



# KWALITEITSKRANT VERSUS POPULAIRE KRANT

De berichtgeving rondom de zaak Joran van der Sloot  
in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*

**NRC**  **HANDELSBLAD**

**De Telegraaf**

Erasmus Universiteit Rotterdam  
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen  
Master Media en Journalistiek

Begeleidend docent: Drs. A.L. Peeters  
Tweede lezer: Dr. C.E. Aalberts

Door: Ellen Hoogendam  
Studentnummer: 307709  
E-mailadres: [ellenhoogendam@hotmail.com](mailto:ellenhoogendam@hotmail.com)

Datum: 23-12-2009

# **KWALITEITSKRANT VERSUS POPULAIRE KRANT**

De berichtgeving rondom de zaak Joran van der Sloot  
in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*

## Inhoud

Voorwoord .....	p. 5
Samenvatting .....	p. 6
1. Inleiding .....	p. 7
2. De zaak Joran van der Sloot .....	p. 10
2.1 Het verloop van de zaak .....	p. 10
2.2 De hoofdrolspelers .....	p. 13
3. Theoretisch kader .....	p. 16
3.1 Kwaliteitskrant versus populaire krant .....	p. 16
3.2 <i>NRC Handelsblad</i> .....	p. 18
3.3 <i>De Telegraaf</i> .....	p. 19
3.4 Misdadjournalistiek .....	p. 20
3.5 Beeldvorming .....	p. 22
3.6 Framing .....	p. 23
3.7 Mediahypes .....	p. 25
3.8 Besluit .....	p. 28
4. Onderzoeksvragen en hypothesen .....	p. 29
4.1 Hoeveelheid aandacht .....	p. 29
4.2 Opmaak .....	p. 30
4.3 Betrouwbaarheid/zorgvuldigheid .....	p. 31
4.4 Framing .....	p. 32
4.5 Uitzendingen Peter R. de Vries .....	p. 32
4.6 Mediahype .....	p. 33

5. Methode.....	p. 35
5.1 Onderzoekperiode.....	p. 35
5.2 Gegevensverzameling en verwerking .....	p. 35
5.3 Inhoudsanalyse.....	p. 36
5.4 Fotoanalyse .....	p. 41
5.5 Betrouwbaarheidsanalyse .....	p. 42
6. Resultaten .....	p. 43
6.1 Hoeveelheid aandacht .....	p. 43
6.2 Opmaak .....	p. 43
6.3 Betrouwbaarheid/zorgvuldigheid.....	p. 45
6.4 Framing .....	p. 47
6.5 Uitzendingen Peter R. de Vries.....	p. 50
6.6 Mediahype .....	p. 52
7. Conclusie.....	p. 55
7.1 Kwaliteitskrant versus populaire krant.....	p. 55
7.2 Conclusie hypothesen.....	p. 58
7.3 Reflectie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek .....	p. 60
Literatuur.....	p. 62

- Bijlage 1: Overzicht artikelen en foto's uit *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*
- Bijlage 2: Codeboek inhoudsanalyse
- Bijlage 3: Codeboek fotoanalyse

## Voorwoord

Nu ik dit voorwoord zit te schrijven bedenk ik dat er na zeven jaar studeren dan nu echt een einde is gekomen aan mijn studietijd. Tijdens de eerste vier jaar van mijn studietijd heb ik de HBO-studie Culturele en Maatschappelijke Vorming aan de Hogeschool Rotterdam gevolgd. Gedurende het laatste jaar van deze studie volgde ik de differentiatie Media & Communicatie. Wanneer zo'n laatste jaar bijna voorbij is ga je je toch afvragen of dit het nu is. Ga je na het behalen van je HBO-diploma gelijk werken, lekker reizen of toch misschien nog een vervolgstudie? Ik heb voor de laatste optie gekozen. Tot op de dag van vandaag heb ik geen spijt van deze keuze. Al moet ik wel zeggen dat het schrijven van deze master thesis wel een hele kluit was. Ook ik heb in de spreekwoordelijke dip gezeten. Maar er is hoop, want zoals je ziet is mijn master thesis volbracht!

Graag zou ik ook nog een aantal mensen willen bedanken voor hun hulp, geduld en luisterend oor. Allereerst mijn thesisbegeleider Allerd Peeters, bedankt voor de adviezen, kennis en commentaar. Daarnaast zijn er nog een aantal mensen die ik wil bedanken voor hun hulp tijdens het schrijven van mijn thesis. Bianca Crum wil ik bedanken voor het doorlezen van mijn thesis en onze fijne gesprekken. Mijn medestudenten. En dan in het bijzonder Miranda de Sain, bedankt voor het coderen van de artikelen voor de betrouwbaarheidscontrole. Aartie Kedar bedankt voor je uitleg over SPSS. Het is fijn om met mensen te kunnen praten die in het zelfde "schuitje" zitten. Je bekijkt de dingen na zo'n gesprek toch vanuit een ander perspectief. Mijn vrienden soms is het heerlijk om even niet met de thesis bezig te zijn en gewoon even andere dingen te doen. En last but not least wil ik mijn ouders en zus bedanken voor hun onvoorwaardelijke steun en vertrouwen in mij. Bedankt voor alle kansen die jullie mij hebben gegeven en voor het feit dat jullie er altijd voor me zijn.

Ellen Hoogendam

December 2009

## Samenvatting

Sinds 30 mei 2005 is Natalee Holloway op Aruba verdwenen. De belangrijkste verdachte in deze vermissingzaak is Joran van der Sloot. De zaak is breed uitgemeten in de media. Om die reden is het interessant om de verschillen en overeenkomsten tussen twee verschillende kranten te onderzoeken. De centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek luidt: *In hoeverre verschilt de inhoud en presentatie van de berichtgeving van De Telegraaf en NRC Handelsblad in de zaak Joran van der Sloot?* Om dit te onderzoeken zijn twee Nederlandse kranten, *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*, gedurende een periode van vier jaar door middel van een inhouds- en fotoanalyse onderzocht.

De eindconclusie van dit onderzoek luidt dat de verschillen tussen *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* betrekkelijk klein waren. Dit heeft te maken met de kleine verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire kranten in Nederland. In Nederland zijn de verschillen tussen deze twee soorten kranten, namelijk niet zo groot als in het buitenland. De grootste verschillen tussen de onderzochte kranten hebben betrekking op de hoeveelheid aandacht voor de zaak Joran van der Sloot, de plaatsing van de artikelen, het brongebruik, framing van de hoofdverdachte, het gebruik van illustraties en de uiterlijke kenmerken van de krant.

Trefwoorden: Joran van der Sloot, beeldvorming, framing, mediahype, misdaadjournalistiek, kwaliteitskrant, populaire krant.

## 1. Inleiding

We worden iedere dag overspoeld met informatie en beelden door middel van allerlei verschillende media. Deze beelden en informatie dragen bij aan de beeldvorming van het publiek. Hoe mensen over bepaalde onderwerpen denken wordt voor een groot deel bepaald door de media. Zij schotelen ons een beeld voor. Kranten spelen een grote rol in het construeren van onze beeldvorming over verschillende onderwerpen.

Bepaalde gebeurtenissen groeien uit tot een mediahype. Een mediahype is “een mediabrede, snel piekende nieuwsgolf die één gebeurtenis als startpunt heeft en die voor het grootste deel het gevolg is van zichzelf versterkende processen binnen de nieuwsproductie”, aldus Peter Vasterman in zijn proefschrift *Mediahype* (Vasterman, 2004:23). Uit deze omschrijving blijkt dat een mediahype pas echt een hype is wanneer verschillende media het over een bepaald onderwerp hebben. Een medium pikt een bepaalde gebeurtenis op en vervolgens stort de gehele mediawereld zich op het onderwerp. Wanneer je een krant openslaat lees je over het onderwerp, je kunt de televisie aanzetten en ook daar is het onderwerp vertegenwoordigd. De zaak Joran van der Sloot is de afgelopen tijd enorm veel in het nieuws geweest, maar kunnen we de zaak ook omschrijven als een mediahype?

Het onderzoeksthema van deze thesis heeft betrekking op de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot. Er wordt een vergelijking gemaakt tussen een populaire krant en een kwaliteitskrant. Hoe gaan zij om met het nieuws over de zaak van Joran van der Sloot? Hoe wordt dit in beeld gebracht? En op welke manier worden de lezers geïnformeerd over dit onderwerp?

Voor dit onderzoek worden er artikelen en beelden uit kranten geanalyseerd. Er zijn verschillende soorten kranten te onderscheiden. In dit onderzoek worden de kranten *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* geanalyseerd. *De Telegraaf* wordt beschouwd als een populaire krant, ook wel sensatiepers genoemd, en *NRC Handelsblad* als een kwaliteitskrant. (Bakker & Scholten, 2009:19)

De centrale onderzoeksvraag die ik in dit onderzoek graag wil beantwoorden is de volgende: *In hoeverre verschilt de inhoud en presentatie van de berichtgeving van De Telegraaf en NRC Handelsblad in de zaak Joran van der Sloot?*

### *Relevantie*

Met dit onderzoek hoop ik dat de lezers een (beter) beeld krijgen van de werking van de journalistiek gedurende een mediahype en de verschillende manieren waarop de geanalyseerde kranten berichten over de zaak rondom Joran van der Sloot. Het publiek wordt steeds vaker en beter door de media op de hoogte gehouden over misdaadzaken (Brants, 2008:47-49). Men ziet dat de media op verschillende manieren berichten over de zaak rondom Joran van der Sloot. De media houden ons een bepaald beeld voor. Welk beeld houden de media ons voor met betrekking tot de zaak Joran van der Sloot? En welke verschillen zijn er te ontdekken tussen Nederlandse kwaliteitskranten en populaire kranten? De maatschappelijke waarde van dit onderzoek is het inzicht dat mensen krijgen van de werking van mediaberichtgeving. De wetenschappelijke waarde van het onderzoek heeft betrekking op de precisering van de literatuur over kwaliteitskranten, populaire kranten en mediahypes. Daarnaast laat het onderzoek zien hoe de media omgaan met misdaadzaken die zoveel aandacht krijgen.

### *Hoofdstukindeling*

De hoofdstukindeling van het onderzoek ziet er als volgt uit:

Het tweede hoofdstuk bestaat uit een beschrijving van de case. In dit hoofdstuk wordt een omschrijving gegeven van het verloop van de zaak Joran van der Sloot en worden de hoofdrolspelers in zaak verder toegelicht. Het derde hoofdstuk, het theoretisch kader, geeft onder andere uitleg over de verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire kranten. In dit hoofdstuk worden de twee onderzochte kranten nader toegelicht. Hoe ziet de geschiedenis van de krant eruit, wat voor soort krant is het, welke stijl hanteren ze etc. Naast de algemene informatie over de twee kranten wordt er ook gekeken naar de verslaglegging van misdaadnieuws in Nederland. Ten slotte wordt er in dit hoofdstuk uitleg gegeven over de theorieën over beeldvorming, framing en mediahypes. Vervolgens worden in hoofdstuk 4 de centrale onderzoeksvraag, onderzoeksvragen en hypothesen verder toegelicht. In hoofdstuk 5 zal een uitgebreide beschrijving van de onderzoeksmethode worden gegeven; hierin worden de gebruikte onderzoeksmethode, de onderzoeksperiode, de onderzoekseenheden en de manier waarop de onderzoeksgegevens verzameld zijn toegelicht. In hoofdstuk 6 worden de



resultaten van de analyse gepresenteerd; hierin worden de bevindingen weergegeven van de geanalyseerde artikelen en beelden. En ten slotte wordt in hoofdstuk 7 de conclusie, een kritische reflectie op het onderzoek en aanbevelingen voor vervolgonderzoek worden gegeven.

## **2. De zaak Joran van der Sloot**

In dit hoofdstuk zal uitleg worden gegeven over de zaak Joran van der Sloot. Als eerste wordt er gekeken naar het verloop van de zaak. Vanaf welk moment was de zaak in het nieuws en wat gebeurde er tot nu toe allemaal? Dit alles zal duidelijk worden gemaakt in paragraaf 2.1. Er zijn enkele personen die een belangrijke rol spelen in deze zaak. De hoofdrolspelers in deze zaak zullen in paragraaf 2.2 verder worden toegelicht. In dit hoofdstuk baseer ik mij op de artikelen uit beide kranten en op het Factsheet van de NOS over de verdwijning van Natalee Holloway. (Factsheet NOS, 2009)

### **2.1 Het verloop van de zaak**

Sinds de verdwijning van de Amerikaanse scholiere Natalee Holloway op Aruba is Joran van der Sloot hoofdverdachte in deze zaak. Op 30 mei 2005 ontmoette Van der Sloot de Amerikaanse scholiere Holloway. Holloway en Van der Sloot zijn samen vertrokken naar het strand en sindsdien ontbreekt ieder spoor van het meisje. Wat er precies gebeurde op de bewuste avond is nog steeds niet duidelijk. Van der Sloot werd gearresteerd, omdat hij haar als laatste heeft gezien. Er volgt nu een chronologische beschrijving van de gebeurtenissen rondom deze zaak.

30 mei 2005 is de bewuste avond waar op Natalee is verdwenen. Het is de avond voor haar terugkeer naar de VS. De overige scholieren staan op het vliegveld op Natalee te wachten maar ze komt niet opdagen. Er wordt direct een grote zoekactie op touw gezet om haar te vinden. Haar spullen blijken nog op haar hotelkamer te liggen. Aan de zoekactie wordt naast de politie op Aruba en de Amerikaanse FBI ook mee geholpen door familie en vrijwilligers. Twee portiers van het hotel worden op 5 juni gearresteerd, omdat zij worden verdacht van betrokkenheid bij de verdwijning van Natalee. Op 9 juni vindt de eerste arrestatie van Joran van der Sloot en de gebroeders Deepak en Satish Kalpoe plaats. Ze worden verdacht van moord, doodslag of ontvoering met de dood tot gevolg. De vader van Joran, Paul van der Sloot, wordt op 24 juni gearresteerd op verdenking van medeplichtigheid aan de verdwijning van Natalee. Op 26 juni wordt Paul van der Sloot weer vrijgelaten. De gebroeders Kalpoe worden op 4 juli vrijgelaten. Joran blijft dan nog wel vastzitten. Op deze dag gaan Nederlandse

F16's tevergeefs op zoek naar het lichaam van Natalee. Op 26 juli wordt er een beloning van één miljoen dollar uitgelooft door de familie Holloway aan degene die een tip heeft die leidt tot de vondst van Natalee. De beloning van één miljoen dollar wordt alleen uitgereikt wanneer Natalee levend gevonden wordt. Wanneer dit niet het geval is zal de beloning 100.000 dollar zijn. De beloning is beschikbaar gesteld door vrienden van de familie Holloway. In de buurt van het hotel van Natalee wordt een plas water leeggepompt. Het vermoeden is dat Natalee hier in ligt. Natalee wordt niet gevonden. Op 10 augustus doet Deepak Kalpoe aangifte tegen de moeder van Natalee. Zij zou hem hebben lastiggevallen op zijn werk en hij voelde zich bedreigd. Het OM zegt nieuwe bewijzen te hebben tegen de gebroeders Kalpoe en deze worden op 26 augustus opnieuw in hechtenis genomen. Op 3 september worden alledrie de verdachten, Joran van der Sloot, Deepak en Satish Kalpoe, vrijgelaten wegens gebrek aan bewijs. Ze blijven nog wel verdachte in de zaak.

Op 17 februari 2006 wordt er een aanklacht ingediend door de familie van Natalee tegen Joran van der Sloot en zijn vader. Nadat een nieuwe getuige is gehoord wordt er op 23 maart een nieuw onderzoek ingesteld naar de verdwijning van Natalee. Het programma *Opsporing Verzocht* besteedt op 11 april een uitzending aan de verdwijning van Natalee. In deze uitzending wordt een reconstructie van de verdwijning getoond. Deze uitzending levert in totaal zestig tips op. Op 15 april wordt de 19-jarige Geoffrey van C. aangehouden op verdenking van betrokkenheid bij de verdwijning van Natalee. Hij wordt op 24 april weer vrijgelaten wegens onvoldoende bewijs. Op 17 mei vindt in New York een civiele zaak plaats tegen de familie Van der Sloot. De familie van Natalee houdt hen verantwoordelijk voor haar verdwijning en ze eisen een schadevergoeding. Op deze dag vindt ook een nieuwe arrestatie plaats van een Arubaanse jongen in Utrecht. Deze arrestant is een bekende van Joran. Op 23 mei wordt deze jongen weer vrijgelaten wegens onvoldoende bewijs. De rechter kent op 2 augustus een schadevergoeding van 17.600 euro en bijna 6.000 euro aan advocaatkosten toe aan Paul van der Sloot. Op 9 augustus kondigde het OM aan in hoger beroep te gaan tegen deze uitspraak. In november besteedde misdadjournalist Peter R. de Vries in zijn tv-programma *Peter R. de Vries, misdaadverslaggever* een

extra lange uitzending aan de verdwijning van Natalee. Volgens Peter R. de Vries heeft Joran op cruciale punten gelogen.

Op 15 februari 2007 wordt door het Arubaanse hof besloten dat er geen schadevergoeding wordt uitgekeerd aan Paul van der Sloot. Op 25 april verschijnt het boek van Joran van der Sloot over de verdwijning van Natalee Holloway, *De zaak Natalee Holloway*. Op 21 november wordt Joran van der Sloot in Nederland opnieuw gearresteerd, ditmaal op verdenking van doodslag. Op 23 november wordt Van der Sloot overgevoerd naar Aruba. Hij wordt op 7 december 2007 weer vrijgelaten door de rechter. Op 18 december sluit de Arubaanse justitie de zaak Natalee Holloway. Er is te weinig bewijs om de verdachten te vervolgen.

Op 11 januari 2008 waren Van der Sloot, zijn ouders en misdadjournalist Peter R. de Vries te gast in het tv-programma *Pauw en Witteman*. Na afloop van het programma gooide Joran een glas wijn in het gezicht van Peter R. de Vries. De volgende dag gaan de beelden van het incident de wereld over. Met name in Amerika is de interesse voor deze beelden groot. Peter R. de Vries maakt op 31 januari bekend dat hij de zaak heeft opgelost. Wat er precies met Natalee is gebeurd wil hij niet zeggen. Het enige dat hij kan zeggen is dat ze niet meer leeft. Het is een vooraankondiging voor de uitzending van 3 februari. Op 1 februari worden steeds meer details over de uitzending van Peter R. de Vries bekend. De uitzending van Peter R. de Vries is verkocht aan het Amerikaanse tv-station *ABC News*. Op 3 februari kijken er zeven miljoen mensen naar de uitzending van Peter R. de Vries. Joran wordt op 5 februari verhoord op een politiebureau in Rotterdam. De bekentenissen van Joran in de uitzending van Peter R. de Vries worden niet gezien als bewijs, omdat deze niet worden ondersteund door ander bewijs. Op 16 februari wil de moeder van Natalee een civiele zaak beginnen tegen Joran. Tijdens de uitreiking van de Emmy Awards in Amerika wint Peter R. de Vries een award voor zijn reportage over Joran. Op 9 november is in een nieuwe uitzending van Peter R. de Vries te zien dat Joran Thaise meisjes probeert te verkopen. De justitie op Thailand doet op 10 november onderzoek naar de zaken van Joran in Thailand. Op 24 november beweert Joran in een interview met *Fox News Channel* dat hij Natalee heeft verkocht aan een Venezolaan. Later wordt dit verhaal weer door hem ingetrokken

Op 19 april 2009 zendt de Amerikaanse zender *Lifetime* een film uit over de verdwijning van Natalee. De film gaat over de avond van de verdwijning van Natalee en de zoektocht van haar moeder. Het script is gebaseerd op het boek, *Loving Natalee*, geschreven door Beth Holloway. Op 23 april is Joran van der Sloot wederom in het nieuws. Hij zou vrijwillig meewerken aan een leugendetectortest. De uitkomst van deze test zal in een nog te ontwikkelen tv-programma van Terror Jaap uit de Gouden Kooi worden vertoond.

## 2.2 De hoofdrolspelers

Uit bovenstaande omschrijving van de zaak Joran van der Sloot blijkt dat er enkele personen een belangrijke rol spelen in deze zaak. Deze personen zullen in deze paragraaf worden geïntroduceerd.

### *Joran van der Sloot*

Joran van der Sloot is een Nederlandse jongen die vanaf juni 2005 tot op heden verdacht wordt van betrokkenheid bij de verdwijning van de Amerikaanse scholiere Natalee Holloway. Na een avond stappen wordt het meisje dat Joran heeft meegenomen naar het strand vermist. Op 9 juni 2005 vindt de eerste arrestatie plaats. Naast de verdwijning van Natalee wordt Joran ook van poging tot vrouwenhandel verdacht. Deze beschuldiging is gebaseerd op het tv-programma *Peter R. de Vries, misdaadverslaggever*. In de derde uitzending over Joran heeft Peter R. de Vries namelijk beeldmateriaal waarop te zien is dat Joran in vrouwen probeert te handelen.

### *Ouders Joran van der Sloot*

De ouders van Joran van der Sloot spelen een belangrijke rol in de zaak rondom hun zoon. De vader van Joran, Paul van der Sloot, is een rechter in opleiding op Aruba. Het gezin Van der Sloot woont al jaren op het eiland. Paul van der Sloot is in het begin ook nog gearresteerd wegens medeplichtigheid aan de verdwijning van Natalee Holloway. Anita van der Sloot is de moeder van Joran, zij geeft al jaren les aan de Internationale School op Aruba. Naast haar man verscheen Anita ook geregeld in de media. Zij was voornamelijk te zien als verdediger van haar zoon. Wanneer zij in de media verscheen

was dit met name om haar zoon te steunen. Het gezin Van der Sloot was onder andere te gast in het programma van *Pauw & Witteman*. Na het wijnincident was zij degene die de zaak probeerde te sussen en zich verontschuldigde voor het gedrag van haar zoon.

#### *Natalee Holloway*

Natalee Ann Holloway is het slachtoffer in de verdwijningszaak. Natalee Holloway is een 18-jarige scholiere uit Mountain Brook, Alabama. Na het behalen van haar diploma gaat ze met medescholieren op reis naar Aruba. Ze gaan naar dit eiland om het behalen van hun diploma te vieren. Tijdens de laatste avond op het eiland ontmoet ze gedurende het uitgaan de Nederlandse Joran van der Sloot. Na deze avond ontbreekt ieder spoor van Natalee.

#### *Beth Holloway*

Beth Holloway is de moeder van de verdwenen Natalee Holloway. De moeder heeft een grote rol gespeeld in de zoekacties naar Natalee. Beth zoekt met verschillende media contact zowel in Nederland en Aruba als in de VS. Ze hoopt op die manier meer aandacht te krijgen voor de verdwijning van haar dochter. Beth beschikt over goede connecties in de top van de Republikeinse Partij, hierdoor krijgt ze enorm veel steun.

#### *Peter R. de Vries*

De bekendste misdadjournalist van Nederland is Peter R. de Vries. De Vries zorgt met zijn tv-programma *Peter R. de Vries, misdaadverslaggever*, misdaadcolumns en andere publicaties niet alleen voor beroering, maar ook voor doorbraken in verschillende misdaadzaken. Zo speelde De Vries een belangrijke rol in de Puttense moordzaak. In november 2006 wijdde De Vries een extra lange uitzending aan de verdwijning van Natalee Holloway. Volgens hem had Van der Sloot wel degelijk iets met de verdwijning te maken. Ook bleek uit deze uitzending dat Van der Sloot had gelogen over belangrijke zaken met betrekking tot het politieonderzoek. In februari 2008 had De Vries nog een uitzending over de Holloway-vermissing. Met behulp van verborgen camerabeelden zijn bekentenissen van Van der Sloot opgenomen met betrekking tot de verdwijning van Holloway. De undercover Patrick van der Eem deed zich voor als

‘vriend’ van Van der Sloot. De derde en tot nu toe laatste uitzending van De Vries over Joran van der Sloot vond plaats in november 2008. In deze uitzending kwam De Vries met materiaal naar voren waaruit zou blijken dat Van der Sloot verwickeld is in vrouwenhandel. Onlangs heeft Peter R. de Vries verschillende prijzen in ontvangst mogen nemen voor zijn uitzendingen over Joran van der Sloot. Waaronder een prestigieuze Emmy Award in de VS. In Nederland werd hij uitgeroepen tot tv-persoonlijkheid van het jaar 2008.

#### *Patrick van der Eem*

Patrick van der Eem is de undercover die Peter R. de Vries hielp met zijn undercoveractie tegen Joran van der Sloot. Van der Eem groeide op op Aruba en Curaçao, maar woont al weer enkele jaren in Nederland. Van der Eem trok een tijd met Joran op. In deze korte tijd lukte het hem om het vertrouwen van Joran te winnen. Joran deed in de auto met daarin de verborgen camera's onthullingen over de verdwijning van Natalee Holloway. In maart 2008 werd bekend gemaakt dat Van der Eem een boek zou uitbrengen over de bekentenissen van Joran en hoe het was om met Joran op te trekken. Op 25 juni 2008 verscheen het boek getiteld *Overboord*.

### 3. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk zal dieper worden ingegaan op een aantal theorieën. In paragraaf 3.1 zal worden ingegaan op de verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire kranten. Welke kenmerken hebben deze kranten, hoe onderscheiden ze zich van elkaar en hoe uit zich dit in de berichtgeving? Verder worden de voor dit onderzoek gekozen kranten *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf* beschreven. Beide kranten hebben een geheel andere achtergrond en schrijfstijl. Voor de analyse is het van belang om op de hoogte te zijn van de geschiedenis van de kranten, zodat men begrijpt waarom bepaalde keuzes gemaakt zijn. Daarom gaan we in paragraaf 3.2 en 3.3 in vogelvlucht door de geschiedenis van *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*. In paragraaf 3.4 wordt er gekeken naar de rol van de media in misdaadzaken. De media spelen een belangrijke rol in de verslaglegging van misdaadzaken. In paragraaf 3.5 wordt aandacht besteed aan theorie over beeldvorming. Hoe vindt beeldvorming plaats en welke factoren zijn van invloed op het ontstaan van onze beeldvorming? Vervolgens wordt in paragraaf 3.6 het begrip framing besproken. Tot slot wordt in paragraaf 3.7 de theorie over mediahypes behandeld.

#### 3.1 Kwaliteitskrant versus populaire krant

Er zijn verschillende soorten kranten te onderscheiden. In dit onderzoek naar de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot staan *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* centraal. *De Telegraaf* wordt beschouwd als een populaire krant, ook wel sensatiepers genoemd, en *NRC Handelsblad* als een kwaliteitskrant.

Waarin verschillen kwaliteitskranten en populaire kranten? Het onderscheid tussen deze twee soorten kranten is misleidend, omdat het suggereert dat de ene krant geen kwaliteit heeft. Dit is echter niet het geval. Het gaat vooral om de verschillen van invulling van de krant. Er wordt voornamelijk gekeken naar de verhouding van '(politieke) informatie' versus 'amusement' in een krant. Wanneer een krant voornamelijk veel over '(politieke) informatie' en weinig over 'amusement' bericht, wordt de krant gezien als een kwaliteitskrant. Wanneer het omgekeerde het geval is wordt de krant als een populaire krant gezien. (Bakker & Scholten, 2009:19-21) Van



Hoof (2000) maakt het onderscheid dat kranten verschillen in commerciële kwaliteit en culturele kwaliteit. Commerciële kwaliteit heeft betrekking op dat de informatie zo goed mogelijk de lezersbehoefte bevredigt. Dit specialisme wordt toegeschreven aan populaire kranten. Culturele kwaliteit heeft juist betrekking op dat de lezer informatie krijgt die haar zo goed mogelijk inlicht. Dit is een specialisme van kwaliteitskranten. (Van Hoof, 2000:11-19)

Wanneer we kijken naar de inhoud van de twee soorten kranten kunnen we stellen dat een kwaliteitskrant streeft naar een hoge mate van diepgang in de artikelen. Doordat de kwaliteitskranten streven naar diepgang is het taal- en woordgebruik vaak moeilijker dan in de populaire kranten. De artikelen in kwaliteitskranten zijn van een grotere omvang dan de artikelen in populaire kranten. Door het gebruik van moeilijkere taal worden deze kwaliteitskranten vooral gelezen door hoger opgeleiden. Kwaliteitskranten berichten voornamelijk over economie, politiek, wetenschap, kunst en literatuur. Ze nemen over het algemeen wat meer afstand tot het nieuws en benaderen het kritischer dan populaire kranten. Populaire kranten zullen behalve over nieuws uit binnen- en buitenland meer sensationeel nieuws brengen, zo zullen zij bijvoorbeeld uitgebreider berichten over misdaden en rampen. Naast dit sensationele nieuws berichten de populaire kranten ook over mode, interieurs, auto's, showbizz en vakanties. Kwaliteitskranten benaderen het nieuws met meer afstand. Een voorbeeld van een kop van een kwaliteitskrant zou kunnen zijn: 'Nederland zendt schepen naar Golf'. Terwijl populaire kranten zouden kunnen schrijven 'Onze Jannen op mijnenjacht'. (Kussendrager & Van der Lugt, 2007:20-21)

Ook in de opmaak van de kranten is een duidelijk verschil waarneembaar. Kwaliteitskranten hebben een voorkeur voor rustig opgemaakte pagina's. Daarnaast maken kwaliteitskranten weinig gebruik van foto's. Wanneer we kijken naar de koppen van artikelen uit kwaliteitskranten kunnen we zeggen dat deze in verhouding zijn met de omvang van het artikel. De populaire kranten maken daarentegen vaak gebruik van paginabrede koppen, deze zijn vaak vet gedrukt en verleiden de lezer om het artikel te lezen door middel van een prikkelende zin. Ook maken populaire kranten meer gebruik van illustraties. (Kussendrager & Van der Lugt, 2007:20-21)

Het laatste verschil tussen kwaliteitskranten en populaire kranten heeft betrekking op de zorgvuldigheid. Volgens Van Gessel (1995) streven populaire kranten ernaar om het nieuws sensationeel te presenteren. In hun berichtgeving besteden ze veel aandacht aan spectaculaire gebeurtenissen zoals ongelukken, misdaad en grote sportevenementen. Daarnaast berichten ze veel over privé zaken van belangrijke personen, artiesten en sporthelden. Het op een sensationele manier berichten is van invloed op de inhoud, opmaak en de degelijkheid van de krant. In tegenstelling tot populaire kranten leggen kwaliteitskranten juist het accent op een zakelijke en genuanceerde berichtgeving. De presentatie van het nieuws is veel soberder dan in populaire kranten. Kwaliteitskranten berichten zonder veel sensatiezucht. Het gaat bij kwaliteitskranten om goede en eerlijke informatie, niet om het nieuws zo sensationeel mogelijk weer te geven. (Van Gessel, 1995) Wanneer we de Nederlandse kranten vergelijken met de buitenlandse kranten, is het verschil tussen kwaliteitskranten en populaire kranten in Nederland niet zo heel erg groot. (Kussendrager & Van der Lugt, 2007:21; Bakker & Scholten, 2009:19-21)

### **3.2 NRC Handelsblad**

*NRC Handelsblad* verscheen voor het eerst op 1 oktober 1970. De krant is ontstaan na een fusie tussen de ‘Nieuwe Amsterdamsche Courant’ het *Algemeen Handelsblad* uit 1828 en *Nieuwe Rotterdamsche Courant* uit 1844. (Wijfjes, 2005:332) In het begin van 1970 was de fusie tussen beide kranten onvermijdelijk. De redacties van beide kranten ontwikkelden een formule voor de nieuwe krant. De formule voor de nieuwe krant is gebaseerd op kranten uit het buitenland waaronder *The Times*, *The Guardian* en *Süddeutsche Zeitung*. De nieuwe krant moest een kwaliteitskrant worden gericht op hoger opgeleide mensen. *NRC Handelsblad* verschijnt zes dagen per week. Op doordeweekse dagen verschijnt de krant aan het einde van de middag en op zaterdag in de loop van de ochtend. *NRC Handelsblad* is een krant die zich voornamelijk richt op individuen die omvattend en objectief nieuws willen. Zodat ze op die manier beter vorm kunnen geven aan hun eigen mening. De oplage van *NRC Handelsblad* heeft zich sinds eind jaren negentig gestabiliseerd rond 270.000 exemplaren. *NRC Handelsblad* volgt

het journalistieke ideaal en principe voor een strikte scheiding van nieuws, analyses en opinies. (Rümke, 2009)

De krant omschrijft zichzelf als krant voor een publiek dat zelf wil nadenken en de lezers niet naar de mond praat of een mening probeert op te leggen. Ze streven dan ook naar een zo helder en objectief mogelijke berichtgeving. De krant vindt het belangrijk dat de eigen emoties en (voor)oordelen niet doorklinken in de berichtgeving. Objectiviteit zal dan ook altijd een streven blijven van de krant. (Sanders, 2000:13) In 1995 was *NRC Handelsblad* de eerste landelijke krant met een webeditie. Inmiddels voorziet de website van de krant, <http://www.nrc.nl>, het publiek 24 uur per dag van nieuws.

### **3.3 De Telegraaf**

*De Telegraaf* werd op 1 januari 1893 in Amsterdam opgericht door Henry Tindal. De krant deed het goed en ging van 2.000 abonnees in 1893 naar 9.000 abonnees in 1896. In vergelijking met de andere Nederlandse dagbladen was *De Telegraaf* een opvallende verschijning. Ze behoorde niet zoals andere dagbladen tot een bepaalde zuil. *De Telegraaf* wilde politiek onafhankelijk zijn. Een neutraal dagblad, bedoeld voor een ruime lezerskring. (Scheffer, 1976:302)

Tijdens de Eerste Wereldoorlog vond er een verandering plaats bij *De Telegraaf*. De krant was in de jaren voor de oorlog nog ‘Deutschfreundlich’, maar toen de oorlog eenmaal uitgebroken was schaarde ze zich achter de Entente-landen Frankrijk, Groot-Brittannië, Rusland en later ook Italië. Ten tijde van de oorlog ging het gerucht dat *De Telegraaf* zou zijn (om)gekocht door de Britten. *De Telegraaf* kreeg daarom ook de bijnamen The Daily Telegraaf en Telegraph. *De Telegraaf* is te vergelijken met de krant de *Daily Mail* uit Londen en de *Matin* uit Parijs, kranten die werden opgericht uit commerciële overwegingen in plaats van politieke of religieuze overwegingen. De eenvoudige taal, grote koppen en veel human interest bepaalden de inhoud van deze kranten. Toch had *De Telegraaf* lezers die meer concentratievermogen hadden dan bij zijn Britse en Franse collega's. (Bouman, 1990:20) Dhr. H.M.C. (Hak) Holdert, een zakenman, zag wel wat in *De Telegraaf* en kocht de krant in 1902. Samen met

hoofdredacteur J.C. Schröder bepaalden ze het gezicht van *De Telegraaf*. Schröder zou vooral veel sympathie hebben voor de geallieerde zaak. (Bouman, 1990:21)

Ook gedurende de Tweede Wereldoorlog gebeurde er het nodige met *De Telegraaf*. Voor het grootste gedeelte van deze oorlog nam *De Telegraaf* een middenpositie in en hield zij zich vooral op de vlakte. Maar toen in oktober 1944 de krant werd overgenomen door SS'er Henri Holdert (ook wel Hakkie Holdert genoemd), de zoon van eigenaar Hak Holdert, werd de krant het symbool van de 'foute' krant. De krant zou de Duitse bezetter in alles hebben gediend en gesteund. Na de oorlog kreeg de krant te maken met perszuivering. De krant kreeg een verschijningsverbod van een paar jaar opgelegd. Maar na vier jaar werd dit verbod in 1949 al weer ingetrokken. Na de beëindiging van het verschijningsverbod groeide de krant weer uit tot de grootste krant van Nederland. (Wijfjes, 2005:246-248)

*De Telegraaf* is de grootste Nederlandse ochtendkrant. *De Telegraaf* heeft ongeveer 2,3 miljoen lezers; dat is 18,2% van de Nederlandse bevolking in de leeftijd van 13 jaar en ouder. De krant staat bekend om haar uitgebreide verslaggeving op het gebied van financiën, in de bijlage De Financiële Telegraaf, en sport, in de bijlage Telesport. Andere populaire bijlagen zijn De Reiskrant, met daarin uitgebreide reisinformatie en De Woonkrant over huizen en interieur. (LexisNexis, 2009) *De Telegraaf* is ook vertegenwoordigd op het internet: <http://www.telegraaf.nl>.

### **3.4 Misdaadjournalistiek**

Hoe wordt er over misdaadzaken in de Nederlandse kranten bericht? Is er sprake van een toename in de berichtgeving over misdaadzaken? Vanaf eind jaren '60 wordt er steeds meer over misdaadzaken bericht. Uit onderzoek van Coenen en Van Dijk (1976) blijkt dat de misdaadverslaggeving tussen 1966 en 1974 aanzienlijk in omvang is toegenomen. De misdaadartikelen waren in 1972 en 1974 30% langer dan in 1966 en 1968. Daarnaast werd het gebruik van foto's en illustraties bij misdaadartikelen verdubbeld. Ook de lay-out van de artikelen werd opvallender. (Coenen & Van Dijk, 1976:9) En ook in de decennia daarna neemt dit toe. Ook Kees Brants (2007) stelt dat er de afgelopen decennia veel gebeurd is met het misdaadnieuws. Hij doelt dan op veranderingen in de omvang, aard en de stijl van misdaadnieuws. Niet alleen de

televisie bericht steeds vaker over misdaadnieuws ook kranten besteden steeds meer aandacht aan deze onderwerpen. Volgens Brants past “criminaliteit uitstekend in de definitie van nieuws als afwijkend, negatief, nieuw en actueel, dramatisch en makkelijk te personaliseren.” Brants stelt dat misdaadnieuws voor een groot publiek een amusementswaarde heeft. Men is angstig voor de criminaliteit en voor de eventuele kans om zelf slachtoffer te worden, maar men kijkt en leest graag over misdaadnieuws. Naar de uitzending op 3 februari 2008 van Peter R. de Vries over Joran van der Sloot keken dan ook 7 miljoen mensen. (Brants, 2008:47-49)

De media spelen een belangrijke rol, ook in de misdaad. De gewone burger wordt ook steeds vaker ingezet bij het oplossen van misdaadzaken. Een voorbeeld hiervan zijn de verborgen camerabeelden die opgenomen zijn tijdens de autoritten van Joran van der Sloot en Patrick van der Eem.

Er zijn verschillende soorten van misdaadjournalistiek te onderscheiden. Zo bestaat er onthullingsjournalistiek, undercoverjournalistiek en misdaadjournalistiek. Jelle Kuiper, hoofdcommissaris van de politie Amsterdam, stelt dat misdaadjournalistiek het goed doet. Artikelen over misdaadzaken zijn voorpaginaverhalen in de kranten. Daarnaast zijn er veel crime series op televisie. Deze worden goed bekeken door het publiek. (Beunders & Muller, 2005:220) Maar wat is nu eigenlijk misdaadjournalistiek? Misdaadjournalistiek is een vorm van journalistiek met als hoofdonderwerp misdaad. Dit kan zijn van brandstichting tot moord. Wanneer we kijken naar de zaak rondom Joran van der Sloot kunnen we ook spreken van onthullingsjournalistiek. Onder onthullingsjournalistiek wordt het naar boven brengen van verborgen feiten genoemd. (Kussendrager & Van der Lugt, 2007:189)

Undercoverjournalistiek is van toepassing op de manier waarop Peter R. de Vries met het inzetten van Patrick van der Eem Joran aan het praten probeerde te krijgen. Bij undercoverjournalistiek gaat een persoon undercover om op die manier achter bepaalde informatie te komen. Wanneer je undercover bent is het geoorloofd om je anders voor te doen dan je werkelijk bent. Je bent op dat moment bezig om informatie los te krijgen die van algemeen belang is of wanneer deze informatie onmogelijk kan worden verkregen als de verdachte weet wie je werkelijk bent.

(Kussendrager & Van der Lugt, 2007:403) Alle hierboven genoemde vormen van misdaadjournalistiek zijn van toepassing op de zaak Joran van der Sloot.

### 3.5 Beeldvorming

De beeldvorming van het publiek wordt mede door de media gevormd. Iedere krant vormt een ander beeld. Dit is omdat ze willen voldoen aan de wensen van het publiek en ze willen hun eigen aard ook tot uiting brengen in de door hun gepubliceerde artikelen. We creëren een beeld over bepaalde zaken, mensen en gebeurtenissen aan de hand van allerlei verschillende dingen. Dit beeld wordt onder andere gevoed door de verhalen van mensen, uitingen in de media, boeken etc. We kunnen stellen dat de cultuur een grote rol speelt in de manier waarop mensen een beeld vormen.

De Nederlandse cultureel antropoloog Tennekes heeft een aantal opvattingen over cultuurontwikkeling. Hij stelt dat wanneer men de verhoudingen tussen de mens en zijn cultuur wil onderzoeken, men rekening moet houden met drie gezichtspunten. Het eerste punt heeft betrekking op het feit dat de mens niet alleen een product is van zijn cultuur, maar ook de maker van deze cultuur. Het tweede punt heeft betrekking op het feit dat cultuur een objectieve realiteit is. De mens heeft niet alles te zeggen over wat er in een cultuur gebeurt. We worden namelijk geboren in een wereld die we niet zelf uitkiezen. Als volwassenen kunnen we bepaalde aspecten nog wel iets veranderen, maar we kunnen deze wereld niet helemaal naar onze hand zetten. Het derde en laatste punt heeft betrekking op het feit dat cultuur niet alleen een objectieve werkelijkheid buiten ons is, maar dat het ook een subjectieve werkelijkheid in ons is. Dit wil zeggen dat ondanks dat mensen de cultuur niet kunnen veranderen ze deze wel eigen kunnen maken. (Tennekes, 1990:27-28) Tennekes stelt dat mensen zelf ook maker zijn van de cultuur waarin ze leven en dat is met het begrip beeldvorming ook van toepassing. Mensen vormen namelijk een bepaald beeld naar aanleiding van verschillende verhalen, de mensen maken dus eigenlijk zelf een beeld.

James Carey (1989) stelt in zijn essay *Communication as Culture* dat er twee verschillende visies op communicatie zijn. De eerste visie is dat communicatie kan worden gezien als een vorm van transmissie. Het is een manier om informatie over te brengen en te verspreiden. De tweede visie is meer vanuit een culture dimensie. Hierbij

wordt meer gekeken naar de rituele aspecten van communicatie. Het rituele model vult het transmissiemodel aan en brengt verdieping. Bij dit perspectief gaat het om het delen van bepaalde ideeën. Doordat ideeën met elkaar gedeeld worden, ontstaat een gemeenschap. De werkelijkheid waaraan mensen voor zichzelf betekenis geven, ontstaat dan niet door communicatie. Volgens Carey ontstaat de werkelijkheid in communicatie. Zoals Carey (1989) in zijn essay *Communication as Culture* zegt heeft de rituele functie van communicatie te maken met de volgende begrippen; delen, participatie, associëren en het bezitten van ‘common faith’. Mensen delen een bepaalde cultuur aan de hand van deze cultuur vormen ze hun beeld over onderwerpen. Ook associëren mensen een bepaalde cultuur met een bepaald beeld. (Carey, 1989:14-20)

### **3.6 Framing**

Framing is het selecteren en belangrijk maken van bepaalde aspecten van een waargenomen werkelijkheid. De media bepalen wat de mensen zien, lezen of horen. Framing zorgt er voor dat mensen bepaalde gebeurtenissen op een zelfde manier interpreteren. De socioloog Ervin Goffman gebruikt het concept van framing voor het eerst. Goffman (1974) stelt dat een frame ‘verwijst naar een classificatiesysteem, dat de mens houvast biedt bij het duiden, waarnemen, identificeren en labelen van de verschillende gebeurtenissen die wij in ons leven doormaken’. Framing kan gezien worden als een organisatieproces. Het biedt ons hulp om de werkelijkheid te begrijpen. In de mediaberichtgeving is framing is de manier waarop onderwerpen worden gepresenteerd door de maker (journalisten) en geïnterpreteerd door het publiek (lezers). Goffman stelt dat mediaframes bepalen hoe het publiek over een bepaald onderwerp denkt. De manier waarop media een bepaald onderwerp presenteert is van invloed op beeldvorming van het publiek over het onderwerp. (Kitzinger in Devereux, 2007:134-136) Frames kunnen worden gezien als interpretatiekaders die door mensen worden gebruikt om de werkelijkheid te interpreteren en begrijpelijker te maken. (Brants, 2005:94)

In het artikel *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm* geeft Robert Entman de volgende definitie van het begrip framing: ‘*To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating*

*text in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/ or treatment recommendations.*’ Entman bespreekt een aantal verschillende functies van framing. Volgens hem is de eerste functie dat frames problemen definiëren. De tweede functie is het diagnosticeren van de oorzaak van het probleem. De derde functie is dat een frame op een morele wijze oordeelt. De vierde en laatste functie is dat frames oplossingen aangeven. (Entman, 1993:52)

Volgens Scheufele is het frame waarin een artikel wordt geplaatst afhankelijk van verschillende factoren. Voorbeelden van deze factoren zijn sociale normen en waarden, journalistieke routines, groepsdruk, druk vanuit de organisatie, ideologische en politieke gezindheid. Al deze factoren hebben invloed op de manier waarop een frame door de journalist gebruikt wordt in een artikel. (Scheufele, 1999:109)

De Boer en Brennecke stellen dat “een mediaframe een wijze is waarop een onderwerp wordt gepresenteerd en geïnterpreteerd in de mediaberichtgeving.” Bij de productie van de media-inhoud worden door de makers bepaalde keuzes gemaakt. Deze keuzes bepalen het frame, het inkaderen van het onderwerp en de aspecten die in de media-inhoud worden benadrukt. Het proces waarbij de makers worden beïnvloed door interne- en externe factoren, wordt ook wel framebuilding genoemd. (De Boer & Brennecke, 2003:211-212)

Semetko en Valkenburg (2000) hebben een instrument voor de inhoudsanalyse van berichtgeving ontwikkeld waarmee vijf nieuwsframes kunnen worden onderscheiden. Het eerste frame dat zij onderscheiden is het conflictframe; hierbij ligt de nadruk op partijen/individuen die het niet met elkaar eens zijn en elkaar verwijten maken. Het tweede frame dat onderscheiden wordt is het human interest frame. In dit frame ligt de nadruk meer op emoties en de invloed van gebeurtenissen op het leven van mensen. Het derde frame is het economische gevolgenframe. Dit frame laat de financiële gevolgen van een gebeurtenis of probleem zien. Het vierde frame dat wordt onderscheiden is het moraliteitsframe. Bij dit frame wordt het probleem of de gebeurtenis vanuit een morele of religieuze kant bekeken. Het laatste frame is het verantwoordelijkheidsframe; hierbij wordt het probleem of een gebeurtenis op zo’n manier gepresenteerd dat de schuld van het probleem bij het individu of de groep wordt gelegd. (Semetko & Valkenburg, 2000:95-96)



De verwachting is dat wanneer de bovenstaande algemene nieuwsframes gehanteerd zullen worden er één frame is dat steeds terugkomt, namelijk het human-interest frame. Bij dit type misdaad gaat het ook vaak over verantwoordelijkheid en moraliteit. In dit onderzoek naar de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot worden er frames toegepast op dit specifieke geval. De frames opgesteld door Semetko en Valkenburg zijn te breed om toe te passen op de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot. Enkele voorbeelden van onderzoeken waarbij de door Semetko en Valkenburg opgestelde nieuwsframes worden gebruikt zijn onderzoeken naar de beeldvorming over moslims, de vuurwerkramp in Enschede en de beeldvorming over politici. Omdat het in dit onderzoek interessant is te kijken naar de frames die toegepast worden op de hoofdrolspelers in deze zaak, zijn er verschillende frames opgesteld die van toepassing zijn op de hoofdrolspelers. Deze frames zijn opgesteld met behulp van de literatuur over framing en misdaadjournalistiek. Een voorbeeld van een in dit onderzoek opgesteld frame, is het frame van Joran als echte boef. Wordt de beoogde dader in deze zaak als een echt boef geframed? Bij misdaadzaken heeft de veronderstelde boef niet altijd slechte kanten, maar ook goede kanten. In paragraaf 5.3 zal verder worden ingegaan op de totstandkoming van deze frames. In dit onderzoek zal worden gekeken naar de verschillende frames die de kranten hebben gemaakt van de hoofdrolspelers in deze zaak. Daarnaast wordt er gekeken of populaire kranten gebruik maken van andere frames dan kwaliteitskranten.

### **3.7 Mediahypes**

De laatste jaren worden bepaalde nieuwsonderwerpen steeds vaker als een mediahype bestempeld. Maar wanneer kan iets of iemand een mediahype worden genoemd? Op zoek naar een criterium stelt mediasocioloog Peter Vasterman in zijn eerste poging om mediahypes te definiëren dat “een mediahype zich kenmerkt door een hijgerig soort berichtgeving. Deze berichtgeving zou gebaseerd zijn op halve waarheden en snelle oordelen.” Vasterman stelt in zijn proefschrift dat buitenproportioneel veel aandacht voor een onderwerp niet garandeert dat er sprake is van een mediahype. Dit criterium komt al snel te vervallen. We kunnen dus stellen dat wanneer er extreem veel aandacht

is voor een bepaald onderwerp er niet meteen van uit kan worden gegaan dat er sprake is van een mediahype. (Vasterman, 2004:238)

“Volgens critici leidt de opwinding in de media vaak tot overhaast koppensnellen en een crisissfeer die niet in verhouding staat met de werkelijke ernst van de situatie.” Hans Laroes, hoofdredacteur van *NOS Journaal*, stelt dat het bij een mediahype gaat: “om een verhaal dat zich naast de werkelijkheid afspeelt en waarin bewust, willens en wetens halve waarheden tot grote koppen worden gemaakt. En dat komt naar mijn idee nauwelijks voor. Er zijn in de journalistiek wel momenten waarop je je sterk fixeert op een kwestie, maar zo’n intensieve aandacht is nog geen mediahype.”

Op basis van verschillende studies heeft Vasterman de volgende definitie aan het begrip mediahype gegeven: “*Een mediahype is een mediabrede, snel piekende nieuwsgolf die één gebeurtenis als startpunt heeft en die voor het grootste deel het gevolg is van zichzelf versterkende processen bij de nieuwsproductie.*” (Vasterman, 2004:240) We kunnen spreken van een mediahype wanneer journalisten nieuws van elkaar overnemen en het nieuws bijna een eigen leven gaat leiden. Vasterman stelt dat bij een mediahype de media en niet de feitelijke gebeurtenissen de belangrijkste motor achter de nieuwsgolf vormen. (Kussendrager & Van der Lugt, 2007:163) Een mediahype kenmerkt zich door het optreden van:

Een mediabrede nieuwsgolf:

- De berichtgeving is niet regelmatig en gekoppeld aan (de frequentie van) feitelijke gebeurtenissen, maar vertoont de kenmerken van een golf, die snel piekt en vervolgens langzaam uitdooft;
- De media vertonen een grote mate van eenstemmigheid in de nieuwskeuzes, terwijl de nieuwsstromen bij alle media dezelfde golfbeweging in de hoeveelheid berichtgeving over het onderwerp laten zien.

Een sleutelgebeurtenis:

- Er is sprake van een duidelijk startpunt voor de nieuwsgolf;
- Deze gebeurtenis krijgt om uiteenlopende redenen meer aandacht dan vergelijkbare gebeurtenissen.

Intensieve nieuwsmakende activiteiten zoals die tot uitdrukking komen in:

- Het melden van vergelijkbare incidenten (uit heden en verleden) die vaak in verband worden gebracht met de sleutelgebeurtenissen en die zonder de aandacht voor dit onderwerp het nieuws niet zouden hebben gehaald;
- Het brengen van thematisch gerelateerd nieuws: achtergronden, analyses en opinies.

Interactie tussen media en sociale actoren:

- De gebeurtenissen en de berichtgeving erover leiden tot nieuwe acties die de berichtgeving nieuwe impulsen geven;
- De berichtgeving lokt reacties uit die ook weer nieuws worden. (Vasterman, 2004: 240)

Vasterman maakt onderscheid tussen twee verschillende soorten mediahypes. Ten eerste spreekt hij over extensiverende mediahypes; hierbij vindt inhoudelijke verbreding plaats in de berichtgeving. Verschillende gebeurtenissen kunnen onder één onderwerp worden geplaatst. Voorbeelden hiervan zijn zinloos geweld en ontucht. Ten tweede zijn er intensiverende mediahypes; hierbij wordt er sterk ingezoomd op alle aspecten van één kwestie. Bij deze mediahypes gaat men steeds verder met het zoeken naar nieuws en feiten over een bepaalde gebeurtenis. Zo ver dat de kwestie kan uitgroeien tot een schandaal. (Vasterman, 2004:241)

De media waren in de ban van de aangekondigde uitzending van Peter R. de Vries over de verdwijning van Natalee Holloway. Verschillende media besteedden aandacht aan de mogelijke inhoud van de uitzending en wat de gevolgen zouden kunnen zijn. De media speculeerden er op los. De manier waarop Peter R. de Vries de aankondiging van de uitzending deed zorgde er voor dat de media volop aandacht besteedden aan de verdwijning van Natalee Holloway en de mogelijke oplossing hiervan. De Vries kondigde van te voren aan dat hij het raadsel rondom de zaak heeft opgelost, verder gaf hij geen tekst en uitleg. Naast alle ophef in de media over de zaak Joran van der Sloot speelden de commercie ook in op de zogenoemde Joran-hype. Er werd een Nederlandstalige parodie gemaakt op het liedje 'Boten Anna' van Basshunter, genaamd 'Ik heb een boot'. Er kwamen T-shirts op de markt met uitspraken van Joran erop. Er werden anti-Joran Hyves pagina's gemaakt.

### 3.8 Besluit

Aan de hand van bovenstaande theorieën verwacht ik dat de inhoudsanalyse en fotoanalyse van de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot verschillen tussen beide kranten zullen aantonen, omdat de ene krant een kwaliteitskrant is en de andere krant een populaire krant. Toch verwacht ik geen grote verschillen tussen de kranten te ontdekken, omdat de verschillen tussen Nederlandse kwaliteitskranten en populaire kranten klein zijn. Maar omdat *De Telegraaf* toch als grootste populaire krant van Nederland wordt gezien verwacht ik wel verschillen te zien tussen beide kranten. Met name in de hoeveelheid van de artikelen als de manier waarop de kranten de verdachte Joran van der Sloot zullen omschrijven. Daarnaast verwacht ik dat *De Telegraaf* meer bijzaken zal bespreken in haar artikelen dan dat *NRC Handelsblad* zal doen. Omdat *De Telegraaf* meer sensatiegericht is dan *NRC Handelsblad* vermoed ik dat *De Telegraaf* meer berichten zal plaatsen over de zaak Joran van der Sloot. Wanneer we kijken naar de plaatsing van de artikelen in de beide kranten zal *De Telegraaf* hoogst waarschijnlijk de berichten een prominenter plaats geven dan *NRC Handelsblad*.

Aan de hand van de literatuur over mediahypes zal er worden gekeken of de zaak Joran van der Sloot omschreven kan worden als een mediahype. In verschillende media wordt er steeds gesproken over de Joran-hype. Maar is er aan de hand van de berichtgeving in beide kranten wel degelijk sprake van een mediahype? Vasterman bespreekt in zijn proefschrift een aantal kernkenmerken waaraan een mediahype moet voldoen. Aan de hand van deze kernkenmerken zullen we gaan onderzoeken of er sprake is van een mediahype. Deze kernkenmerken zullen we met behulp van de uitkomsten van de analyse gaan bespreken in paragraaf 6.6.

## 4. Onderzoeksvragen en hypothesen

Op basis van de besproken theorieën in de voorafgaande hoofdstukken worden in dit hoofdstuk de onderzoeksvragen en hypothesen gepresenteerd. Uit de theorie is gebleken dat kwaliteitskranten en populaire kranten op verschillende vlakken van elkaar verschillen. Per paragraaf zullen de te onderzoeken onderwerpen worden behandeld. De centrale onderzoeksvraag die ik in dit onderzoek graag wil beantwoorden is de volgende: In hoeverre verschilt de inhoud en presentatie van de berichtgeving van *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* in de zaak Joran van der Sloot? Met behulp van de centrale onderzoeksvraag wil ik onderzoeken of er verschillen zijn in de inhoud en de presentatie van nieuws rondom Joran van der Sloot in de kranten *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*. De verschillen of overeenkomsten worden vervolgens besproken in de analyse. Om antwoord te kunnen geven op de centrale onderzoeksvraag zijn er per onderwerp onderzoeksvragen geformuleerd. Naast de geformuleerde onderzoeksvragen zijn er ook hypothesen opgesteld. Met behulp van de inhoudsanalyse en de fotoanalyse zullen deze hypothesen worden ondersteund of verworpen. De hypothesen zijn op basis van de theorie, de centrale onderzoeksvraag en de onderzoeksvragen geformuleerd.

### 4.1 Hoeveelheid aandacht in de kranten

Bij dit onderdeel zullen we gaan onderzoeken hoeveel aandacht er voor de zaak Joran van der Sloot in beide kranten was. De geformuleerde onderzoeksvraag heeft betrekking op het aantal artikelen dat er gedurende vier jaar over de zaak zijn verschenen. Het laat zien hoeveel aandacht de kranten besteedden aan het onderwerp. Dit is zowel te controleren door het aantal artikelen te tellen als het aantal woorden. Het aantal woorden vormt een belangrijke indicatie, wanneer we kijken hoe belangrijk de krant het onderwerp vindt. Wanneer een krant meer woorden besteedt aan een artikel wil dit zeggen dat het een belangrijk onderwerp is. Des te groter een artikel is, des te meer het artikel in het oog springt.

Onderzoeksvraag 1: In welke mate besteedden *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* aandacht aan de zaak rondom Joran van der Sloot?

Uit de theorie is gebleken dat *NRC Handelsblad* kan worden gezien als een kwaliteitskrant en dat ze over het algemeen langere artikelen publiceert. *De Telegraaf* is een krant die het meer moet hebben van meerdere en kortere berichten over allerlei verschillende onderwerpen. De artikelen in *De Telegraaf* zullen naar verwachting korter zijn dan de artikelen van *NRC Handelsblad*.

Hypothese 1: De artikelen in *NRC Handelsblad* zullen meer woorden bevatten dan de artikelen in *De Telegraaf*.

## 4.2 Opmaak

Kwaliteitskranten en populaire kranten verschillen onder andere van elkaar in de opmaak van de krant. Kwaliteitskranten hebben de voorkeur voor een rustige opmaak en gebruiken over het algemeen weinig foto's. Ook de plaats van de artikelen heeft te maken met de opmaak van de kranten. De krant plaatst haar artikelen naar belangrijkheid in de krant. Belangrijke onderwerpen zullen eerder op de voorpagina verschijnen dan onderwerpen met een kleinere nieuwswaarde. Het is dus van belang om te weten op welke pagina het artikel is geplaatst. Wanneer een artikel op de voorpagina staat kan men ervan uitgaan dat het een belangrijk artikel is. De tweede onderzoeksvraag heeft dan ook betrekking op de rubrieken waarin de kranten de artikelen plaatsten. De plaats van het artikel geeft aan hoe belangrijk de krant het nieuws vindt. Wanneer een bepaald onderwerp vaker terugkomt op de voorpagina wil dit zeggen dat de krant het een belangrijk onderwerp vindt.

Onderzoeksvraag 2: In welke rubrieken plaatsen *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* de artikelen over de zaak Joran van der Sloot?

De derde onderzoeksvraag heeft betrekking op het gebruik van foto's en illustraties door de kranten. Bij deze onderzoeksvraag wordt er gekeken of *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* gebruik maken van foto's. Wanneer de krant gebruik maakt van foto's zullen deze geanalyseerd worden met behulp van de fotoanalyse. Uit de theorie is gebleken dat populaire kranten meer gebruik maken van foto's en illustraties. *De Telegraaf* wordt gezien als een populaire krant. Het gebruik van foto's heeft te maken

met het sensationeler zijn van de krant. Visuele ondersteuning maakt dat woorden krachtiger worden beleefd.

Onderzoeksvraag 3: Hoe verhouden *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* zich tot elkaar met betrekking tot het gebruik van foto's en/of illustraties?

Volgens de in hoofdstuk 3 besproken literatuur maken populaire kranten meer gebruik van foto's en illustraties dan kwaliteitskranten. Aan de hand van deze literatuur is de verwachting dan ook dat *De Telegraaf* in verhouding meer foto's en illustraties zal gebruiken dan *NRC Handelsblad*.

Hypothese 2: *De Telegraaf* zal meer foto's plaatsen bij de artikelen.

### **4.3 Zorgvuldigheid**

Kwaliteitskranten streven ernaar om meer diepgang in hun artikelen terug te laten komen. Daarnaast vinden ze het belangrijk om nieuws vanuit verschillende kanten te bekijken en te belichten. Om de lezer zo goed mogelijk te informeren over bepaalde zaken is het van belang om deskundigen te laten spreken in de berichtgeving. Deskundigen hebben meer kennis over bepaalde onderwerpen en lezers kunnen deze kennis weer gebruiken om hun eigen mening te creëren. Omdat uit de theorie gebleken is dat *NRC Handelsblad* onder de kwaliteitskranten valt, is de verwachting dat *NRC Handelsblad* meer artikelen zou hebben met daarin deskundigen aan het woord dan *De Telegraaf*. Kwaliteitskranten willen namelijk meer diepgang in de artikelen. Ook streven ze er naar om afstand te nemen van het nieuws en de onderwerpen kritisch te benaderen, wanneer men een deskundige laat spreken over een onderwerp wordt er op een andere manier naar het nieuws gekeken. De lezer van *NRC Handelsblad* zal ook gesteld zijn op de mening van een deskundige.

Hypothese 3: *NRC Handelsblad* zal vaker deskundigen aan het woord laten in haar artikelen over Joran van der Sloot.

Op welke manier duiden de kranten Joran van der Sloot aan? Gebruiken de kranten het woord dader, verdachte of benoemen ze hem niet specifiek? De manier waarop ze Van der Sloot aanduiden zegt iets over de kranten, namelijk of zij objectief zijn, consequent

zijn of dat zij hem zelf al veroordeeld hebben. Dit zegt ook iets over de zorgvuldigheid van de krant.

Onderzoeksvraag 4: Zijn er verschillen te ontdekken over de aanduiding van Joran van der Sloot in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*?

#### **4.4 Framing**

In dit onderzoek worden de verschillende frames die de kranten maken van de hoofdrolspelers in deze zaak met elkaar vergeleken. Daarnaast wordt er gekeken of populaire kranten gebruik maken van andere frames dan kwaliteitskranten. De vijfde onderzoeksvraag heeft betrekking op de hoofdframes die door de kranten worden gebruikt. Zijn er verschillen waarneembaar tussen het gebruik van hoofdframes door de twee kranten? Welke frames worden voornamelijk door *De Telegraaf* gebruikt en welke door *NRC Handelsblad*?

Onderzoeksvraag 5: Welke hoofdframes zijn er gebruikt bij de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot?

Uit de literatuur is gebleken dat populaire kranten meer uit zijn op sensationele berichtgeving. Wanneer uit de analyse zou blijken dat Joran van der Sloot door *De Telegraaf* vaker wordt omschreven als een ‘echte boef’ dan in *NRC Handelsblad*, laat dit zien dat *De Telegraaf* veel meer haar stempel op de berichtgeving drukt dan *NRC Handelsblad*, die hoogstwaarschijnlijk neutraler zou zijn in haar weergave van de hoofdpersonen.

Hypothese 4: *De Telegraaf* zal vaker artikelen plaatsen met als hoofdframe Joran van der Sloot als een ‘echte boef’.

#### **4.5 Uitzendingen Peter R. de Vries**

De uitzendingen van misdaadverslaggever Peter R. de Vries zorgden voor veel media-aandacht in de zaak Joran van der Sloot. In de theorie over mediahypes blijkt dat de media elkaar steeds proberen te overtreffen. Alleen de aankondigingen van de uitzendingen van Peter R. de Vries zorgden er al voor dat verschillende media over het onderwerp spraken. Verschillende media speculeerden over de inhoud van de



uitzending en na de uitzendingen werd er ook weer volop over bericht. Met het beantwoorden van deze onderzoeksvraag kunnen we kijken in hoeverre de uitzendingen van het misdaadprogramma van Peter R. de Vries een rol spelen in de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot.

Onderzoeksvraag 6: Welke invloed hebben de uitzendingen van Peter R. de Vries op de berichtgeving in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*?

#### 4.6 Mediahype

De zaak Joran van der Sloot is een tijd lang in het nieuws geweest. Verschillende media sprongen in op de gekte rondom deze verdwijningszaak. De zaak was op een gegeven moment al nieuws omdat er in diverse media over gesproken werd. De aankondiging van de uitzending van misdaadverslaggever Peter R. de Vries werden onderwerp van gesprek in verschillende tv-shows. Bij de beantwoording van onderzoeksvraag 7 wordt er gekeken naar het nieuwsthema's van de artikelen. Vooraf zijn er een aantal nieuwsthema's vastgesteld tijdens de analyse wordt er gekeken tot welk nieuwsthema het artikel behoort.

Onderzoeksvraag 7: Welke nieuwsthema's komen naar voren in de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*?

Omdat de uitzendingen van Peter R. de Vries zo'n grote rol speelden op de reacties bij het publiek en de media is de verwachting dat het nieuwsthema waarover de meeste artikelen zullen zijn over de reacties in Nederland door het publiek en de media zal gaan. Op een gegeven moment had bijna iedereen wel een mening over de zaak of over de verdachte Joran van der Sloot. Op basis van de literatuur over mediahypes verwacht ik dat het nieuwsthema

Hypothese 5: Het nieuwsthema dat het vaakst terugkomt heeft betrekking op reacties van mensen en de media in Nederland.

Bij onderzoeksvraag acht gaan we kijken of er sprake is van een mediahype. Het is van belang om te kijken wanneer er een toename is in de berichtgeving over de zaak. Dit

laat namelijk zien welke oorzaak ten gronde ligt aan deze toename in de berichtgeving. Daarnaast kan er worden gekeken of er sprake is van meerdere momenten dat er een toename plaatsvindt. En ander punt waar in de analyse naar wordt gekeken is of er andere vergelijkbare misdaadzaken worden genoemd in de artikelen. Met het onderzoeken van deze punten is er geen sprake van een volledige toets van een mediahype, maar er wordt gekeken naar bepaalde aspecten die van belang zijn in deze theorie.

Onderzoeksvraag 8: In hoeverre kan men de zaak Joran van der Sloot als een mediahype beschouwen? Hoe is dit te verklaren aan de hand van de berichtgeving van *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*?

## **5. Methode**

In dit hoofdstuk zal dieper worden ingegaan op de gehanteerde onderzoeksmethode. Voordat deze methode zal worden toegelicht wordt de onderzoeksperiode van het onderzoek uiteen gezet en wordt er uitleg gegeven over de manier waarop de onderzoekseenheden verzameld zijn en hoe deze verwerkt zijn. In paragraaf 5.3 zal vervolgens dieper worden ingegaan op de methode, namelijk de inhoudsanalyse. Naast een inhoudsanalyse is er ook een fotoanalyse uitgevoerd. De fotoanalyse zal worden besproken in paragraaf 5.4. Om de betrouwbaarheid van de analyse aan te tonen zijn er een aantal artikelen gecodeerd door een tweede codeur. De betrouwbaarheidsanalyse is terug te vinden paragraaf 5.5.

### **5.1 Onderzoeksperiode**

De onderzoeksperiode van dit onderzoek heeft betrekking op het moment dat Natalee Holloway is verdwenen tot vier jaar na de verdwijning. Dit wil zeggen dat de onderzoeksperiode loopt vanaf 31 mei 2005 tot en met 31 mei 2009. Er is voor deze periode gekozen, omdat deze periode een compleet beeld geeft over de berichtgeving in de twee kranten over de zaak Joran van der Sloot. De media-aandacht rond de zaak Joran van der Sloot loopt namelijk heel lang door en daarom is het ook interessant om de gehele periode te analyseren.

### **5.2 Gegevensverzameling en verwerking**

Voor zowel de inhoudsanalyse als de fotoanalyse worden de volgende onderzoekseenheden gebruikt: artikelen en foto's uit kranten.

Via de databank LexisNexis is er eerst gekeken naar het totale aantal artikelen die er te vinden waren in beide kranten. Hiervoor is gezocht op de zoekterm "Joran". De zoekperiode liep van 31 mei 2005 tot en met 31 mei 2009. Vervolgens zijn deze data verzameld in een bestand en is er gekeken naar de artikelen. Sommige artikelen gingen niet over Joran van der Sloot maar over een andere Joran. Deze artikelen zijn niet meegenomen in de analyse. Daarna zijn er kopieën gemaakt van de artikelen en foto's

van de gebruikte foto's bij de artikelen in de Koninklijke Bibliotheek in Den Haag en de Centrale Bibliotheek in Rotterdam.

Met behulp van het statistische verwerkingsprogramma SPSS 16.0 zijn de gegevens geanalyseerd.

### **5.3 Inhoudsanalyse**

In dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van de onderzoeksmethode inhoudsanalyse. Inhoudsanalyse is een kwantitatieve methode om onderzoek te doen. (Hansen, Cottle, Negrine, & Newbold, 1998:95) De categorieën waarop geanalyseerd wordt is afhankelijk van het doel en de opzet van het onderzoek. Er zijn enkele categorieën die standaard in iedere inhoudsanalyse terugkomen. Dit zijn de zogenoemde identificatiecategorieën. Enkele voorbeelden hiervan zijn het soort medium, de datum, plaats in het medium, de lengte en het type item. (Hansen et al., 1998:106-107) Bij inhoudsanalyse wordt er niet gekeken naar dé inhoud, maar naar een inhoud. Inhoudsanalyse is een selectieve lezing van het materiaal vanuit een bepaalde vraagstelling. Met behulp van een waarnemingsinstrument worden bepaalde kenmerken van het materiaal geregistreerd. We kunnen stellen dat het waarnemingsinstrument de interpretatieruimte van de waarnemers bepaalt. (Wester, 2006:16-17) Door het formuleren van de onderzoeksvragen, gebaseerd op het theoretisch kader, worden er vragen gesteld aan de artikelen. Hierdoor wordt er op een controleerbare manier gekeken naar de berichtgeving. De artikelen worden geanalyseerd met behulp van een codeboek. Dit codeboek is tot stand gekomen op basis van de eerder geformuleerde onderzoeksvragen. Het codeboek is terug te vinden in bijlage 2.

#### *Objectieve kenmerken*

De analyse start met een aantal objectieve kenmerken. Zoals datum van het artikel, paginanummer, rubriek, aantal woorden, gebruik van illustraties en onder welk genre het artikel valt. Daarnaast wordt de kop van het artikel vermeld en wordt er een omschrijving van het nieuws gegeven. Vervolgens wordt er gekeken onder welk nieuwsthema het artikel valt. Als laatste punt wordt er ook gekeken naar de aanduiding van Joran van der Sloot. Hoe wordt hij door de krant genoemd? Is dat als dader,

verdachte of wordt dit niet gespecificeerd? De in het theoretisch kader besproken hoofdonderwerpen van verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire kranten zullen met behulp van de hierboven genoemde kenmerken worden geanalyseerd. Vervolgens geven deze kenmerken weer antwoord op de in hoofdstuk 4 geformuleerde onderzoeksvragen.

### *Framing*

Daarna wordt er gekeken welke hoofdrolspelers er in het artikel worden vermeld. Wanneer er meerdere personen in het artikel worden besproken wordt er gekeken welke persoon de hoofdpersoon in het artikel is. Naast het benoemen van de hoofdpersoon wordt er ook gekeken naar eventueel gebruikte frames. Zoals in hoofdstuk 3 al besproken zijn er per hoofdpersoon enkele frames opgesteld. Deze frames zijn opgesteld aan de hand van de in hoofdstuk 3 besproken literatuur over framing en misdaadjournalistiek en door middel van een eerste lezing van de artikelen. Wanneer een persoon voorkomt in een artikel wordt er gekeken of deze persoon geframed wordt. Het kan natuurlijk ook zo zijn dat er geen framing plaatsvindt. Vervolgens wordt er gekeken over welke hoofdrolspeler het artikel hoofdzakelijk gaat en ook hier wordt er vervolgens gekeken welk hoofdframe er aan het artikel kan worden toegekend. De opgestelde frames zullen in de volgende alinea's per hoofdrolspeler worden toegelicht.

Met betrekking tot hoofdrolspeler Joran van der Sloot zijn er 4 frames opgesteld. Het eerste frame heeft betrekking op 'Joran van der Sloot als echte boef'. Bij dit frame wordt Joran omschreven als een crimineel die iemand heeft misbruikt en vervolgens heeft laten verdwijnen. Er wordt al vanuit gegaan dat de beweringen over hem kloppen. Hij is dus in feite al veroordeeld. Enkele voorbeelden van dit frame: "Zij is voor het laatst gezien in het gezelschap van Van der Sloot, die door de politie is ondervraagd en weer vrijgelaten. De ouders van Holloway achten "het roofdier" Van der Sloot echter verantwoordelijk voor de verdwijning van hun dochter." (*NRC Handelsblad*, 4 augustus 2006) en "Hij heeft haar gedrogeerd, misbruikt en vervolgens gedumpt." (*De Telegraaf*, 8 april 2006). Het tweede frame is 'Joran als boef met sympathieke kanten'. Bij dit frame wordt Joran neergezet als een boef maar wel één met sympathieke kanten. Er

wordt een beeld geschetst dat Joran niet alleen maar slecht is en dat hij ook wel goede dingen heeft gedaan. Het derde frame gaat over ‘Joran als slachtoffer’. Hier wordt Joran niet gezien als de verdachte, maar als ook een slachtoffer van de verdwijningszaak. Het vierde en laatste frame over Joran is ‘Joran als ziek persoon’. Wanneer een artikel dit frame krijgt ligt in het artikel de nadruk op de geestelijke gesteldheid van Joran van der Sloot. Voorbeelden van enkele citaten: “Nee, dit is niet normaal. Je kunt dit duiden als een vrij ernstige psychische stoornis.” (*NRC Handelsblad*, 6 februari 2008) en “Hij is een psychopaat.” (*De Telegraaf*, 5 februari 2008).

Er zijn 2 frames opgesteld die betrekking hebben op de ouder(s) Joran van der Sloot. Het eerste frame is het frame ‘als medeverdachten / mensen die bewijsmateriaal verdoezelen’. Bij dit frame wordt er over de ouders van Joran gesproken alsof ze medeverdachten zijn in de verdwijningszaak. Dat ze Joran hebben geholpen bij de verdwijning van Natalee en dat ze meer weten van deze verdwijning dan dat ze eigenlijk zeggen. Citaten uit artikelen waarin het frame is toegepast: “Vader Joran kocht agenten om.” (*De Telegraaf*, 25 november 2008), “Joran en vader spannen samen.” (*De Telegraaf*, 23 september 2008) en “Paul van der Sloot verdacht van medeplichtigheid aan de moord op Natalee Holloway.” (*De Telegraaf*, 24 juni 2005). Bij het tweede frame worden de ouders neergezet als ‘slechte personen’. Hier worden de ouders onder andere neergezet als slechte opvoeders van Joran. Een voorbeeld: “Het zal je kind maar zijn, maar het is wel duidelijk waar dat kind zijn gewetenloosheid vandaan heeft.” en “De gewetenloosheid van zoon Joran lijkt een erfelijk trekje te zijn, niet ingetoomd door zijn ‘opvoeding’.” (*De Telegraaf*, 5 februari 2008).

In totaal zijn er 3 frames opgesteld die betrekking hebben op de hoofdrolspeler Natalee Holloway. Het eerste frame dat is opgesteld is het frame ‘Natalee als feestbeest’. Wanneer dit frame van toepassing is op het artikel wordt Natalee geframed als een meisje dat heel erg van uitgaan houdt. Ook wordt er over haar alcoholgebruik schreven. In de uitzendingen van Peter R. de Vries werd er verteld over de avond van haar verdwijning. Ze is toen uitgegaan en schijnt nogal al veel te hebben gedronken. Het tweede frame heeft betrekking op ‘Natalee als slachtoffer’. Wanneer er duidelijk wordt verwezen naar Natalee als slachtoffer in deze zaak wordt dit frame gehanteerd. Een voorbeeld van dit frame aan de hand van een citaat: “Het is afschuwelijk wat hij

met haar heeft gedaan. Hij heeft misbruik van haar gemaakt en haar vervolgens aan haar lot achter gelaten.” (*De Telegraaf*, 19 april 2006). Het laatste frame van Natalee is het frame ‘Natalee als naïef meisje’. Wordt Natalee geframed als een naïef meisje? Mensen kunnen Natalee omschrijven als een naïef meisje dat zomaar met een vreemde jongen meeding. Dit kan worden gezien als vragen om problemen.

Wanneer we kijken naar de framing van Beth Holloway zijn er in totaal 3 frames van haar opgesteld. Het eerste frame is ‘Beth als nabestaande’. Bij dit frame wordt Beth neergezet als een zielige vrouw die haar dochter heeft verloren en wordt er gekeken hoe zij met dit verlies omgaat. Een voorbeeld van een citaat: “Ik heb rust gevonden. Ik kan haar nu loslaten en beginnen aan het rouwproces.” (*De Telegraaf*, 2 februari 2008). Het tweede frame is ‘Beth als mede-detective’. Ze ging samen met Peter R. de Vries op zoek naar de waarheid achter de verdwijning van haar dochter. Beth heeft veel gebruik gemaakt van haar rijke vrienden om onderzoek te doen naar de verdwijning van Natalee. Een voorbeeld van een citaat waarin dit frame wordt toegepast: “Beth Holloway naar Nederland om aandacht te vragen voor de vermissing van haar dochter en om op deze manier dichter bij de hoofdverdachte te zijn.” (*De Telegraaf*, 28 september 2005). Het derde en laatste frame van Beth is ‘Beth als slecht persoon’. Bij dit frame wordt ze neergezet als een vrouw die de media gebruikt. Ook kan dit frame betrekking hebben op de manier waarop Natalee is opgevoed. Daarnaast wordt er bij dit frame ook gekeken naar het privéleven van Beth. Ze is een gescheiden vrouw en er waren allerlei geruchten dat Natalee zwanger zou zijn van haar stiefvader en daarom zou zijn weggelopen.

Met betrekking tot hoofdrolspeler Peter R. de Vries zijn er in totaal 4 frames opgesteld. Het eerste frame heeft betrekking op ‘Peter R. de Vries als detective’. Bij dit frame wordt Peter neergezet als een echte detective. Er wordt gekeken naar de manier waarop hij de zaak aan het licht heeft gebracht en hoe hij tot bepaalde ontdekkingen kwam. Een voorbeeld aan de hand van een citaat: “Op bijna volmaakte wijze, als een briljant thrillerschrijver, werkt Peter R. de Vries naar de ontknoping van de zaak-Natalee Holloway toe.” (*NRC Handelsblad*, 1 februari 2008). Bij het tweede frame wordt er gekeken naar het frame ‘kritiek op manier van werken’. Bij dit frame wordt het werk van Peter R. de Vries bekritiseert. Er was nogal wat commentaar op de manier van

werken van Peter R. de Vries, zo zouden zijn programma's niet ten goede komen aan het politieonderzoek. Een citaat uit een artikel waarin dit frame gebruikt wordt: "Gaat een misdaadjournalist zich nu ook al bemoeien met het werk van de politie?" (*De Telegraaf*, 2 februari 2008). Het derde frame is 'Peter R. de Vries als held'. Bij dit frame wordt Peter R. de Vries neergezet als held, omdat hij met zijn uitzendingen over de verdwijning van Natalee ervoor heeft gezorgd dat er belangrijke feiten naar boven zijn gekomen. Een voorbeeld van een citaat: "Hulde voor Peter R. de Vries. Laat hem meer misdaadzaken onderzoeken, hij krijgt tenminste belangrijke feiten boven water." (*De Telegraaf*, 2 februari 2008). Het laatste frame heeft betrekking op 'Peter R. de Vries als programmamaker'. In dit frame wordt er puur gekeken naar Peter R. de Vries als programmamaker. Bij dit frame ligt de nadruk op Peter R. de Vries als programmamaker. Voor zijn uitzendingen over de verdwijning van Natalee won hij vele prijzen waaronder de prestigieuze Emmy Award in de VS. Enkele voorbeelden aan de hand van citaten: "Bijna briljant die uitzending." (*De Telegraaf*, 5 februari 2008) en "Peter R. de Vries behaalde door de dramatische opbouw van het programma en uitgekende voorpubliciteit een enorme hoeveelheid kijkers. Sinds donderdag was Nederland in de ban van het nieuws van de programmamaker." (*NRC Handelsblad*, 4 februari 2008).

In totaal zijn er 4 frames opgesteld die betrekking hebben op Patrick van der Eem. Het eerste frame is 'Patrick als detective'. Samen met Peter R. de Vries heeft hij in zijn undercoveracties belangrijke feiten boven water weten te krijgen die van invloed waren op de zaak Joran van der Sloot. Het tweede frame is 'Patrick als crimineel'. Bij dit frame wordt er gerefereerd aan het verleden van Patrick van der Eem. Een citaat uit een artikel waarin Patrick van der Eem geframed wordt als crimineel: "Na een vlucht van ruim negen uur werd Patrick van der Eem op de luchthaven bij de douane tegengehouden en vastgezet. Een in het verleden geweigerd visum en een drugsveroordeling van dertien jaar geleden werden hem fataal." (*De Telegraaf*, 8 februari 2008). Het derde frame heeft betrekking op 'Patrick als held'. Met zijn undercoveracties werd Patrick gezien als iemand die echt iets durfde en iets goeds heeft gedaan om de verdachte een bekentenis te laten doen. "Undercover als held onthaald. De undercover die Joran van der Sloot heeft ontmaskerd, is gisteren in zijn plaats



Almelo op straat overal gefeliciteerd met zijn ‘geweldige rol’ in de onthulling, die door zeven miljoen Nederlanders op tv werd gevolgd.” (*De Telegraaf*, 5 februari 2008). Het vierde en laatste frame heeft betrekking op ‘Patrick als schrijver’. Naar aanleiding van zijn autoritten met Joran van der Sloot heeft Patrick een boek geschreven over hoe hij de undercoveracties heeft ervaren en wat er allemaal bij kwam kijken.

### *Mediahype*

De zaak Joran van der Sloot wordt vaak een hype genoemd. In dit onderzoek wordt er naar een aantal kenmerken van een mediahype gekeken. Met behulp van de inhoudsanalyse wordt er onder andere gekeken naar de hoeveelheid artikelen rond de zaak Joran van der Sloot, de invloed van andere media op de berichtgeving en er wordt ook gekeken of er in de berichtgeving vergelijkbare zaken uit het verleden worden genoemd.

## **5.4 Fotoanalyse**

Naast de inhoudsanalyse is er ook gekozen om een fotoanalyse uit te voeren. Deze analyse zal niet heel erg uitgebreid zijn, maar zal wel voldoende informatie geven die het onderzoek ten goede zal komen. Het totale aantal foto’s die bij de te onderzoeken artikelen worden gevonden worden op basis van een registratieformulier ingedeeld naar bepaalde categorieën. Op deze manier wordt een duidelijk beeld geschetst van de fotografische berichtgeving in beide kranten met betrekking tot de zaak Joran van der Sloot. In de fotoanalyse worden de beelden geanalyseerd aan de hand van vooraf gedefinieerde variabelen. Deze variabelen zijn beeldinhoudelijk en rechte tellingen. In totaal zijn er 141 foto’s geanalyseerd. In bijlage 3 is een overzicht van het aantal geanalyseerde foto’s te vinden. Bij de fotoanalyse worden de volgende vragen aan de foto gesteld. Ten eerste een paar algemene vragen als de naam van de krant, datum van het artikel of foto, paginanummer en de naam van de fotograaf of het persbureau. Vervolgens wordt de foto opgemeten. De breedte en de hoogte van de foto wordt hier vermeld. Daarnaast wordt er gekeken of de foto een losse foto of foto bij een artikel is. Het soort foto wordt ook bekeken. Zijn dit voornamelijk kleurenfoto’s of zwart/wit foto’s? Als laatste wordt het onderschrift bij de foto genoteerd. Dit kan bij een

uitgebreider foto-onderzoek gebruikt worden. In dit onderzoek wordt er nu niets mee gedaan.

### **5.5 Betrouwbaarheidsanalyse**

Ten behoeve van de betrouwbaarheid van het onderzoek is iets meer dan 15% van het totale aantal artikelen door een tweede codeur gecodeerd. Na instructie kon de tweede codeur aan de slag. In totaal zijn er 40 artikelen gecodeerd door deze codeur. Van deze artikelen waren er 20 uit *NRC Handelsblad* en 20 uit *De Telegraaf*. Op het invulblad van de tweede codeur waren bepaalde gegevens al ingevuld: de naam van de krant, de bron van het artikel, de datum, het paginanummer, de rubriek, het genre, het aantal woorden en het wel of niet gebruiken van illustraties. Deze gegevens hebben niets te maken met interpretatie, dus vandaar dat deze niet hoefden te worden ingevuld door de tweede codeur. Wanneer we kijken naar de koppen van de artikelen zien we dat de tweede codeur één kop anders noemt dan de eerste codeur. Bij de omschrijving van het nieuws zijn enkele verschillen waargenomen. Echter wanneer we kijken naar de kern van de omschrijving blijkt dat beide codeurs redelijk vaak een zelfde conclusie trekt uit het artikel. Van de in totaal 40 dubbel gecodeerde artikelen zijn er 34 artikelen zijn hetzelfde gecodeerd als bij de eerste codeur. Van de dubbel gecodeerde artikelen hebben 6 artikelen een afwijkende codering. Met name bij de aanwezigheid van de hoofdrolspelers en de framing van deze hoofdrolspelers waren er een aantal verschillen tussen de eerste en tweede codeur. Bij 1 van de 6 artikelen is het nieuwsthema anders gecodeerd. Bij 1 van de 6 artikelen is de aanwezigheid en framing van de ouders van Joran van der Sloot anders gecodeerd. Bij 1 van de 6 artikelen is de aanwezigheid en framing van Natalee Holloway anders gecodeerd. Bij 2 van de 6 artikelen is de aanwezigheid en framing van Beth Holloway anders gecodeerd. En ten slotte is bij 1 van de 6 artikelen de aanduiding van Joran van der Sloot anders gecodeerd en is bij hetzelfde artikel een andere codering gegeven aan de aanwezigheid en framing van Natalee Holloway. De conclusie is dat de elementen die belangrijk zijn voor het onderzoek voldoende betrouwbaar gemeten zijn.

## 6. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de analyse worden gepresenteerd. Iedere paragraaf zal een onderwerp behandelen. In iedere paragraaf worden de in hoofdstuk 4 opgestelde onderzoeksvragen beantwoord. Deze paragrafen tezamen geven uiteindelijk een antwoord op de centrale onderzoeksvraag, welke in hoofdstuk 7 beantwoord zal worden. Met behulp van de in dit hoofdstuk gepresenteerde resultaten zullen tevens in het volgende hoofdstuk de hypothesen beantwoord worden.

### 6.1 Hoeveelheid aandacht

De eerste onderzoeksvraag heeft betrekking op de aandacht die de kranten hebben besteed aan de zaak Joran van der Sloot. Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden is er gekeken naar het aantal artikelen en het aantal woorden. Zoals blijkt uit tabel 1 zijn in totaal 228 artikelen gevonden, waarvan het grootste deel afkomstig is uit *De Telegraaf*, namelijk 135 artikelen. *NRC Handelsblad* levert 93 artikelen. De artikelen in *De Telegraaf* zijn daarentegen een stuk korter. De gemiddelde lengte bedraagt namelijk 295 woorden, terwijl dit gemiddelde bij *NRC Handelsblad* een stuk hoger ligt, namelijk op 423 woorden. De gemiddelde lengte van een artikel, gezien over het totaal aantal artikelen, is 347 woorden.

Tabel 1 Overzicht aantal artikelen en woorden per krant en totaal.

	<i>NRC Handelsblad</i>	<i>De Telegraaf</i>	Totaal
Aantal artikelen	93	135	228
Aantal woorden	39309	39763	79072
Gemiddeld aantal woorden per artikel	423	295	347

### 6.2 Opmaak

Met behulp van de inhoudsanalyse zijn er twee onderdelen van de opmaak van beide kranten onderzocht. Ten eerste is er gekeken naar de rubrieken waarin de kranten haar artikelen plaatsten en ten tweede keken we naar het gebruik van foto's en illustraties.

### *Rubrieken*

De kranten plaatsen hun artikelen naar belangrijkheid in de krant. Naast het tellen van het aantal artikelen en woorden geeft de plaats van het artikel ook aan in welke mate de krant het onderwerp belangrijk vindt. Om onderzoeksvraag 2 te beantwoorden is er gekeken naar de rubriek waarin het betreffende artikel geplaatst is. Uit de analyse blijkt dat verreweg de meeste artikelen over de zaak Joran van der Sloot op de binnenlandpagina's staan. Bij *NRC Handelsblad* staat 48,4% van de artikelen van op de binnenlandpagina. Bij *De Telegraaf* is dit 39,3% van het totale aantal artikelen. Wanneer we kijken naar de plaatsing van artikelen op de voorpagina van de kranten is hier wel een duidelijk verschil te zien. *De Telegraaf* plaatst veel vaker artikelen over de zaak Joran van der Sloot op de voorpagina. *De Telegraaf* heeft in totaal 36 artikelen van de 135 artikelen op de voorpagina over de zaak Joran van der Sloot geplaatst. *NRC Handelsblad* heeft in totaal 6 artikelen op de voorpagina staan. Hieruit kan geconcludeerd worden dat *De Telegraaf* niet alleen veel artikelen met betrekking tot de zaak Joran van der Sloot plaatst, maar dat deze artikelen ook regelmatig op een prominente plaats in de krant worden gezet. Bij de analyse zijn 17 artikelen van *De Telegraaf* als onduidelijk gecodeerd. Dit heeft namelijk te maken met het niet altijd vermelden van de rubriek door de krant.

### *Foto's in de krant*

Onderzoeksvraag 3 heeft betrekking op het fotogebruik van beide kranten. Om deze onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zijn het aantal foto's en/of illustraties genoteerd. Uit tabel 2 blijkt dat er een duidelijk verschil is in het gebruik van foto's en illustraties door beide kranten. Hieruit is duidelijk op te maken dat *NRC Handelsblad* beduidend minder gebruik maakt van foto's dan *De Telegraaf*. In 12 van de 93 gevallen plaatste *NRC Handelsblad* een foto bij de artikelen. Dit is maar 12,9%. In tegenstelling tot *De Telegraaf* maakt *NRC Handelsblad* wel gebruik van andere illustraties. *NRC Handelsblad* illustreert 2 keer een artikel met een grafiek. Wanneer we kijken naar de verdeling in het fotogebruik bij *De Telegraaf* zien we dat 56,3% van de artikelen geïllustreerd worden met foto's. Bij 59 (43,7%) van de 135 artikelen staat geen illustratie. Om te toetsen of er een significant verband is tussen de variabelen is een

berekening gemaakt van de correlatiecoëfficiënt van Pearson. *De Telegraaf* heeft significant meer foto's of illustraties dan *NRC Handelsblad*. ( $r=45,24$ ;  $p < 0,05$ )

Tabel 2 Een schematisch overzicht van de verdeling het fotogebruik door de twee onderzochte kranten.

<u>Illustratiegebruik</u>	<u><i>NRC Handelsblad</i></u>	<u><i>De Telegraaf</i></u>
ja, foto's	12	76
ja, andere illustraties (grafieken, kaarten, enz.)	2	0
nee	79	59

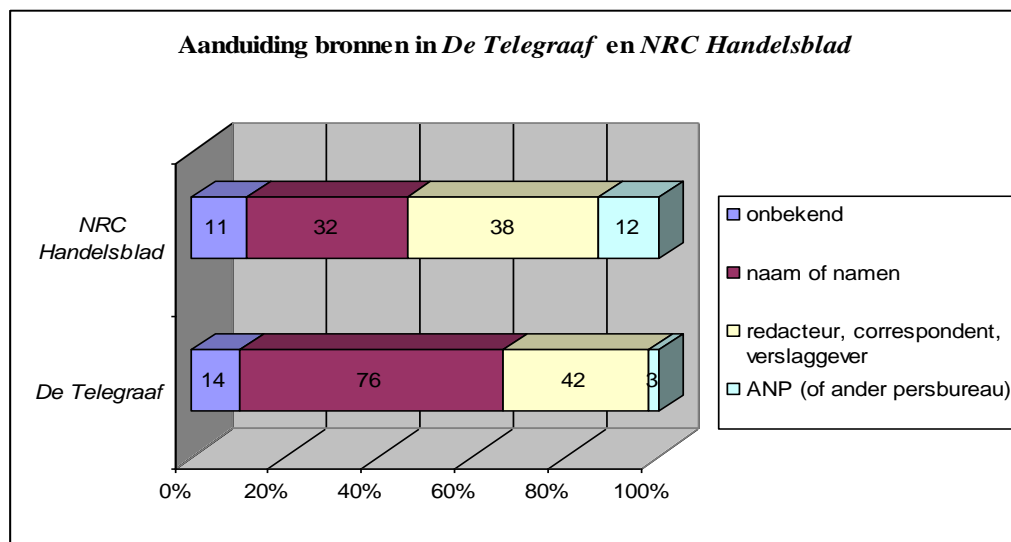
Wanneer er tijdens het coderen is aangegeven dat er een foto bij het artikel is geplaatst is deze met behulp van de fotoanalyse geanalyseerd. Bij *De Telegraaf* werden vaak ook meerdere foto's bij één artikel geplaatst. Deze foto's werden wel als een aparte onderzoekseenheid gezien. Aan de hand van de fotoanalyse kan worden vastgesteld dat er in totaal 141 foto's zijn geanalyseerd. Daarvan zijn er 13 foto's in *NRC Handelsblad* geplaatst. De overige 128 foto's zijn in *De Telegraaf* geplaatst. Uit de analyse kan worden opgemaakt dat *NRC Handelsblad* in 92% van de gevallen een foto bij het artikel plaatst. In 8% van de gevallen betrof het een losse foto. *De Telegraaf* plaatste in 98% van de gevallen een foto bij het artikel. Maar in 2% van de gevallen plaatste ze een losse foto. Uit de fotoanalyse is gebleken dat het gebruik van kleur of zwart/wit foto's bij beide kranten ongeveer gelijk is. *NRC Handelsblad* plaatste 85% van de foto's in kleur en 15% van de foto's waren zwart/wit. Bij *De Telegraaf* werden 86% van de foto's in kleur en 14% van de foto's in zwart/wit geplaatst.

### **6.3 Zorgvuldigheid**

Zoals uit de literatuur in hoofdstuk 3 is gebleken streven kwaliteitskranten naar een bepaalde diepgang in hun artikelen. Daarnaast proberen ze meer afstand tot het nieuws te bewaren en vinden ze het belangrijk dat de onderwerpen waarover ze berichten ook vanuit een kritisch oogpunt worden bekeken. Dit geeft de lezer meer ruimte om zelf een beeld of een mening over het onderwerp te vormen. In deze paragraaf zullen de resultaten met betrekking tot het gebruik van deskundigen en de aanduiding van Joran van der Sloot in de artikelen worden gepresenteerd.

### Bronnen

Hoe verhouden de beide kranten zich tot elkaar met het gebruik van bronnen? In welke krant komen vaker deskundigen aan bod? Wanneer we kijken naar grafiek 1 is te zien dat beide kranten ongeveer evenveel artikelen hebben waarvan de bron niet bekend is. Bij *De Telegraaf* is 10,4% van de artikelen schreven door een onbekende bron en bij *NRC Handelsblad* is dit 11,8%. Bij beide kranten worden de meeste artikelen door redacteurs, correspondenten en verslaggevers geschreven waarvan de naam bekend is. Bij sommige namen staat wel een vermelding van hun functie, maar bij sommige namen is dit niet vermeld. Bij *NRC Handelsblad* is dit bij 70 van de 93 artikelen het geval. Bij *De Telegraaf* is dit het geval bij 118 van de 153 artikelen.



Grafiek 1 Een grafische weergave van de verdeling van de bronnen in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*.

Hoe vaak wordt er gebruik gemaakt van deskundigen in de berichtgeving over de zaak van Joran van der Sloot? Het aantal deskundigen dat door de kranten wordt aangehaald in de artikelen is erg verschillend. *NRC Handelsblad* heeft in totaal 8 artikelen waarin wordt gesproken door deskundigen. In deze artikelen laten ze hun licht schijnen over de zaak Joran van der Sloot. Ze laten zich voornamelijk uit over het gedrag van Joran. In *De Telegraaf* is er maar 1 artikel waarin wordt gesproken door een deskundige. Om te toetsen of er een significant verband is tussen de variabelen is er een berekening

gemaakt van de correlatiecoëfficiënt van Pearson. Het verschil tussen beide kranten is wel significant. ( $r=16,716$ ;  $df=3$ ;  $N=228$ ;  $p=0,001$ )

#### *Aanduiding Joran van der Sloot*

Uit de analyse is gebleken dat beide kranten Joran van der Sloot niet aanduiden als dader. De verschillen tussen de beide kranten betreft de aanduiding van Joran van der Sloot zijn niet erg groot. *NRC Handelsblad* duidt Joran 32 van de 93 keer als verdachte aan. Dit is 34,4% van de artikelen van *NRC Handelsblad*. In de 61 overige gevallen wordt de aanduiding van Joran niet gespecificeerd. *De Telegraaf* duidt Joran 49 van de 135 keer als verdachte aan. Dit is 36,3% van het totale aantal artikelen van *De Telegraaf*. In de 86 overige gevallen wordt de aanduiding van Joran niet gespecificeerd. We kunnen stellen dat de aanduiding van Joran van der Sloot in beide kranten nagenoeg hetzelfde is. Als antwoord op onderzoeksvraag 4 kunnen we zeggen dat er geen verschillen te ontdekken zijn in de aanduiding van Joran van der Sloot in de twee onderzochte kranten.

#### **6.4 Framing**

Zijn er verschillen waarneembaar tussen het gebruik van hoofdframes door de twee kranten? Welke frames worden voornamelijk door *De Telegraaf* gebruikt en welke door *NRC Handelsblad*? Er zijn opvallende verschillen waarneembaar tussen *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf* wanneer we kijken naar het gebruik van frames bij de hoofdrolspelers. Met name de manier waarop Joran van der Sloot in de artikelen wordt *geframed*. Opvallend is dat er bij beide kranten een groot percentage als ander frame is gecodeerd. Wanneer er naar de specificatie van het frame wordt gekeken blijkt dat er een grote hoeveelheid artikelen geen frame hebben. De gebruikte hoofdframes zullen per hoofdrolspeler worden besproken.

#### *Joran van der Sloot*

In *De Telegraaf* wordt Joran van der Sloot maar liefst 31 keer *geframed* als een ‘echte boef’. Dit is 23% van het totale aantal artikelen in *De Telegraaf*. In *NRC Handelsblad* wordt Joran maar 8 keer *geframed* als een ‘echte boef’. Dit is 8,6% van het totale aantal

artikelen in *NRC Handelsblad*. *De Telegraaf* gebruikt in 5 gevallen Joran als een ‘ziek persoon’. Dit is 3,7% van het totale aantal artikelen in *De Telegraaf*. In *NRC Handelsblad* wordt Joran 2 keer *geframed* als een ‘ziek persoon’. Ook hier is gekeken naar een verband tussen de twee variabelen. Er blijkt een significant verband tussen de variabelen. ( $r=14,873$ ;  $df=2$ ;  $N=214$ ;  $p= 0,001$ )

#### *Ouder(s) Joran van der Sloot*

Er zijn twee hoofdframes van toepassing op de ouder(s) van Joran van der Sloot. Namelijk het frame van ouder(s) als medeverdachten/mensen die bewijsmateriaal verdoezelen en het frame van ouder(s) als slechte personen (slechte opvoeders, etc.). Zowel *NRC Handelsblad* als *De Telegraaf* framen de ouder(s) van Joran van der Sloot 2 keer als medeverdachten/mensen die bewijsmateriaal verdoezelen. Slechts 1 keer komt het frame ouder(s) als slechte personen (slechte opvoeders, etc.) voor. Dit frame komt voor in 1 artikel van *De Telegraaf*. Er blijkt geen significant verband tussen de twee kranten met betrekking tot het framen van de ouder(s) Joran van der Sloot. ( $r=1,760$ ;  $df=2$ ;  $N=47$ ;  $p=0,415$ )

#### *Natalee Holloway*

Wanneer we kijken naar de framing van Natalee Holloway. Kunnen we stellen dat Natalee maar op één manier wordt *geframed* door beide kranten. Het hoofdframe dat beide kranten hanteren is ‘Natalee als slachtoffer’. *De Telegraaf* gebruikt in totaal 4 keer het frame Natalee als ‘slachtoffer’ en *NRC Handelsblad* gebruikt het frame Natalee als ‘slachtoffer’ 2 keer. Er blijkt een significant verband tussen de twee kranten met betrekking tot het framen van Natalee Holloway. ( $r=4,769$ ;  $df=1$ ;  $N=180$ ;  $p=0,029$ )

#### *Beth Holloway*

Wanneer Beth Holloway de hoofdpersoon in het artikel is wordt zij op twee manieren *geframed*. In 5 artikelen gebruikt *De Telegraaf* het frame als ‘nabestaande’ en in 2 artikelen als ‘mede-detective’. *NRC Handelsblad* daarentegen gebruikt maar één frame en dat is als ‘nabestaande’. In 4 van de artikelen met Beth als hoofdpersoon wordt ze



gezien als ‘nabestaande’. Er blijkt een significant verband tussen de twee kranten met betrekking tot het framen van Beth Holloway. ( $r=8,892$ ;  $df=2$ ;  $N=44$ ;  $p=0,012$ )

#### *Peter R. de Vries*

In totaal worden er 4 hoofdframes gebruikt in de artikelen met Peter R. de Vries als hoofdpersoon. Het eerste frame is Peter R. de Vries als ‘detective’. *De Telegraaf* gebruikt dit frame van Peter R. de Vries in 9 artikelen. Dit is 6,7% van het totale aantal artikelen in *De Telegraaf*. *NRC Handelsblad* gebruikt het frame van Peter R. de Vries als ‘detective’ in 8 van haar artikelen. Dit is 8,6% van het totale aantal artikelen in *NRC Handelsblad*. Beide kranten gebruiken het frame kritiek op manier van werken maar één keer. Alleen in *De Telegraaf* wordt het frame Peter R. de Vries als ‘held’ gebruikt. In 2 van haar artikelen gebruikt *De Telegraaf* het frame Peter R. de Vries als ‘held’. Het laatste frame heeft betrekking op Peter R. de Vries als ‘programmamaker’. *NRC Handelsblad* gebruikt in 12 van haar artikelen Peter R. de Vries ‘programmamaker’. Dit is 12,9% van het totale aantal artikelen in *NRC Handelsblad*. *De Telegraaf* gebruikt dit frame 6 keer. Dit betekent dat het frame Peter R. de Vries als programmamaker in 4,4% van het totale aantal artikelen in *De Telegraaf* voorkomt. Het verschil tussen beide kranten is niet significant. ( $r=5,266$ ;  $df=4$ ;  $N=112$ ;  $p=0,261$ )

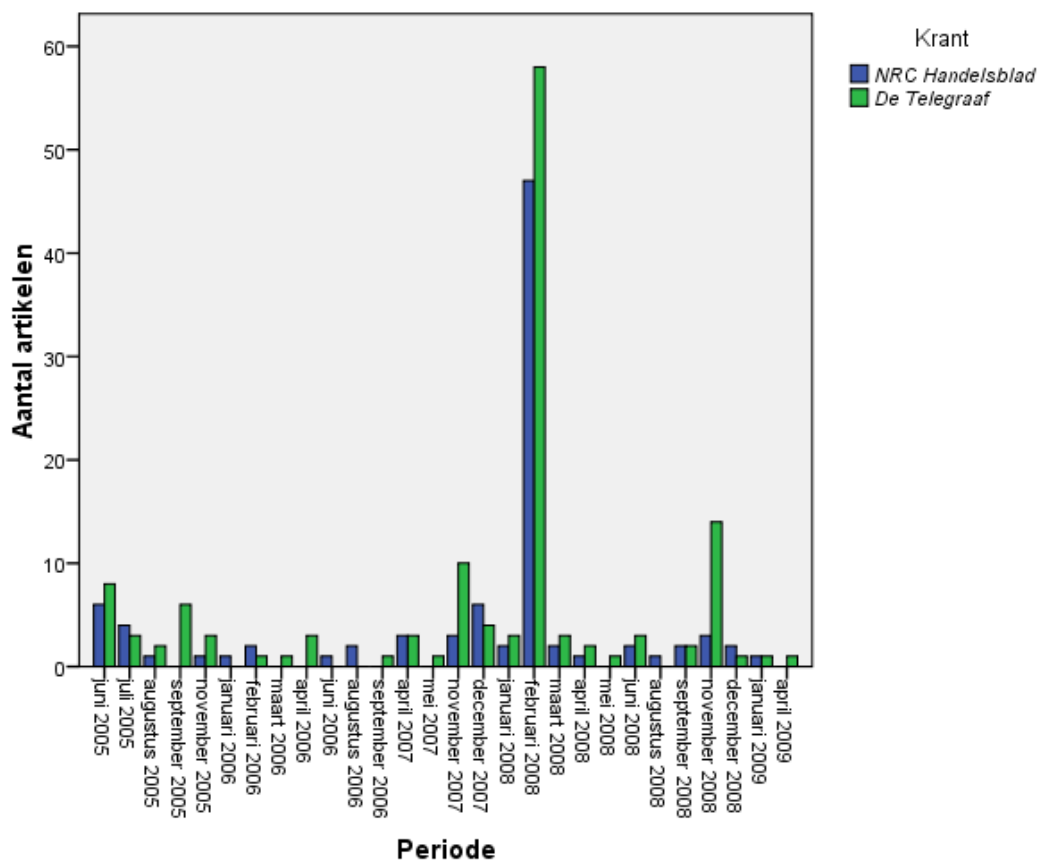
#### *Patrick van der Eem*

Wanneer we kijken naar het framegebruik wanneer Patrick van der Eem hoofdpersoon is in het artikel kunnen we concluderen dat er drie frames van Patrick van der Eem worden gehanteerd. Het eerste frame heeft betrekking op Patrick van der Eem als ‘detective’. *De Telegraaf* gebruikt in 3 van haar artikelen het frame Patrick van der Eem als ‘detective’. *NRC Handelsblad* doet dit in 1 artikel. Bij het tweede frame wordt Patrick neergezet als een ‘crimineel’. *NRC Handelsblad* gebruikt dit frame maar één keer en *De Telegraaf* gebruikt dit frame in 3 van haar artikelen met Patrick als hoofdpersoon. Patrick wordt maar door één krant *geframed* als ‘held’ en dat wordt gedaan in *De Telegraaf*. In 1 artikel gebruikt *De Telegraaf* het frame Patrick als ‘held’. Het verschil tussen beide kranten is niet significant. ( $r=1,629$ ;  $df=3$ ;  $N=34$ ;  $p=0,653$ )

## 6.5 Uitzendingen Peter R. de Vries

Bij onderzoeksvraag 6 kijken we naar de invloed van het misdaadprogramma van Peter R. de Vries op het verloop van de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot. Het is van belang om te kijken wanneer er een toename is in de berichtgeving over de zaak. Dit laat namelijk zien welke oorzaak ten gronde ligt aan deze toename in de berichtgeving.

Welke verschillen zijn er tussen de beide kranten in de hoeveelheid en het verloop van de berichtgeving rondom de zaak Joran van der Sloot? We kunnen uit onderstaande grafiek opmaken dat er wel degelijk een verschil zit tussen beide kranten in hoeveelheid van de artikelen. Uit grafiek 2 is op te maken dat er op twee momenten pieken zijn in het aantal berichten over de zaak Joran van der Sloot. Het eerste moment is in februari 2008 is er een zeer grote toename in de berichtgeving waar te nemen. Voor beide kranten geldt dat er in die maand extreem veel berichten zijn geplaatst over de zaak Joran van der Sloot. In *NRC Handelsblad* zijn er in februari 2008 47 artikelen gepubliceerd over de zaak Joran van der Sloot. Bij *De Telegraaf* waren dit er nog iets meer, namelijk 58 artikelen. Het tweede moment waarop er veel aandacht voor de zaak Joran van der Sloot is in de berichtgeving is in november 2008. *De Telegraaf* publiceert in die maand 14 artikelen over de zaak Joran van der Sloot. Bij *NRC Handelsblad* zijn dit er een stuk minder, namelijk maar 3 artikelen.



Grafiek 2 Een grafische weergave van het verloop van de berichtgeving in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*.

Zoals hier boven beschreven zijn er twee momenten waarop er erg veel aandacht is voor de zaak Joran van der Sloot. In deze maanden werden de uitzendingen van het misdaadprogramma van Peter R. de Vries uitgezonden. We kunnen hier uit concluderen dat het programma van Peter R. de Vries van invloed is geweest op de hoeveelheid van de artikelen over de zaak Joran van der Sloot. Op 5 februari 2008 is er een artikel in *De Telegraaf* gepubliceerd met de kop ‘Jagen op Joran’. In dit artikel spreekt men over het feit dat Nederland in de ban is van Joran. Na het zien van de uitzending van Peter R. de Vries is er een ware jacht op Joran geopend.

## 6.6 Mediahype

De zaak Joran van der Sloot heeft in Nederland geleid tot ongekeerde media-aandacht. Verschillende media spreken dan ook van een ware Joran-hype. De berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot neemt af en toe hype-achtige proporties aan. De uitzendingen over de zaak Joran van der Sloot van misdaadverslaggever Peter R. de Vries hebben hier ook aan bijgedragen. De nieuwshonger van het publiek naar de zaak komt mede door de manier waarop Peter R. de Vries zijn aankondigingen voor de uitzendingen doet. Maar is er nu ook daadwerkelijk sprake van een mediahype? En welke nieuwsthema's worden het vaakst gebruikt? Met behulp van de analyse is er gekeken of de zaak Joran van der Sloot gezien kan worden als een mediahype.

### *Nieuwsthema's*

Om een antwoord te geven op onderzoeksvraag 7 is er gekeken welke nieuwsthema's naar voren komen in de berichtgeving over Joran van der Sloot in *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad*? Zoals blijkt uit tabel 3 komt het nieuwsthema 'media en reacties in Nederland' in beide kranten het meeste voor. In *NRC Handelsblad* vallen 34 artikelen onder het nieuwsthema 'media en reacties in Nederland'. Bij *De Telegraaf* zijn dit 47 artikelen. Deze uitkomst zegt ook wel iets over de impact van deze zaak op het publiek, want de meeste berichten uit beide kranten hebben als nieuwsthema media en reacties in Nederland. Dit is maar liefst 35,5% van de totale berichtgeving uit beide kranten. Het laat zien dat de media enorm veel aandacht besteden aan de zaak Joran van der Sloot. Uit onderstaande grafieken is ook af te lezen dat het nieuwsthema 'inhechtenisneming, vrijlating, verhoor, verdacht volgens politie, uitspraak rechtbank, enz.' een groot aantal berichten beslaat. In *NRC Handelsblad* gaan 24 van de in totaal 93 artikelen over dit nieuwsthema. Bij *De Telegraaf* hebben 32 van de 135 artikelen betrekking op het nieuwsthema 'inhechtenisneming, vrijlating, verhoor, verdacht volgens politie, uitspraak rechtbank, enz.'. Een opvallende verschil is dat *De Telegraaf* meer aandacht besteedt aan nieuws buiten de vermissing van Natalee Holloway. Uit de analyse blijkt dat 14 artikelen van *De Telegraaf* betrekking hebben op het nieuwsthema 'verdere handel & wandel Joran'. Hieronder vallen onder andere de bezigheden van Joran van

der Sloot in Thailand. *NRC Handelsblad* heeft maar 2 artikelen gepubliceerd die betrekking hebben op dit nieuwsthema.

Tabel 3 Een schematisch overzicht van de verdeling van de nieuwsthema's over het aantal artikelen.

<u>Nieuwsthema's</u>	<u>NRC Handelsblad</u>		<u>De Telegraaf</u>		<u>Totaal</u>	
	Aantallen	(%)	Aantallen	(%)	Aantallen	(%)
Pogingen om Natalee te vinden	3	(3,2%)	6	(4,4%)	9	(3,9%)
Reconstructie van gebeurtenis	6	(6,5%)	10	(7,4%)	16	(7,0%)
Verdediging Joran	2	(2,2%)	4	(3,0%)	6	(2,6%)
Beschuldiging Joran	0	(0%)	1	(0,7%)	1	(0,4%)
Inhechtenisneming, vrijlating, uitspraak rechtbank, enz.	24	(25,8%)	32	(23,7%)	56	(24,6%)
Verdere handel & wandel Joran	2	(2,2%)	14	(10,4%)	16	(7,0%)
Gevolgen voor toerisme Aruba	4	(4,3%)	4	(3,0%)	8	(3,5%)
Media en reacties in Amerika	7	(7,5%)	10	(7,4%)	17	(7,5%)
Media en reacties in Nederland	34	(36,6%)	47	(34,8%)	81	(35,5%)
Anders	11	(11,8%)	7	(5,2%)	18	(7,9%)
Totaal	93	(100%)	135	(100%)	228	(100%)

We kunnen stellen dat er in de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot sprake was om een nieuwsgolf. Vooral rondom de uitzendingen van misdaadverslaggever Peter R. de Vries waren er sprake van nieuwsgolven. Uit de literatuur is gebleken dat buitenproportioneel veel aandacht voor een bepaald onderwerp nog niet hoeft te betekenen dat er sprake is van een mediahype is. Er was wel sprake van opgewonden berichtgeving over zaak Joran van der Sloot, maar dit had vooral te maken met de manier waarop Peter R. de Vries zijn aankondigingen voor zijn programma deed. In de aanloop van de uitzendingen gaf hij steeds kleine stukje van de inhoud van de uitzendingen prijs en probeerde hij op die manier het publiek 'lekker te maken'. Uit de resultaten besproken in de vorige paragraaf kunnen we zien dat deze aanpak wel heeft gewerkt, zijn uitzending van 3 februari 2008 keken trok maar liefst meer dan 7 miljoen kijkers. De volgende dag had iedereen wel een mening over de zaak

en vooral over Joran van der Sloot. Joran werd door veel mensen al bestempeld als dader in de verdwijningszaak. Wanneer we kijken naar hoofdstuk 3 zien we dat er sprake is van een mediahype wanneer er in de berichtgeving wordt gesproken over vergelijkbare incidenten. Uit de analyse is gebleken dat er in de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot niet wordt gesproken over vergelijkbare incidenten. In de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot vinden er geen intensieve nieuwsmakende activiteiten plaats. Er is sprake van intensieve nieuwsmakende activiteiten wanneer de media op zoek gaan naar vergelijkbare zaken uit het heden en verleden. Wanneer we naar de uitkomsten van deze analyse en de literatuur over mediahypes kijken kunnen we stellen dat de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot wel kenmerken van een mediahype bevat, maar dat de zaak niet echt een mediahype was.

## 7. Conclusie

In dit afsluitende hoofdstuk zal een conclusie worden gegeven van het onderzoek. In paragraaf 7.1 zal op basis van de in hoofdstuk 6 gerepresenteerde resultaten een antwoord worden gegeven op de centrale onderzoeksvraag. Vervolgens zullen in paragraaf 7.2 de opgestelde hypothesen worden beantwoord. En als laatste kijken we in paragraaf 7.3 terug op het uitgevoerde onderzoek en worden er aanbevelingen voor eventueel vervolgonderzoek gedaan.

### 7.1 Kwaliteitskrant versus populaire krant

De centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek was: In hoeverre verschilt de inhoud en presentatie van de berichtgeving van *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* in de zaak Joran van der Sloot?

Na de presentatie van de resultaten in hoofdstuk 6 kunnen we concluderen dat de zaak Joran van der Sloot door *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf* op andere manier wordt behandeld. Vooral wanneer we kijken naar het de omvang van de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot kunnen we vaststellen dat *De Telegraaf* meer berichten plaatst dan *NRC Handelsblad*. Wanneer we gaan kijken naar het aantal woorden per artikel blijkt dat *NRC Handelsblad* gemiddeld meer woorden per artikel gebruikt dan *De Telegraaf*. *NRC Handelsblad* gebruikt gemiddeld 423 woorden per artikel tegenover 295 woorden gemiddeld door *De Telegraaf* per artikel.

Wanneer we kijken naar de rubrieken waar de kranten hun artikelen in plaatsen is te zien dat verreweg de meeste artikelen over de zaak Joran van der Sloot op de binnenlandpagina's staan. Bij *NRC Handelsblad* is dit 48,4% en bij *De Telegraaf* is dit 39,3%. Als we nu kijken naar de plaatsing van artikelen op de voorpagina is wel een duidelijk verschil waarneembaar tussen beide kranten. *De Telegraaf* plaatst 26,7% van haar artikelen over de zaak Joran van der Sloot op de voorpagina. Tegenover 6,5% van de artikelen van *NRC Handelsblad*.

Aan de hand van de fotoanalyse kan worden vastgesteld dat het verschil in gebruik van foto's en illustraties tussen beide kranten nogal groot is. Van het totale

aantal geanalyseerde foto's kwam 90,8% uit *De Telegraaf* en maar 9,2% uit *NRC Handelsblad*.

In hoeverre verschillen *De Telegraaf* en *NRC Handelsblad* in het gebruik van deskundigen in hun artikelen? Uit de analyse is gebleken dat *NRC Handelsblad* vaker gebruik maakt van deskundigen dan *De Telegraaf*. *NRC Handelsblad* heeft in totaal 8 artikelen gepubliceerd waarin wordt gesproken door deskundigen. *De Telegraaf* laat in 1 artikel een deskundige aan het woord. Deze deskundigen waren voornamelijk gespecialiseerd in gedragsstoornissen. Aan de hand van de beelden uit de uitzendingen van Peter R. de Vries deden deze deskundigen uitspraken over het gedrag van Joran van der Sloot.

Als we nu gaan kijken naar het gebruik van frames bij de hoofdpersonen zijn er enkele opvallende verschillen waarneembaar. Met name de framing van Joran van der Sloot door beide kranten. *De Telegraaf* gebruikt in 23% van haar totale aantal artikelen het frame Joran als 'echte boef'. Terwijl *NRC Handelsblad* maar in 8,6% van haar artikelen het frame Joran als 'echte boef' gebruikt. Wanneer we kijken naar het gebruikte hoofdframe voor de ouder(s) van Joran van der Sloot blijkt dat er haast geen verschil tussen beide kranten zit. Beide kranten framen de ouder(s) als 'medeverdachten/mensen die bewijsmateriaal verdoezelen'. Er is een verschil in hoofdframe van 'Peter R. de Vries als programmamaker'. In 12,9% van haar artikelen gebruikt *NRC Handelsblad* het frame Peter R. de Vries als 'programmamaker'. Tegenover 4,4% van het totale aantal artikelen in *De Telegraaf*.

Wanneer we kijken naar de verdeling van de nieuwsthema's in de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot kunnen we concluderen dat de verschillen tussen beide kranten niet erg groot zijn. Het nieuwsthema 'media en reacties in Nederland' komt in beide kranten het meeste voor. In *NRC Handelsblad* vallen 34 artikelen onder het nieuwsthema 'media en reacties in Nederland'. Bij *De Telegraaf* zijn dit 47 artikelen. Deze uitkomst zegt ook wel iets over de impact van deze zaak op het publiek. Het laat zien dat de media enorm veel aandacht besteden aan de zaak Joran van der Sloot. Een opvallend verschil tussen de beide kranten is dat *De Telegraaf* meer artikelen plaatst over de 'verdere handel en wandel van Joran'. Deze artikelen hebben onder andere betrekking op de 'zaken' van Joran in Thailand.



In het vorige hoofdstuk hebben we kunnen zien dat de uitzendingen Peter R. de Vries een belangrijke rol spelen in de hoeveelheid van de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot. Met name bij *De Telegraaf* is er een extreme toename in de berichtgeving over dit onderwerp waargenomen. Wanneer we ons concentreren op de eventuele mediahype en de ontwikkeling daarvan in de berichtgeving van de beide kranten kan worden vastgesteld dat *De Telegraaf* meer mee gaat in de enorme aandacht voor de zaak Joran van der Sloot dan *NRC Handelsblad*. Gedurende de twee piekmomenten was de berichtgeving in *De Telegraaf* het grootst. Kenmerkend voor *De Telegraaf* is dat ze meer sensatiegerichter is dan *NRC Handelsblad* wanneer we kijken naar de berichtgeving rondom de zaak is gebleken dat *De Telegraaf* meer mee gaat in het publiceren van bijzaken. Aan de hand van de literatuur en de analyse hebben we kunnen constateren dat er geen sprake is van een mediahype. In de berichtgeving worden er geen verbanden gelegd met soortgelijke zaken en zorgt de verdwijningszaak ook niet voor een toename van berichten over het onderwerp uit het heden en verleden.

Welke verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire kranten blijken uit dit onderzoek? Concluderend kunnen we stellen dat er wel degelijk verschillen zijn tussen kwaliteitskranten en populaire kranten, maar dat deze verschillen waarschijnlijk niet zo groot zullen zijn als de verschillen tussen buitenlandse kwaliteitskranten en populaire kranten. Alleen al wanneer we kijken naar het verschil in hoeveelheid aandacht voor de zaak zien we een duidelijk verschil. Populaire kranten gebruiken over het algemeen kortere artikelen dan kwaliteitskranten. Het is dan ook niet vreemd wanneer een populaire krant meer artikelen over deze zaak heeft geplaatst. Wanneer we kijken naar het aantal gebruikte woorden blijkt dat de kwaliteitskrant meer woorden aan de zaak heeft besteed. De populaire krant laat zien dat zij de zaak erg belangrijk vindt en plaatst dan ook een groot deel van haar artikelen op de voorpagina. Terwijl deze berichten de voorpagina van de kwaliteitskrant niet eens halen. Zoals de literatuur al stelde hechten kwaliteitskrant meer waarde aan het gebruik van deskundigen in haar artikelen dan populaire kranten. De populaire kranten zijn harder in hun uiting over de verdachte Joran van der Sloot dan de kwaliteitskranten. Het frame Joran als echte boef wordt veel vaker gebruikt door *De Telegraaf* dan door *NRC Handelsblad*. Nog een groot verschil tussen kwaliteitskranten en populaire kranten is het gebruik van foto's en illustraties.

De populaire krant plaatst vele malen vaker een foto of illustratie bij haar artikelen dan de kwaliteitskrant. Uit de analyse is gebleken dat er in sommige opzichten wel sprake is van een mediahype en in andere niet. Wanneer we kijken naar de hoeveelheid aandacht en de soorten nieuwsthema's kunnen we wel zeggen dat er sprake was een extreme media-aandacht. Maar wanneer we kijken naar het wel of niet aanhalen van vergelijkbare incidenten in de artikelen kunnen we concluderen dat dit niet het geval is.

## 7.2 Conclusie hypothesen

Na het beantwoorden van de onderzoeksvraag zal in deze paragraaf worden gekeken naar de besproken theorieën en zullen de opgestelde hypothesen worden ondersteund of verworpen.

Hypothese 1: De artikelen in *NRC Handelsblad* zullen meer woorden bevatten dan de artikelen in *De Telegraaf*.

Uit de theorie is gebleken dat *NRC Handelsblad* kan worden gezien als een kwaliteitskrant en dat ze over het algemeen langere artikelen publiceren. *De Telegraaf* is een krant die het meer moet hebben van meerdere en kortere berichten over allerlei verschillende onderwerpen. De artikelen in *De Telegraaf* zullen naar verwachting korter zijn dan de artikelen van *NRC Handelsblad*.

Deze hypothese kan op basis van de theorie en de uitkomst van de analyse worden ondersteund. Uit de theorie is gebleken dat kwaliteitskranten over het algemeen langere artikelen publiceren dan populaire kranten. Wanneer we kijken naar het gemiddelde aantal woorden per artikel van *NRC Handelsblad* is dit 423 woorden per artikel tegenover 295 woorden gemiddeld door *De Telegraaf* per artikel.

Hypothese 2: *De Telegraaf* zal meer foto's plaatsen bij de artikelen.

Uit de theorie is gebleken dat populaire kranten meer gebruik maken van foto's en illustraties. *De Telegraaf* wordt gezien als een populaire krant. De verwachting is dan ook dat *De Telegraaf* in verhouding meer foto's en illustraties zal gebruiken dan *NRC Handelsblad*.

Deze hypothese kan op basis van de theorie en de uitkomsten van de analyse worden ondersteund. *De Telegraaf* plaatst veel vaker foto's bij haar artikelen dan *NRC Handelsblad*. Uit de theorie van Kussendrager en Van der Lugt blijkt ook dat populaire kranten meer gebruik maken van foto's en illustraties.

Hypothese 3: *NRC Handelsblad* zal vaker deskundigen aan het woord laten in haar artikelen over Joran van der Sloot.

Omdat uit de theorie gebleken is dat *NRC Handelsblad* onder de kwaliteitskranten valt, is de verwachting dat *NRC Handelsblad* meer artikelen zou hebben met daarin deskundigen aan het woord dan *De Telegraaf*. Kwaliteitskranten willen namelijk meer diepgang in de artikelen. Ook streven ze er naar om afstand te nemen van het nieuws en de onderwerpen kritisch te benaderen, wanneer men een deskundige laat spreken over een onderwerp wordt er op een andere manier naar het nieuws gekeken. De lezer van *NRC Handelsblad* zal ook gesteld zijn op de mening van een deskundige.

Ook deze hypothese kan op basis van de theorie en de uitkomsten van de analyse worden ondersteund. *NRC Handelsblad* wordt gezien als een kwaliteitskrant. Kwaliteitskranten streven naar een kritische benadering van hun onderwerpen. De lezers van kwaliteitskranten vinden de mening van een deskundige belangrijk. De lezers willen na het lezen van een objectief artikel hun eigen gedachten over het onderwerp laten gaan. Uit de analyse is gebleken dat in 8 van de artikelen van *NRC Handelsblad* een deskundige aan het woord is. Terwijl er in *De Telegraaf* maar in 1 artikel wordt gesproken door een deskundige.

Hypothese 4: *De Telegraaf* zal vaker artikelen plaatsen met als hoofdframe Joran van der Sloot als een 'echte boef'.

Uit de literatuur is gebleken dat populaire kranten meer uit zijn op sensationele berichtgeving. Wanneer uit de analyse zou blijken dat Joran van der Sloot door *De Telegraaf* vaker wordt omschreven als een 'echte boef' dan in *NRC Handelsblad*. Laat dit zien dat *De Telegraaf* veel meer haar stempel op de berichtgeving drukt dan *NRC Handelsblad*. Die hoogstwaarschijnlijk neutraler zou zijn in haar weergave van de hoofdpersonen.

Deze hypothese kan op basis van de theorie en de uitkomst van de analyse worden ondersteund. In *De Telegraaf* wordt Joran van der Sloot maar liefst 31 keer geframed als een ‘echte boef’. In *NRC Handelsblad* wordt het frame Joran als een ‘echte boef’ maar 8 keer gebruikt. Hieruit kunnen we concluderen dat *De Telegraaf* Joran meer als een ‘echte boef’ ziet dan *NRC Handelsblad*.

Hypothese 5: Het nieuwsthema dat het vaakst terugkomt heeft betrekking op reacties van mensen en de media in Nederland.

De zaak Joran van der Sloot is een tijd lang in het nieuws geweest. Verschillende media sprongen in op de gekte rondom deze zaak. De verwachting is dat het nieuwsthema waarover de meeste artikelen zullen zijn de reacties in Nederland zullen zijn. De zaak was op een gegeven moment alleen al nieuws, omdat er in diverse media over gesproken werd.

Deze hypothese kan op basis van de theorie en de uitkomst van de analyse worden ondersteund. In *NRC Handelsblad* vallen 34 artikelen onder het nieuwsthema ‘media en reacties in Nederland’. Bij *De Telegraaf* gaan 47 artikelen over dit nieuwsthema. Deze uitkomst zegt ook wel iets over de impact van deze zaak op het publiek en de media. Iedereen had wel een mening over de zaak. Ook hier speelden de uitzendingen van Peter R. de Vries een grote rol in. Met name voorafgaand en na afloop van zijn uitzendingen kwamen er veel reacties van het publiek en de media.

### **7.3 Reflectie en aanbevelingen voor vervolgonderzoek**

Ieder onderzoek heeft te maken met beperkingen zo ook dit onderzoek. Omdat ik het interessant vond om naast de inhoudsanalyse ook een fotoanalyse uit te voeren bracht dit een aantal beperkingen met zich mee. De fotoanalyse is best grof uitgevoerd en hier zou in een volgend onderzoek meer uit gehaald kunnen worden.

Voor verder onderzoek naar de berichtgeving over de zaak Joran van der Sloot zou het gewenst zijn om meerdere kranten te analyseren. In dit onderzoek is een kwaliteitskrant en een populaire krant geanalyseerd. In een eventueel vervolgonderzoek zou er kunnen worden gekeken naar meerdere kranten. Ook zou er voor kunnen worden gekozen om Amerikaanse kranten met Nederlandse kranten te vergelijken. Dit zou

kunnen zorgen voor een completer beeld over de manier waarop er over de zaak Joran van der Sloot wordt gesproken. Daarnaast zou men ook meer in kunnen gaan op de foto's rond de berichtgeving over Joran van der Sloot. Het zou interessant zijn om een kwalitatieve fotoanalyse uit te voeren. Foto's spelen namelijk een belangrijke rol in de beeldvorming van het publiek. Wanneer er wordt gekeken naar wat er op het beeld te zien is zou je nog meer kunnen zeggen over het beeld dat de kranten willen geven over een bepaalde kwestie of een bepaald persoon.

## Literatuur

Bakker, P., & Scholten, O. (2009). *Communicatiekaart van Nederland*. Amsterdam: Uitgeverij Kluwer.

Beunders, H., & Muller, E. (2005). *Politie en media: Feiten, fictie en imagopolitiek*. Zeist: Uitgeverij Kerckebosch bv.

Boer, C. de, & Brennecke, S. (2006). *Media en publiek: Theorieën over media-impact*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.

Bouman, R.J. (1990). *De Nederlandse dagbladpers in oorlogstijd 1914-1918: Een onderzoek naar de stemming, meningen en commentaren in de Nederlandse dagbladpers ten opzichte van Engeland en Duistland*. Erasmus Universiteit Rotterdam: Scriptie. Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen.

Brants, K. (2008). Risico's, schandalen en publiciteit. De nieuwswaardigheid van de falende overheid. *Proces, Tijdschrift voor Strafrechtspleging*, 87(2), 47-55.

Brants, K., & Praag, P. van (2005). *Politiek en media in verwarring: De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002*. Amsterdam: Uitgeverij Het Spinhuis.

Coenen, A.W.M., & Dijk, J.J.M. van (1976). *Misdaadverslaggeving in Nederland. De ontwikkeling van de misdaadverslaggeving in de Nederlandse dagbladen tussen 1966 en 1974*. Den Haag: Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum van het Ministerie van Justitie.

Carey, J.W. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. New York: Routledge, 13-36.

Entman, R.M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43 (4), 51-58.

Factsheet NOS. (2009). *Holloway: vermist sinds mei 2005*. Geraadpleegd op 15 mei 2009, van [http://www.nos.nl/nosjournaal/dossiers/holloway\\_chronologie.html](http://www.nos.nl/nosjournaal/dossiers/holloway_chronologie.html)

Gessel, H. van (1995). *Een beeld van een dagblad*. Amsterdam: de Volkskrant.

Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R., & Newbold, C. (1998). *Mass communication research methods*. Houndmills: Palgrave.

Hoof, A.M.J. van (2000). *Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief*. Amsterdam: Thela Thesis.

Kitzinger, J. (2007). Framing and frame analysis. In E. Devereux (eds.) *Media studies. Key issues & debates* (p.134-161). Los Angeles, Londen: Sage Publications.

Kussendrager, N., & Lugt, D. van der (2007). *Basisboek journalistiek: Achtergronden, genres, vaardigheden*. Groningen: Uitgeverij Wolters-Noordhoff.

LexisNexis.nl (2009). *Broninformatie*. Geraadpleegd op 16 februari 2009, van <http://www.lexisnexis.com/nl/business/api/version1/sg?csi=168873&secondRedirectIndicator=true>

Rümke, I. (2009). *Korte geschiedenis van NRC Handelsblad*. Geraadpleegd op 16 februari 2009, van [http://www.nrc.nl/krant/article1889982.ece/Korte\\_geschiedenis\\_van\\_%3Cbr%3ENRC\\_Handelsblad](http://www.nrc.nl/krant/article1889982.ece/Korte_geschiedenis_van_%3Cbr%3ENRC_Handelsblad)

Sanders, E., & Metselaar, K. (2000). *Stijlboek NRC Handelsblad*. Utrecht: Van Dale Lexicografie bv.

Semetko, H.A., & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication* 50 (2), 93-109.

Scheffer, H.J. (1976). *Henry Tindal: een ongewoon heer met ongewone besognes*. Bussum: Fibula-van Dishoeck.

Scheufele, D.A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication* 49 (1), 103-122.

Tennekes, J. (1990). *De onbekende dimensie: Over cultuur, cultuurverschillen en macht*. Apeldoorn: Garant, 18-62.

Vasterman, P. (2004). *Mediahype. Proefschrift*. Universiteit van Amsterdam. Amsterdam: Uitgeverij Aksant.

Wester, F. (red.) (2006). *Inhoudsanalyse: Theorie en praktijk*. Deventer: Uitgeverij Kluwer.

Wijfjes, H. (2005). *Journalistiek in Nederland 1850-2000: Beroep, cultuur en organisatie*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.



## **Bijlage 1: Overzicht artikelen uit *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf***

### Artikelen *NRC Handelsblad*

<b>Datum</b>	<b>Artikel</b>	<b>Foto</b>
18-06-2005	Zesde arrestatie in verdwijningszaak meisje op Aruba	Nee
24-06-2005	Nu ook rechter op Aruba vast	Nee
27-06-2005	Rechter op Aruba vrijgelaten	Nee
28-06-2005	Aruba blijft kalm onder mediadruk	Ja
28-06-2005	Aruba vraagt Nederland om hulp tegen beschadiging van imago in VS	Nee
28-06-2005	‘Vrome scholiere’ vier weken voorpaginanieuws	Nee
05-07-2005	Tweetal vrij in zaak-Holloway	Nee
07-07-2005	OM Aruba in beroep tegen vrijlating broers	Nee
19-07-2005	Mogelijk bewijsmateriaal in Holloway-zaak	Nee
30-07-2005	Spoor in zaak-Aruba loopt dood	Nee
27-08-2005	Broers aangehouden om verdwenen meisje	Nee
11-11-2005	Oproep tot vakantieboycot Aruba	Nee
12-01-2006	Paul van der Sloot advocaat op Aruba	Nee
17-02-2006	Ouders Holloway klagen aan in VS	Nee
18-02-2006	Nova	Nee
03-06-2006	Heimwee naar de kunuku	Ja
04-08-2006	Klacht van ouders Natalee Holloway afgewezen in VS	Nee
09-08-2006	OM Aruba in beroep	Nee
26-04-2007	Zaak-Holloway	Nee

26-04-2007	Zaak-Holloway: Van der Sloot blijft verdachte	Nee
30-04-2007	Huiszoeking bij Van der Sloot in zaak-Holloway	Nee
22-11-2007	Van der Sloot weer vast in Hollowayzaak	Nee
26-11-2007	Nova/Den Haag Vandaag	Nee
27-11-2007	Van der Sloot nog vast om Holloway	Nee
01-12-2007	Verdachten in zaak Holloway komen vrij	Nee
06-12-2007	Broers blijven vrij in zaak Holloway	Nee
08-12-2007	Joran van der Sloot op vrije voeten	Nee
08-12-2007	Van der Sloot opnieuw op vrije voeten	Nee
19-12-2007	Zaak-Natalee Holloway geseponeerd op Aruba	Nee
21-12-2007	OM licht zaak-Holloway toe	Nee
12-01-2008	Vader Van der Sloot adviseerde zwijgen	Nee
14-01-2008	Ruzie over wijnincident	Nee
01-02-2008	Peter R. de Vries claimt oplossing 'Holloway'	Nee
01-02-2008	Kroniek van een aangekondigde scoop	Nee
01-02-2008	Ontknoping	Nee
02-02-2008	Joran van der Sloot: valse verklaring verdwenen meisje	Nee
02-02-2008	'Van der Sloot was bij verdwijning'	Nee
02-02-2008	Peter R. de Vries, misdaadverslaggever	Nee
04-02-2008	Een bekentenis op televisie is nog geen bewijs	Nee
04-02-2008	OM Aruba pakt Van der Sloot niet op	Nee
04-02-2008	Ga lekker weg, 'Joran is hier niet'	Nee
04-02-2008	Genoemde Daury ontkent elke betrokkenheid	Nee
04-02-2008	'Traan van Máxima verbleekt erbij'	Ja

04-02-2008	Video mogelijk van belang voor civiele claim	Nee
04-02-2008	Mediaconcurrentie leidt tot hypes	Nee
04-02-2008	Maak er geen hocus pocus volksgerecht van	Nee
04-02-2008	Laat deze zaak nu maar even rusten	Nee
04-02-2008	Het is de vraag of de waarheid nu op tafel ligt	Nee
04-02-2008	Het verhaal van Joran	Nee
04-02-2008	EénVandaag	Nee
04-02-2008	Nova	Nee
04-02-2008	Alles eraan was afschuwelijk	Nee
05-02-2008	Weer onderzoek in zaak Holloway	Nee
05-02-2008	V.d. Sloot van moord of doodslag verdacht	Nee
05-02-2008	De Vries op tv in VS	Nee
05-02-2008	Pokeraar die met Joran speelde	Ja
05-02-2008	Meegluren in het algemeen belang	Ja
06-02-2008	Geen normaal pubergedrag, maar ernstige stoornis	Ja
08-02-2008	Undercover van De Vries mag VS niet in	Nee
08-02-2008	Ombudsman hekelt berichtgeving NOS over Van der Sloot	Nee
08-02-2008	Nova/Den Haag Vandaag	Nee
08-02-2008	De Leugen Regeert	Nee
09-02-2008	Joran is allang geen gespreksonderwerp meer	Nee
09-02-2008	Van der Sloot op Rotterdams bureau verhoord	Nee
09-02-2008	De zaak-Holloway illustreert vijf knelpunten in ons rechtsgevoel	Ja
09-02-2008	Het gezonde volksgevoel is huiveringwekkend	Nee
09-02-2008	Hallo, het is 2008	Nee

09-02-2008	Theo, help!	Nee
09-02-2008	Kijkcijfers, fatsoen en publieke omroep	Nee
11-02-2008	Plot Line	Nee
11-02-2008	Diagnose Van der Sloot volstrekt voorbarig	Nee
12-02-2008	Hof wacht visie advocaat Joran af	Nee
12-02-2008	EénVandaag	Nee
14-02-2008	Praten over afspraken op tv niet chique	Nee
15-02-2008	Van der Sloot niet weer in arrest	Nee
15-02-2008	Nova/Den Haag Vandaag	Nee
16-02-2008	Civiele zaak tegen Joran van der Sloot	Nee
16-02-2008	De stelling van Theo de Roos: Justitie moet beter leren omgaan met kritiek	Ja
23-02-2008	Ik ben geen boodschappenmeisje	Nee
05-03-2008	Pauw en Witteman	Nee
06-03-2008	Moszkowicz: claim tegen Van der Sloot	Nee
16-04-2008	Van claimen wordt niemand miljonair	Nee
25-06-2008	Onder de cocaïne tijdens tv-opnamen	Nee
28-06-2008	Het seizoen van Geert, Joran, Ella, Adriaan en Henk	Ja
06-08-2008	Grote Donorshow maakt kans op Emmy Award	Nee
23-09-2008	Peter R. de Vries wint Emmy Award	Ja
24-09-2008	Een hoofdrol in de bekroning met Emmy's	Ja
10-11-2008	3,5 miljoen kijkers Peter R. de Vries	Nee
10-11-2008	Charles den Tex, misdaadverslaggever	Nee
11-11-2008	Thaise justitie onderzoekt Joran van der Sloot	Nee

31-12-2008	2008, het jaar van Peter R. de Vries	Nee
31-12-2008	Schade en schande: 2008 in beeld	Ja
07-01-2009	'Holloway-zaak een van duurste onderzoeken ooit'	Nee
<u>Artikelen De Telegraaf</u>		
10-06-2005	Zoon rechter betrokken bij kidnap Amerikaanse	Ja
12-06-2005	Meer bewijzen tegen Joran	Ja
13-06-2005	Nederlandse experts ingevlogen voor spoorwerk op Aruba	Nee
14-06-2005	Ooit tropisch paradijs, nu 'rovershol'	Ja
16-06-2005	Weer inval in huis Joran	Nee
24-06-2005	Vader Joran vast op Aruba	Nee
25-06-2005	Raadsels op Aruba	Ja
27-06-2005	Rechter op Aruba vrij	Nee
05-07-2005	Alleen Joran zit nog vast	Ja
07-07-2005	Beroep tegen vrijlating broers	Nee
15-07-2005	Joran van der S. blijft vastzitten	Nee
03-08-2005	Joran weer ondervraagd	Nee
27-08-2005	Drie arrestaties zaak Holloway	Nee
02-09-2005	Joran vd S. vrij	Nee
03-09-2005	Verdachten zaak Holloway vrij	Nee
04-09-2005	Joran voorlopig vrij	Ja
06-09-2005	Joran naar Nederland	Nee
07-09-2005	Joran student in Den Haag	Ja
28-09-2005	Moeder Holloway naar Nederland	Nee
09-11-2005	Oproep VS tot boycot Aruba	Nee

14-11-2005	Vader Van der Sloot niet langer verdacht	Ja
26-11-2005	Dr. Phil zet justitie op dwaalspoor	Ja
17-02-2006	Amerikanen wachten Joran op	Ja
09-03-2006	TV-interview Joran v.d. Sloot	Ja
08-04-2006	'Natalee gedrogeerd en misbruikt'	Ja
19-04-2006	Verdachte gaf mogelijk drugs aan Natalee	Nee
20-04-2006	Was Natalee laatste prooi?	Ja
28-09-2006	Moeder vermiste Natalee Holloway bij 'Jensen!'	Ja
25-04-2007	'Ik lieg nog steeds'	Ja
28-04-2007	Justitie doet huiszoeking ouders Joran	Nee
30-04-2007	Zoektocht lichaam Holloway vergeefs	Ja
14-05-2007	Nieuw onderzoek in zaak Holloway	Ja
22-11-2007	Joran weer aangehouden	Nee
22-11-2007	Mogelijk doorbraak in zaak Holloway	Nee
23-11-2007	Joran besprak zaak Holloway met vrienden	Ja
23-11-2007	'OM's laatste stuiptrekking'	Nee
24-11-2007	Van der Sloot in Oranjestad	Nee
25-11-2007	Joran in de tang	Ja
25-11-2007	Arubaans offensief in zaak-Holloway	Ja
25-11-2007	Trap na voor wanhopige moeder	Nee
26-11-2007	Joran geeft geen krimp	Nee
27-11-2007	Van der Sloot langer vast	Nee
01-12-2007	De leugens van Joran	Ja
05-12-2007	Ouders Natalee Holloway: 'Uitspraken justitie misleidend'	Ja

08-12-2007	Stug zwijgende Van der Sloot op vrije voeten	Ja
19-12-2007	Voorlopig einde zaak-Holloway	Ja
13-01-2008	Joran belaagt Peter R. de Vries	Ja
13-01-2008	Moeder Joran maakt excuses	Nee
14-01-2008	Moment	Nee
01-02-2008	'Joran bekent zaak Natalee'	Ja
01-02-2008	Mediagekte in VS rond De Vries	Nee
02-02-2008	Gewoon in disco	Ja
02-02-2008	Joran weer in cel	Nee
02-02-2008	De feiten in de zaak Natalee Holloway	Ja
02-02-2008	Peter R. de Vries naar Oprah	Ja
02-02-2008	Moeder: 'Ik kan nu gaan rouwen'	Ja
02-02-2008	Politie heeft ruimere bevoegdheden nodig	Ja
02-02-2008	Arnhemse buurt zwijgt liever over Van der Sloot	Ja
02-02-2008	'Ik heb rust gevonden'	Nee
02-02-2008	OM Aruba wachtte af	Nee
03-02-2008	'Het moest opgelost'	Nee
03-02-2008	Halsoverkop weg bij oma	Nee
03-02-2008	Veroordeling Joran twijfelachtig	Nee
04-02-2008	Joran in de val	Ja
04-02-2008	Alfaman	Nee
04-02-2008	Drachten in ban van onderduiker	Ja
04-02-2008	'Hij beschadigt imago Aruba'	Nee
04-02-2008	Natalee mogelijk levend gedumpt	Ja

04-02-2008	‘Steunbewijs noodzakelijk’	Ja
05-02-2008	Jagen op Joran	Ja
05-02-2008	Undercover als held onthaald	Ja
05-02-2008	OM Aruba zet in op moord	Ja
05-02-2008	Kijkcijferrecord	Nee
05-02-2008	‘Natalee bezweek aan prostaatvocht’	Nee
05-02-2008	Video-auto voor 60 mille te koop	Nee
05-02-2008	Gewetenloos	Nee
05-02-2008	Wie is wie in flat Drachten?	Ja
05-02-2008	Joran wil praten met de politie	Ja
05-02-2008	‘Familie Holloway kan claimen’	Ja
05-02-2008	Natalee kreeg drankje met 75 procent alcohol	Ja
05-02-2008	‘Ik walgde van hem!’	Ja
05-02-2008	Vraagje, Peter	Nee
05-02-2008	Mijn nieuwsfoto	Ja
05-02-2008	‘Joran schuldig, maar zal zijn straf ontlopen’	Ja
05-02-2008	Geachte lezer	Nee
06-02-2008	Daury: Ik heb helemaal geen boot	Ja
06-02-2008	Deskundigen	Nee
06-02-2008	Zoveelste leugen Joran	Nee
06-02-2008	Daury overweegt juridische stappen	Ja
06-02-2008	Peter R. toch naar Amerika	Ja
07-02-2008	Friese Johan neergeslagen	Ja
08-02-2008	VS weigeren Van der Eem	Ja



08-02-2008	Peter R. de Vries een topverkoper	Ja
08-02-2008	OM wacht op Joran	Ja
09-02-2008	Joran: Ik was stoned en fantaseerde	Ja
09-02-2008	Zoete koek	Ja
09-02-2008	Aruba probeert Van der Sloot weg te houden	Nee
09-02-2008	Bluffen is liegen	Nee
10-02-2008	Liedje Joran breekt downloadrecords	Ja
10-02-2008	Oplossing zaak Natalee verder weg dan ooit	Nee
11-02-2008	SMS	Nee
13-02-2008	Joran	Nee
16-02-2008	Claim tegen Joran	Ja
16-02-2008	Joran	Nee
16-02-2008	‘Stiekeme tv-opnames alleen bij zware delicten’	Ja
24-02-2008	Sonarboot zoekt naar Natalee	Nee
29-02-2008	‘Joran van der Sloot in psychiatrische kliniek’	Ja
07-03-2008	Patrick van der Eem valt in eigen kuil	Ja
08-03-2008	Aruba is Joran moe	Ja
09-03-2008	Neersabelen kroongetuigen ongepast	Nee
24-04-2008	Joran zit in Thailand	Ja
24-04-2008	Van der Sloot nog wel verdacht	Nee
06-05-2008	Holloway-variant in tv-serie 'Roes'	Nee
25-06-2008	Snuivende Patrick ondermijnt bewijs	Ja
25-06-2008	‘Met banden niet geknoeid’	Ja
26-06-2008	Pinokkio bekent	Nee

23-09-2008	Joran en vader spannen samen	Ja
24-09-2008	Emmy kroon op werk Peter R. de Vries	Ja
06-11-2008	Joran II in de maak	Ja
07-11-2008	Joran loopt weer in de val	Ja
08-11-2008	Joran: 'Ik heb het allemaal gebluft'	Ja
08-11-2008	Joran is kennelijk in geldnood	Nee
09-11-2008	Beledigde Peter R. weigert handdruk Freek de Jonge	Ja
09-11-2008	De ezel en de steen	Nee
10-11-2008	Van der Sloot hals over kop huis ontvlucht	Ja
10-11-2008	Ex-vriendin Joran doet boekje open	Nee
11-11-2008	Joran	Nee
11-11-2008	Thailand bekijkt arrestatie Joran	Ja
12-11-2008	Mediarechter	Nee
26-11-2008	Komediant	Nee
26-11-2008	Justitie gelooft Joran niet	Ja
27-11-2008	Joran neemt Fox News in de maling	Ja
27-12-2008	Jaar van de ontmaskering	Ja
12-01-2009	Verheven	Nee
23-04-2009	Joran van der Sloot aan leugendetector	Ja

**Bijlage 2: Codeboek inhoudsanalyse**

Variabele	Naam variabele	Aanwijzingen/ categorieën	Codering
A01	Nummer	Identificatienummer artikel	1, 2, 3 etc.
A02	Krant	Naam krant	1 = <i>NRC Handelsblad</i> 2 = <i>De Telegraaf</i>
A03	Bron		0 = onbekend 1 = naam of namen 2 = niet genoemde redacteur(en) 3 = niet genoemde correspondent(en) 4 = niet genoemde verslaggever(s) 5 = ANP (of ander persbureau) 9 = overige
A03S	Bron (gespecificeerd)	Noteer de naam van de auteur of persbureau	
A04	Dag van de week	Dag van de week	1 = maandag 2 = dinsdag 3 = woensdag 4 = donderdag 5 = vrijdag 6 = zaterdag 7 = zondag
A05	Dag	Aantal dagen na verdwijning	(berekend vanuit datum)
A05D	Datum	Datum	dd-mm-jjjj
A06	Paginanummer	Paginanummer	1, 2, 3 etc.
A07	Rubriek	In welke rubriek is het artikel geplaatst	0 = onduidelijk 1 = voorpagina (NRC en Telegraaf) 2 = binnenland (NRC en Telegraaf) 3 = buitenland (NRC en Telegraaf) 4 = media (NRC) en RTV (Telegraaf) 5 = opinie / opinie & debat (NRC) 6 = WUZ (wat is dat?) (Telegraaf) 11 = (?) voorpagina (NRC en Telegraaf) 12 = (?) binnenland (NRC en Telegraaf)

			13 = (?) buitenland (NRC en Telegraaf) 99 = overige (SPECIFICEREN)
B01	Woorden	Aantal woorden van het artikel (inclusief kop)	Aantal
B02	Illustratie	Zijn er foto's of andere illustraties?	1 = ja, foto's (*) 2 = ja, andere illustraties (grafieken, kaarten, enz.) 3 = ja, zowel foto's als andere illustraties (*) 4 = nee
C01	Genre	Onder welk genre valt het artikel?	1 = nieuwsbericht 2 = achtergrondverhaal 3 = reportage 4 = interview 5 = portret of profiel 6 = opinie 7 = column 8 = aankondiging televisieprogramma 9 = (categorie toevoegen als deze te vaak bij 'overig' voorkomt) 10 = (...) 99 = overige (SPECIFICEREN)
C02	Kop	Noteer de kop van het artikel	
C03	Omschrijving nieuws	Omschrijf het nieuws kort in eigen woorden (hoofdonderwerp)	
C04	Nieuwsthema	Noteer het nieuwsthema van het artikel	1 = pogingen om Natalee te vinden 2 = reconstructie van wat er gebeurd is met Natalee 3 = verdediging Joran (door hemzelf, advocaat, enz.) 4 = beschuldiging Joran (excl. 3) 5 = inhechtenisneming, vrijlating, verhoor, verdacht volgens politie, uitspraak rechtbank, enz. 6 = verdere handel & wandel Joran (buiten de

			zaak: verblijfplaats, Thailand etc.) 7 = gevolgen voor het toerisme op Aruba 8 = media en reacties in Amerika (excl. uitsluitend gevolgen US-toerisme Aruba) 9 = media en reacties in Nederland (Peter R. de Vries, Nova, Pauw & Witteman, enz.) 10 = verder (toevoegen na eerste artikelen) 11 = (...) 99 = anders (SPECIFICEREN)
C05	Aanduiding Joran	Dader of verdachte?	1 = dader (door KRANT dader genoemd) 2 = verdachte (door KRANT verdachte genoemd - ook als bv. PRdV 'dader' zegt) 3 = niet gespecificeerd ("zaak Joran" etc.)
C06	Vergelijkbare zaken	Wordt er in het artikel verwezen naar vergelijkbare zaken?	1 = ja 2 = nee
D01	Joran van der Sloot	Aanwezigheid en framing Joran van der Sloot	0 = niet genoemd 1 = genoemd zonder frame 2 = Joran als een echte boef [frame 12] 3 = Joran als boef met sympathieke kanten [frame 13] 4 = Joran als slachtoffer [frame 14] 5 = Joran als ziek persoon [frame 15] 9 = Joran anders geframed [frame 19] (SPECIFICEREN)
D02	Ouder(s) Joran van der Sloot	Aanwezigheid en framing ouder(s) Joran van der Sloot	0 = niet genoemd 1 = genoemd zonder frame

			<p>2 = Ouder(s) als medeverdachten / mensen die bewijsmateriaal verdoezelen [frame 22]</p> <p>3 = Ouder(s) als slechte personen (Joran slecht opgevoed, enz.) [frame 23]</p> <p>9 = Ouder(s) anders geframed [frame 29] (SPECIFICEREN)</p>
D03	Natalee Holloway	Aanwezigheid en framing Natalee Holloway	<p>0 = niet genoemd</p> <p>1 = genoemd zonder frame</p> <p>2 = Natalee als feestbeest [frame 32]</p> <p>3 = Natalee als slachtoffer [frame 33]</p> <p>4 = Natalee als naïef meisje [frame 34]</p> <p>9 = Natalee anders geframed [frame 39] (SPECIFICEREN)</p>
D04	Beth Holloway	Aanwezigheid en framing Beth Holloway	<p>0 = niet genoemd</p> <p>1 = genoemd zonder frame</p> <p>2 = Beth als nabestaande [frame 42]</p> <p>3 = Beth als mede-detective [frame 43]</p> <p>4 = Beth als slecht persoon [frame 44]</p> <p>9 = Beth anders geframed [frame 49] (SPECIFICEREN)</p>
D05	Peter R. de Vries	Aanwezigheid en framing Peter R. de Vries	<p>0 = niet genoemd</p> <p>1 = genoemd zonder frame</p> <p>2 = Peter R. als detective [frame 52]</p> <p>3 = kritiek op manier van werken [frame 53]</p> <p>4 = Peter R. als held [frame 54]</p> <p>5 = Peter R. als</p>

			<p>programmamaker [frame 55]  9 = Peter R. anders geframed [frame 59] (SPECIFICEREN)</p>
D06	Patrick van der Eem	Aanwezigheid en framing Patrick van der Eem	<p>0 = niet genoemd  1 = genoemd zonder frame  2 = Patrick als detective [frame 62]  3 = Patrick als crimineel [frame 63]  4 = Patrick als held [frame 64]  5 = Patrick als schrijver [frame 65]  9 = Patrick anders geframed [frame 69] (SPECIFICEREN)</p>
E01	Hoofdpersoon	Over welke persoon gaat het artikel hoofdzakelijk?	<p>1 = Joran van der Sloot  2 = ouder(s) Joran van der Sloot  3 = Natalee Holloway  41 = moeder Nathalee Holloway (Beth)  42 = vader Natalee Holloway  43 = ouders Natalee Holloway samen  5 = Peter R. de Vries  6 = Patrick van der Eem  7 = Deepak en Satish Kalpoe (en andere verdachten)  8 = rechter / officier / rechtbank  9 = advocaat  10 = politie  11 = Aruba  99 = andere persoon of instantie, "economie Aruba", etc. (SPECIFICEREN)</p>
E02	Hoofdthema	Wat is het hoofdframe?	<p>12 = Joran als een echte boef [frame 12]  13 = Joran als boef met</p>

			<p>sympathieke kanten [frame 13] 14 = Joran als slachtoffer [frame 14] 15 = Joran als ziek persoon [frame 15] 19 = Joran anders geframed [frame 19] 22 = Ouder(s) als medeverdachten / mensen die bewijsmateriaal verdoezelen [frame 22] 23 = Ouder(s) als slechte personen (Joran slecht opgevoed, enz.) [frame 23] 29 = Ouder(s) anders geframed [frame 29] 32 = Natalee als feestbeest [frame 32] 33 = Natalee als slachtoffer [frame 33] 34 = Natalee als naïef meisje [frame 34] 39 = Natalee anders geframed [frame 39] 42 = Beth als nabestaande [frame 42] 43 = Beth als mede- detective [frame 43] 44 = Beth als slecht persoon [frame 44] 49 = Beth anders geframed [frame 49] 52 = Peter R. als detective [frame 52] 53 = kritiek op manier van werken [frame 53] 54 = Peter R. als held [frame 54] 55 = Peter R. als programmamaker [frame 55] 59 = Peter R. anders geframed [frame 59] 62 = Patrick als detective</p>
--	--	--	--



			<p>[frame 62]          63 = Patrick als crimineel          [frame 63]          64 = Patrick als held          [frame 64]          65 = Patrick als schrijver          [frame 65]          69 = Patrick anders          geframed [frame 69]          99 = ander frame          (SPECIFICEREN)</p>
F01	Opmerkingen framing	Potentiële voorbeelden thesis noteren	Interessant voorbeeld van een frame
F02	Opmerkingen rest inhoud	Potentiële voorbeelden thesis noteren	Andere reden waarom artikel interessant voorbeeld is
F03	Opmerking coderen	Potentiële aanscherping codeerinstructies of goed voorbeeld	Opmerking over coderen / codeerprobleem (ev. codeboek/instructies aanscherpen)

**Bijlage 3: Codeboek fotoanalyse**

Variabele	Naam variabele	Aanwijzingen/ categorieën	Codering
A01	Nummer foto		1, 2, 3 etc.
A02	Krant	Naam krant	1 = <i>NRC Handelsblad</i> 2 = <i>De Telegraaf</i>
A03	Nummer artikel	Noteer het nummer van het bijbehorende artikel	
A04	Naam fotograaf of persbureau	Noteer de naam van de fotograaf of het persbureau	
A05	Dag van de week	Dag van de week	1 = maandag 2 = dinsdag 3 = woensdag 4 = donderdag 5 = vrijdag 6 = zaterdag 7 = zondag
A06	Datum	Datum	dd-mm-jjjj
A07	Paginanummer	Paginanummer	1, 2, 3 etc.
A08	Rubriek		0 = onduidelijk 1 = voorpagina (NRC en Telegraaf) 2 = binnenland (NRC en Telegraaf) 3 = buitenland (NRC en Telegraaf) 4 = media (NRC) en RTV (Telegraaf) 5 = opinie / opinie & debat (NRC) 6 = WUZ (wat is dat?) (Telegraaf) 11 = (?) voorpagina (NRC en Telegraaf) 12 = (?) binnenland (NRC en Telegraaf) 13 = (?) buitenland (NRC en Telegraaf) 99 = overige (SPECIFICEREN)
B01	Losse foto of bij artikel	Is het een losse foto of een foto bij artikel?	1 = losse foto 2 = foto bij artikel
B02	Kleur of zwart/wit	Is het een kleur of zwart/wit foto?	1 = kleur 2 = zwart/wit
B03	Breedte	Noteer de breedte van de	Aantal cm

		foto	
B04	Hoogte	Noteer de hoogte van de foto	Aantal cm
C01	Onderschrift foto	Noteer het onderschrift van de foto	
C02	Omschrijving beeld	Geef een omschrijving van het beeld op de foto	
D01	Hoofdpersoon	Welke persoon wordt er op de foto afgebeeld?	1 = Joran van der Sloot 2 = ouder(s) Joran van der Sloot 3 = Natalee Holloway 41 = moeder Nathalee Holloway (Beth) 42 = vader Natalee Holloway 43 = ouders Natalee Holloway samen 5 = Peter R. de Vries 6 = Patrick van der Eem 7 = Deepak en Satish Kalpoe (en andere verdachten) 8 = rechter / officier / rechtbank 9 = advocaat 10 = politie 11 = Aruba 99 = andere persoon of instantie, "economie Aruba", etc. (SPECIFICEREN)
E01	Opmerking coderen	Potentiële aanscherping codeerinstructies of goed voorbeeld	Opmerking over coderen / codeerprobleem (ev. codeboek/instructies aanscherpen)