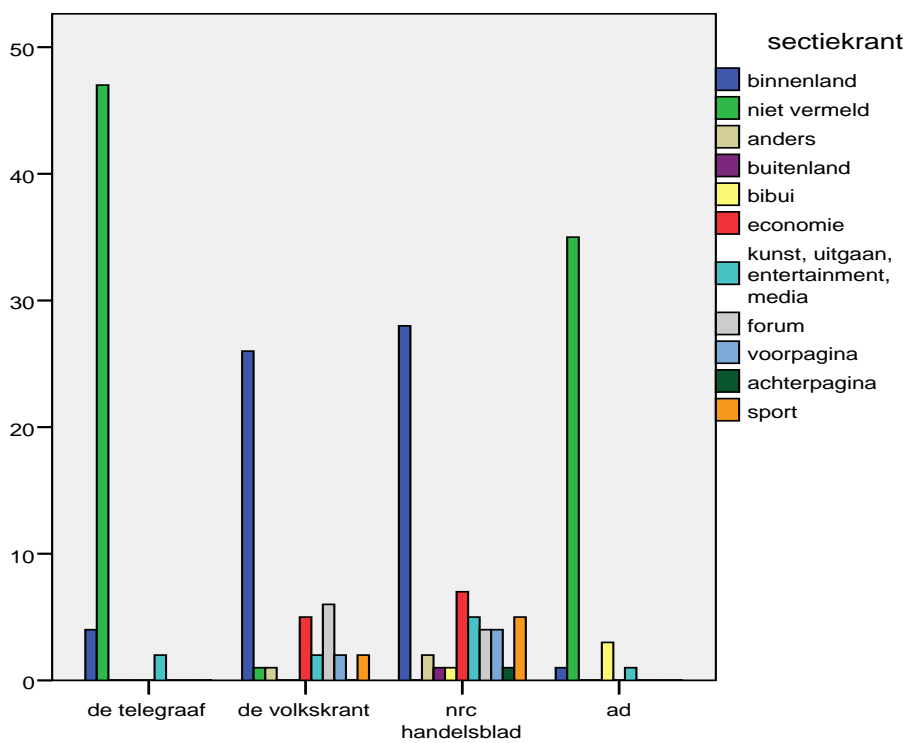
Positieve en negatieve zaken
 Werkeloosheid
 Allochtone studentenverenigingen
 Pleasure Paasfeest
 Consument & beauty

Anders

bn'rs die toevallig op Aruba zijn
 Curaçao
 orkaan Felix
 Chavez
 Boek recensies, CompaNanzi
 Kunst, uitgaan,muziek
 Knokkelkoorts



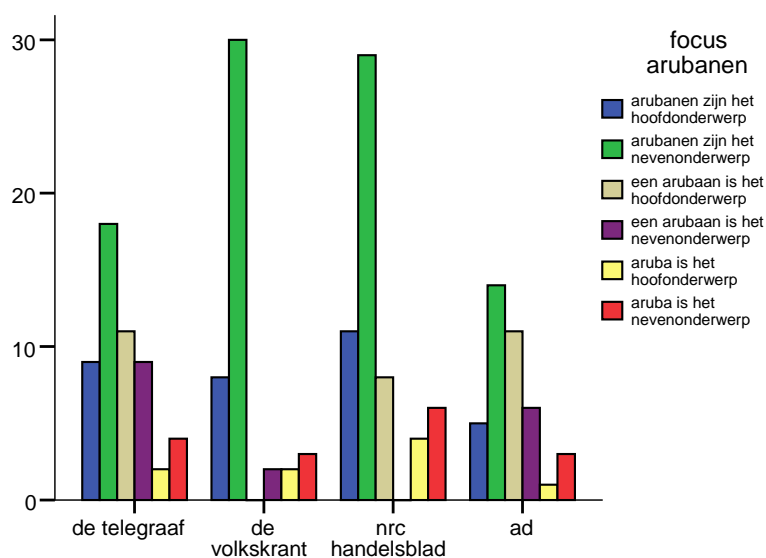
Bijlage 3: Diagram verdeling soort bronnen per dagblad

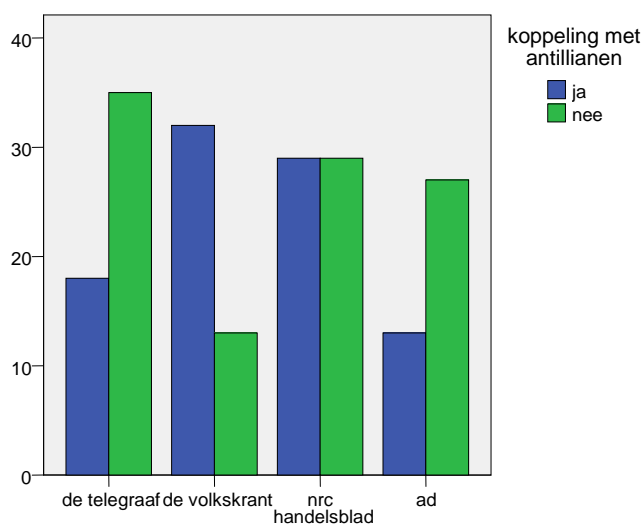


Bijlage 4: Diagram absolute verdeling artikelen in secties per dagblad

Bijlage 5: Tabel *absolute en relatieve verdeling koppeling per focus.*

	ja	nee	Totaal
arubanen zijn het hoofdonderwerp	5(15%)	28(85%)	33(100%)
arubanen zijn het nevenonderwerp	82(90%)	9(10%)	91(100%)
een arubaan is het hoofdonderwerp	1(3%)	29(97%)	30(100%)
een arubaan is het nevenonderwerp	-	17(100%)	17(100%)
aruba is het hoofdonderwerp	1(11%)	8(89%)	9(100%)
aruba is het nevenonderwerp	3(29%)	13(81%)	16(100%)
Totaal	92(47%)	104(53%)	196(100%)

Bijlage 6: Diagram *absolute verdeling focus per dagblad*



Bijlage 7: Diagram *Absolute verdeling koppeling per dagblad*

Bijlage 8: Tabel *Absolute en relatieve verdeling onderwerp naar teneur artikel 2/context artikel*

	positief	negatief	neutraal	Totaal
Zaak Natalee	-	43(100%)	-	43(100%)
Holloway				
allochtonen in het algemeen	6(22%)	15(56%)	6(22%)	27(100%)
Beroemde arubanen(artiesten, couturiers)	10(100%)	-	-	10(100%)
beroemde arubanen2(sporters)	9(75%)	-	3(25%)	12(100%)
Koninkrijksrelaties	-	5(31%)	11(69%)	16(100%)
problemen met arubanen	1(2%)	41(98%)	-	42(100%)
thema artikel * koppeling met antillianen				
aruba als subject	9(38%)	2(8%)	13(54%)	24(100%)
homohuwelijk	-	4(100%)	-	4(100%)
sport	9(90%)	-	1(10%)	10(100%)
anders	1(13%)	-	7(88%)	8(100%)
	45(23%)	110(56%)	41(21%)	196(100%)

**Bijlage 9: Tabel absolute en relatieve verdeling onderwerp naar koppeling
Arubanen/Antillianen**

	ja	nee	Totaal
Zaak Natalee Holloway	-	43(100%)	43(100%)
allochtonen in het algemeen	26(96%)	1(4%)	27(100%)
Beroemde arubanen(artiesten, couturiers)	-	10(100%)	10(100%)
beroemde arubanen2(sporters)	-	12(100%)	12(100%)
Koninkrijksrelaties	16(100%)	-	16(100%)
problemen met arubanen	36(86%)	6(14%)	42(100%)
aruba als subject	4(17%)	20(83%)	24(100%)
homohuwelijk	-	4(100%)	4(100%)
sport	5(50%)	5(50%)	10(100%)
anders	5(63%)	3(38%)	8(100%)
	92(47%)	104(53%)	196(100%)