

**Bloedige aanslag en geschokte wereldleiders:
Een toepassing van Bednarek en Caple's onderzoeksmodel voor het analyseren
van het discours van nieuwswaardigheid in tekst en beeld**



Foto: Agence France Presse

Masterthesis Journalistiek en Nieuwe Media
Universiteit Leiden
Student: Yoran Custers
Studentnummer: s1523112
Begeleider: Dr. AWM (Willem) Koetsenruijter
Tweede lezer: Dr. JP (Peter) Burger
Aantal woorden: 18.376
December 2015



Universiteit Leiden

Voorwoord

Het idee voor deze scriptie kwam voort uit de tutorial 'Beeld van de ramp,' waarin centraal stond hoe rampen door media in beeld worden gebracht. Mijn eigen aandacht werd vooral getrokken naar het fenomeen 'nieuwswaardigheid:' wanneer wordt een ramp als nieuwswaardig beschouwd en wanneer niet? Welke rol speelt de aanwezigheid – of juist afwezigheid – van beeld daarbij? Hoe is nieuwswaardigheid op te maken uit de tekst en het beeld van een nieuwsbericht? Al snel stuitte ik op het onderzoeksmodel van Monika Bednarek en Helen Caple, dat het doel heeft om te onderzoeken hoe nieuwswaardigheid vorm krijgt binnen enerzijds tekst en anderzijds beeld. Aangezien het om een model ging dat in de praktijk nog nauwelijks was toegepast, was het een logische stap om deze scriptie daarop in te richten.

Niet lang nadat ik die keuze had gemaakt, werd de aanslag op het Franse satirische tijdschrift Charlie Hebdo gepleegd, in januari 2015. Het corpus van deze scriptie zou bestaan uit Nederlandse nieuwsberichten over deze gebeurtenis. Op het moment van schrijven is de aanslag inmiddels bijna een jaar geleden, wat ook verraadt dat ik voor het schrijven van deze scriptie redelijk de tijd heb genomen. Daarom wil ik mijn begeleider Willem Koetsenruijter niet alleen bedanken voor de fijne, flexibele manier van begeleiden, maar ook voor zijn geduld.

Yoran Custers

December 2015

Samenvatting

In deze scriptie staat het analysemodel van Bednarek en Caple (2012a) centraal, dat het doel heeft om te onderzoeken hoe het discours van nieuwswaardigheid vorm krijgt binnen nieuwsberichten, en geconstrueerd wordt door enerzijds tekst en anderzijds beeld. Aangezien het om een nog relatief nieuw model gaat dat nog weinig in de praktijk is gehanteerd, werd het toegepast op een corpus dat bestaat uit de Nederlandse berichtgeving over de aanslag op het Franse satirische tijdschrift Charlie Hebdo – een gebeurtenis met veel nieuwswaarde. Hieruit is gebleken dat het een goed werkbaar model is en een heldere basis vormt om discoursanalyse mee uit te voeren. Het model maakt het mogelijk om normen bloot te leggen die bepalen wat nieuwswaardig is en wat niet, waarmee het inzicht verschaft in het discours van nieuwswaardigheid, en in het bijzonder in de rol die de combinatie van tekst en beeld daarbij kan spelen. Het model biedt aanknopingspunten om vast te stellen welke delen van een nieuwsbericht nieuwswaardig zijn, en hoe groot het aandeel is van de nieuwsfoto, de kop en het intro. Wel zijn er op basis van deze toepassing enkele aanvullingen op zijn plaats met betrekking tot de fotografische hulpmiddelen, die binnen het model de functie hebben om op de aanwezigheid van nieuwswaarden in beeld kunnen wijzen.

Inhoudsopgave

	Voorwoord	2
	Samenvatting	3
1	Inleiding	6
1.1	Relevantie	6
1.2	Onderzoeksvraag	7
1.3	Opbouw van deze scriptie	8
2	Nieuwswaarden	9
2.1	De oorsprong van nieuwswaardigheid	9
2.2	Verskillende perspectieven op nieuwswaardigheid	11
2.3	Nieuwswaarden en beeld	12
2.3.1	Connotatie en denotatie	12
2.3.2	Verskillende perspectieven	13
2.3.3	De visuele nieuwswaarden in deze scriptie	15
2.3.4	De combinatie van tekst en beeld	15
3	Het model van Bednarek en Caple	16
3.1	Een model voor discoursanalyse	16
3.2	Het model van Bednarek en Caple: de tekstanalyse	19
3.3	Het model van Bednarek en Caple: de beeldanalyse	24
4	Methode	32
4.1	Corpus	32
4.2	Betrouwbaarheid	35
4.3	Beoordelingscriteria	35
4.4	Stappen van het onderzoek	36
4.5	Problemen en valkuilen	37
5	Analyse	38
5.1	Case 1: De bekendmaking van de aanslag	38
5.1.1	Case 1: <i>Nu.nl</i>	38
5.1.2	Case 1: <i>NOS</i>	39
5.1.3	Case 1: <i>Algemeen Dagblad</i>	39
5.1.4	Case 1: <i>De Volkskrant</i>	40
5.2	Case 2: Charlie Hebdo geduid	41
5.2.1	Case 2: <i>Nu.nl</i>	41
5.2.2	Case 2: <i>NOS</i>	42
5.2.3	Case 2: <i>Algemeen Dagblad</i>	43
5.2.4	Case 2: <i>De Volkskrant</i>	44
5.3	Case 3: De daders op het spoor	44
5.3.1	Case 3: <i>Nu.nl</i>	44
5.3.2	Case 3: <i>NOS</i>	45
5.3.3	Case 3: <i>Algemeen Dagblad</i>	46
5.3.4	Case 3: <i>De Volkskrant</i>	46
5.4	Case 4: Reacties van wereldleiders	47

5.4.1	Case 4: <i>Nu.nl</i>	47
5.4.2	Case 4: <i>NOS</i>	47
5.4.3	Case 4: <i>Algemeen Dagblad</i>	48
5.4.4	Case 4: <i>De Volkskrant</i>	49
6	Resultaten	51
6.1	Beoordeling	51
6.2	De opbrengsten van het model	52
	Conclusie	55
	Bibliografie	57
	Bijlagen	
	Bijlage 1 – Nieuwswaarden in tekst	61
	Bijlage 2 – Nieuwswaarden in beeld	63
	Bijlage 3 – Analyse-overzichten	65

1 Inleiding

Achterdocht leidt er ook toe dat humanitaire organisaties zich toeleggen op zichtbare hulp in de even zo zichtbare vluchtelingenkampen: gemakkelijk uit te leggen en te fotograferen distributie van goederen, medische hulp of onderwijs voor jonge kinderen. ('Volledige lezing Halsema: 'Hulporganisaties richten zich op zichtbare hulp om donateur te behagen,' 2013)

Aldus Femke Halsema, voorzitter van Stichting Vluchteling, op 20 juni 2013 in het kader van Wereldvluchtelingendag. Hulporganisaties zouden verkeerde prioriteiten stellen – hulp- en hulpbehoevende gebieden zouden erbij gebaat zijn om 'fotogeniek' te zijn.

Die uitspraak roept verschillende vragen op. Heeft een niet-fotogenieke gebeurtenis een minder grote kans om in het nieuws te komen dan een fotogenieke gebeurtenis? Wanneer is een gebeurtenis fotogeniek? Kan de aanwezigheid van goed beeld doorslaggevend zijn om een bepaald bericht wel of niet te verslaan? Kan beeld überhaupt bijdragen aan de nieuwswaardigheid van een nieuwsbericht, of speelt het slechts een marginale rol?

In deze scriptie staat die laatste vraag centraal. Om precies te zijn, gaat het om de vraag hoe de nieuwswaardigheid van een nieuwsbericht vorm krijgt, door de *combinatie* van enerzijds tekst en anderzijds beeld. De nieuwswaardigheid van een nieuwsbericht kan door zowel tekst als beeld worden 'aangeprezen.' (Quinn & Stark Adam, 2008). Hoewel er wel degelijk onderzoek is gedaan naar nieuwswaardigheid in tekst en beeld afzonderlijk, is er nauwelijks onderzocht hoe nieuwswaardigheid kan blijken uit deze twee elementen sámen.

Om onderzoekers in staat te stellen om deze combinatie te analyseren, hebben Bednarek en Caple (2012a) onderzoeksmodel in het leven geroepen waarmee nieuwsteksten 'op een systematische wijze onderzocht kunnen worden.' In dit model wordt nieuwswaardigheid beschouwd als een discours – waarbij de nieuwswaardigheid van een verhaal wordt *geconstrueerd* door taal of beeld. Of in hun eigen woorden: "The focus here is not on the potential value of news events or on cognitive beliefs/value judgements, but rather on how such events are **mediated** (...), how news discourse **makes them newsworthy.**" (Bednarek & Caple, 2012a, p. 205, nadruk in origineel).

Dit model is nog nauwelijks toegepast in de praktijk, en dat is dan ook wat het doel is van deze scriptie. Door het model van Bednarek en Caple toe te passen op een vooraf gekozen corpus – de Nederlandse berichtgeving over de aanslag op het Franse satirische weekblad Charlie Hebdo – wordt nagegaan in hoeverre dit een werkbare methode is om te onderzoeken hoe het discours van nieuwswaardigheid vorm krijgt, en of het leidt tot relevante resultaten.

1.1 Relevantie

Het model van Bednarek en Caple is volgens de auteur zelf van toegevoegde waarde op de reeds aanwezige theorieën rondom nieuwswaardigheid, omdat het inzicht kan geven in de manieren waarop verschillende nieuwswaarden worden gerepresenteerd in verschillende media, en verschillende platformen. (Bednarek & Caple, 2013, p. 14). En,

zoals eerder vermeld: het stelt de onderzoeker in staat om zowel tekst als beeld hierbij in beschouwing te nemen (Bednarek & Caple, 2012a).

Het fenomeen 'nieuwswaardigheid' kreeg vooral bekendheid nadat de Noorse sociologen Galtung en Ruge in 1965 onderzoek deden naar buitenlands nieuws in Noorse dagbladen, en op basis van hun bevindingen een lijst samenstelden van nieuwswaarden – factoren die bepalen hoe groot de kans is dat een bepaalde gebeurtenis in het nieuws komt, zoals *negativiteit*, *referentie aan elitepersonen* en *personalisatie*. (Galtung & Ruge, 1965). In de jaren die volgden werd deze lijst meerdere malen herzien – niet in de laatste plaats omdat er geen of te weinig aandacht was voor het feit dat nieuwswaardigheid niet alleen in tekst, maar ook in beeld bestaat. Harcup en O'Neill stelden dat ook *fotogelegenheid* een rol kan spelen in nieuwswaardigheid (2001, p. 274) – een nieuwsverhaal mét een publicabele persfoto wint het al snel van een gelijksoortig nieuwsverhaal zónder. Wel was het slechts een subonderdeel van het criterium *entertainment*, waarmee het onder dezelfde noemer valt als *human interest* en *dieren*. Andere nieuwswaarden die ze onderscheidde waren onder andere *slecht nieuws*, *relevantie* en *verrassing* (2001, p. 279).

In andere nieuwswaarde-theorieën kwam minder aan bod dan tekst. Singletary en Lamb (1984) onderzochten in hoeverre nieuwswaarden terugkwamen in prijswinnende persfoto's, en verder ondernamen alleen Craig (1994) en Rössler, Bomhoff, Haschke, Kersten, en Müller (2011) een poging om een lijst van nieuwswaarden op te stellen die louter betrekking heeft op persfotografie. In hun suggesties voor vervolgonderzoek, stellen Rössler et al. dat er onderzoek wenselijk is naar de interactie tussen nieuwswaarden in foto's en de bijbehorende tekst: "How do article and pictures contribute to the conjoint effects on the audience?" (2011, p. 435).

Er is volgens Bednarek en Caple nog een reden waarom hun model relevant is. Het biedt de gelegenheid om te onderzoeken hoe het 'ideologische discours van nieuwswaardigheid' kan worden geconstrueerd binnen een nieuwstekst. (Bednarek & Caple 2014, p. 137). Nieuwswaardigheid werd al door velen beschouwd als een discours (Bell, 1991; Cotter, 2010; Hall, Crutcher, Jefferson, Clarke & Roberts, 1978; Van Dijk, 1988a), waarbij nieuws een weerspiegeling is van welke gebeurtenissen binnen een samenleving als belangrijk worden gezien – belangrijk genoeg om over te berichten. Maar naar de manier waaróp dit discours zoal wordt geconstrueerd, is volgens Bednarek en Caple nog geen onderzoek gedaan. En daarom schiepen ze een model dat hiertoe als handvat kan dienen.

1.2 Onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag die in deze scriptie centraal staat, luidt als volgt:

Is het onderzoeksmodel van Bednarek en Caple geschikt om het discours van nieuwswaardigheid te onderzoeken, en levert dit relevante resultaten op?

Deze onderzoeksvraag is tweedelig. Ten eerste wordt onderzocht hoe goed het onderzoeksmodel functioneert – is het werkbaar, vormt het een heldere basis om analyses mee uit te voeren, en is het volledig? De werking van het model wordt getoetst aan de hand van een toepassing daarvan.

Ten tweede wordt stilgestaan bij de resultaten die het model oplevert. Het onderzoeksmodel kan nog zo goed functioneren, maar zolang het geen resultaten of

inzichten oplevert die een relevante toevoeging zijn op de kennis die al bestaat, is het lastig om de relevantie van dit model te verdedigen.

Om deze vragen te beantwoorden, is het zaak om van tevoren te bepalen *wanneer* het model geschikt is om het discours van nieuwswaardigheid mee te onderzoeken. Aangezien het hier gaat om een discoursanalyse, wordt ook nagegaan wat het doel is van discoursanalyse *an sich*, en de analyse van het discours van nieuwswaardigheid in het bijzonder. Vervolgens gaat het erom of deze doelen kunnen worden behaald met behulp van dit model.

1.3 Opbouw van deze scriptie

Het eerstvolgende hoofdstuk – hoofdstuk 2 – staat in het teken van de kennistheorie rondom het idee van nieuwswaardigheid. Het doel van dit hoofdstuk is om inzicht te verschaffen in de oorsprong van nieuwswaarde en welk onderzoek er zoal naar gedaan is. De nieuwswaarden worden gecategoriseerd in verschillende groepen en belicht vanuit verschillende perspectieven. In datzelfde hoofdstuk wordt ook ingegaan op de manier waarop nieuwswaardigheid vorm kan krijgen in beeld.

In hoofdstuk 3 staat het model van Bednarek en Caple centraal. Aangezien het model een manier is om een discoursanalyse mee uit te voeren, wordt hier allereerst nagegaan hoe het zich verhoudt ten opzichte van deze methode. Vervolgens is er aandacht voor het model zelf, dat tweedelig is: in het eerste deel wordt de tekst van de nieuwsberichten geanalyseerd aan de hand van zogeheten *linguïstische hulpmiddelen* (*linguistic devices*), en in het tweede deel worden de bijbehorende beelden onderzocht met behulp van zogenaamde *fotografische hulpmiddelen* (*photographic devices*). Onder linguïstische hulpmiddelen verstaan Bednarek en Caple onder andere *evaluatief taalgebruik, intensivering & kwantificatie, en referentie aan individuen*. Ook stijlfiguren als de *metafoor* en de *vergelijking* zien ze als linguïstisch hulpmiddel. (Bednarek & Caple, 2012b, p. 106). Onder fotografische hulpmiddelen vallen onder andere *evaluatieve elementen, referenties aan emoties en esthetische elementen*. (2012b, p. 106).

Hoofdstuk 4 heeft betrekking op de gehanteerde methode. Het model van Bednarek en Caple is al eerder besproken in hoofdstuk 3 – hier gaat het vooral om de manier waarop het model in deze scriptie wordt toegepast. In het bijzonder wordt hier aandacht geschonken aan de concrete stappen van het onderzoek en eventuele problemen en valkuilen. Ook worden hier de criteria benoemd aan de hand waarvan het model wordt getoetst: wat is het doel van de analyse naar het discours van nieuwswaardigheid? Ten slotte wordt er verantwoord waarom er voor de berichtgeving over Charlie Hebdo is gekozen, en om welke berichtgeving dit dan precies gaat.

In hoofdstuk 5 wordt het model daadwerkelijk toegepast, en de resultaten hiervan komen aan bod in hoofdstuk 6. Ten slotte zullen deze resultaten worden besproken in de conclusie, gevolgd door suggesties voor mogelijk vervolgonderzoek.

2 Nieuwswaarden

2.1 De oorsprong van nieuwswaardigheid

Het fenomeen ‘nieuwswaarde’ werd als eerste gebruikt door Walter Lippman, toen hij er in 1922 op wees dat er verschillende aspecten kunnen bijdragen aan de nieuwswaardigheid van een bepaalde gebeurtenis. (1965, p. 230). Volgens Tunstall zijn het echter Galtung en Ruge die bekend staan als grondleggers van de nieuwswaardetheorie, omdat zij als eersten een ‘systematische definitie’ gaven van nieuwswaardigheid. (1971, p. 20). Galtung en Ruge richtten zich hierbij vooral op de vraag wat een gebeurtenis ‘nodig heeft’ om nieuwswaardig te zijn – over welke eigenschappen een gebeurtenis dient te ‘beschikken’ om in het nieuws te komen. (1965, p. 71). Hun hypothese luidde dat dit om de volgende eigenschappen gaat: *tijdspanne, schaal en intensiteit, eenduidigheid, betekenisvolheid* (onderverdeeld in *culturele nabijheid* en *relevantie*), *overeenstemming, onverwachtheid, continuïteit, samenstelling, elite landen, elitepersonen, personifiëring en negativiteit*. Ze stelden hierbij nog twee hypothesen: de eerste luidde dat hoe meer nieuwswaarden zijn terug te vinden bij een bepaalde gebeurtenis, hoe groter de kans is dat deze gebeurtenis in het nieuws komt. Ten tweede stelden ze dat deze nieuwswaarden onderling een complementaire functie hebben; wanneer een gebeurtenis ‘laag scoort’ bij de ene nieuwswaarde, zou er hoger gescoord moeten worden op de andere. (Galtung & Ruge, 1965, p. 71).

Het werk van Galtung en Ruge is in de loop der jaren vaak geciteerd, en niet in de laatste plaats omdat er bezwaren tegen waren. Zo wezen sommigen (Østgaard, 1965; Palmer, 2000) erop dat Galtung en Ruge weinig aandacht hadden voor de context van de verslaggeving: “News value consists of that aspect of an event which is in accordance with the timeliness, interest, importance, etc., of the event’s relationship to its context.” (Palmer, 2000, p. 33). Een andere toevoeging op de lijst van Galtung en Ruge was het idee dat nieuwswaarden kunnen worden opgevat als een uiting van sociale constructies (Staab, 1990) of ideologieën (Bell, 1991; Cotter 2010; Hall et al., 1978 Van Dijk 1988a) – wat als nieuwswaardig wordt beschouwd, zou ook iets kunnen vertellen over bredere heersende opvattingen binnen een land. Cotter omschrijft nieuwswaarden bijvoorbeeld als “bevestiging van de ideologie die bepaalt wat nieuws is,” (2010, p. 67), en Van Dijk stelt dat de representatie en reproductie van gebeurtenissen in het nieuws, niets minder is dan een “sociale en ideologisch gecontroleerde reeks van constructieve strategieën.” (1988a, p. 27).

In hun beknopte overzicht van onderzoek naar nieuwswaarden, stellen Bednarek en Caple niet alleen vast dat veel lijsten van nieuwswaarden met elkaar overlappen, maar ook dat nieuwswaardigheid veel verschillende definities heeft en vanuit verschillende perspectieven wordt bekeken. (2013, p. 5). Ze maken daarbij onderscheid in de volgende soorten definities (Bednarek en Caple, 2012a, p. 40, nadruk in het origineel):

- De **criteria** of **regels** die journalisten hanteren om te bepalen wat ‘nieuws’ is (Bell, 1991, p. 155; Richardson, 2007, p. 91; Brighton en Foy, 2007, p. 1);
- ‘De (*veronderstelde*) **voorkeuren** van het lezerspubliek’ (Richardson, 2007, p. 94, cursivering van Richardson, nadruk van Bednarek en Caple), ten aanzien van wat nieuwswaardig is;
- De **waarden** die bepalen in hoeverre een gebeurtenis of feit nieuwswaardig is (Galtung en Ruge, 1965; Hartley, 1982; Fowler, 1991; Tunstall, 1996);

- De **kwaliteiten** of **elementen** die nodig zijn om een verhaal nieuwswaardig te maken (Cotter, 2010, p. 68).

Een nieuwsverhaal kan zijn bestaansrecht ontleen aan een hoge score op deze nieuwswaardigheidscriteria, maar ook aan factoren zoals de beschikbare ruimte in een krant. Wanneer er weinig nieuws te melden is, zullen de nieuwsverhalen die er wél zijn, minder ‘concurrentie’ ondervinden van andere verhalen, daarmee dus een grotere kans hebben om gepubliceerd te worden. Maar maakt dit die verhalen ook nieuwswaardiger?

Bell (1991) beschouwde ook dergelijke factoren als nieuwswaarden, maar wel onder een specifieke categorie: *news values in the news process*. De twee andere categorieën die hij definieerde, luiden *news values in the news text* – factoren zoals eenduidigheid of helderheid van een verhaal – en *news values in news actors and events*, factoren die het selectieproces van nieuws beïnvloeden.

Bednarek en Caple nemen deze categorisering over, maar niet zonder ze te herdefiniëren, en zelf opnieuw na te gaan welke factoren er tot welke groep behoren. Ten eerste beschouwen ze alleen de criteria uit de groep *news values in news actors and events* als echte nieuwswaarden. *News values in the news text* zien ze vooral als algemene kenmerken van nieuwsteksten, en herdefiniëren ze als *news writing objectives*. Onder *news values in the news process* verstond Bell de volgende criteria (geformuleerd door Bednarek en Caple, 2012a, p. 40):

- *Continuïteit*: Wanneer een verhaal al eerder in het nieuws is geweest, is het relevant omdat het hier een opvolging van kan zijn.
- *Competitie*: Nieuwsorganisaties concurreren met elkaar om de primeur, waardoor de relevantie van een verhaal afneemt als het al door een ander medium gepubliceerd wordt. Daarnaast ‘concurreren’ verhalen ook zelf met elkaar om de beschikbare ruimte.
- *Co-optie*: Een verhaal kan worden geassocieerd met een ander, nieuwswaardiger verhaal.
- *Compositie*: Het gegeven dat een nieuwsbulletin of krant altijd streeft naar een zekere mix van verschillende soorten verhalen.
- *Voorspelbaarheid*: Bepaalde gebeurtenissen staan bij voorbaat al in de journalistieke agenda, bijvoorbeeld omdat het een jaarlijks terugkerend fenomeen is, of naar aanleiding van een persconferentie tot stand is gekomen.
- *Prefabricatie*: Het bestaan van vorgefabriceerde bronnen, zoals persberichten.

Volgens Bednarek en Caple verdienen deze *news values in the news process* eerder het predicaat *news cycle/market factors*, aangezien het gaat om factoren waar een gebeurtenis wel door beïnvloed kan worden, maar die niets met de gebeurtenis zelf te maken hoeven hebben. Als voorbeeld van dit laatste geven Bednarek en Caple het gegeven dat zelfs maar het maken van een nieuwsfoto op het beslissende moment uit kan maken of een gebeurtenis wel of niet gepubliceerd wordt in een krant: “Having a photograph or footage that no other news organization has (an exclusive) can get a story into the news.” (2012a, p. 41).

De laatste twee groepen worden door Bednarek en Caple dus niet zozeer als nieuwswaarden beschouwd, maar als andere factoren die invloed hebben op de kans waarmee een verhaal in het nieuws komt (zie tabel 2.1).

Tabel 2.1: categorieën van nieuwswaarden (Bednarek en Caple, 2012, p. 41)	
Bell (1991)	Bednarek en Caple (2012)
<i>News values in the news text</i>	<i>News writing objectives</i>
<i>News values in the news process</i>	<i>News cycle/market factors</i>
<i>News values in news actors and events</i>	<i>News values</i>

De verschillende soorten nieuwswaarden die – afgezien van de *news writing objectives* en de *news cycle/market factors* – volgens Bednarek en Caple in ieder geval nog overblijven (Bednarek en Caple, 2012, p. 42), luiden als volgt: *negativiteit, positiviteit, actualiteit, culturele en geografische nabijheid, prominentie* (onder te verdelen in *prominente landen, prominente organisaties, machtselite en beroemdheden*), *consonantie, impact, nieuwigheid, overtreffende trap* en *personalisatie*. Zie Bijlage 1 voor een uitgebreide toelichting op deze nieuwswaarden.

Het gaat hier volgens Bednarek en Caple alleen om nieuwswaarden opgenomen die zich ervoor lenen om door middel van tekst en/of beeld geconstrueerd te worden. Nieuwswaarden die, met andere woorden, geschikt zijn om te onderwerpen aan een discoursanalyse, en dus tenminste waarneembaar zijn vanuit het perspectief van de nieuwstekst. Criteria die eerder doorgaan als *news writing objectives* of *news cycle/market factors*, worden in deze scriptie niet meegenomen.

2.2 Verschillende perspectieven op nieuwswaardigheid

Deze nieuwswaarden kunnen volgens Bednarek en Caple op hun beurt worden beschouwd vanuit meerdere perspectieven. Allereerst is er het **perspectief van de gebeurtenis** zelf, waarbij nieuwswaarden de factoren zijn die bepalen in hoeverre een gebeurtenis *an sich* als nieuwswaardig kan worden beschouwd (Galtung & Ruge, 1965; Hartley, 1982; Tunstall, 1996), of met andere woorden: criteria die de kans bepalen waarmee een gebeurtenis het journaal of de krant kan halen. Het gaat hier om de *potentiele* nieuwswaarde van een bepaalde gebeurtenis. (Bednarek & Caple, 2012b, p. 103).

Een groot deel van de onderzoeken naar nieuwswaarden werden verricht vanuit het **cognitieve perspectief**, waarbij nieuwswaarden gelden als selectiecriteria en regels die journalisten hanteren bij het bepalen van nieuwswaardigheid (Allan, 2010; Bell, 1991; Brighton & Foy, 2007; Fowler, 1991; Gans, 2004), of als aannames die journalisten hebben van wat hun lezerspubliek belangrijk vindt om over te lezen. (Richardson, 2007; Cotter, 2010). Vanuit deze invalshoek worden nieuwswaarden beschouwd als “intersubjective mental categories” (Fowler, 1991, p. 17) of geïnternaliseerde aannames (Cotter, 2010, p. 56), op basis waarvan journalisten bepalen of een gebeurtenis nieuwswaardig is of niet. Het fenomeen nieuwswaardigheid is te beschouwen als een subjectief gegeven: “Every journalist and every editor will have a different interpretation of what is newsworthy, because it’s such a subjective process.” (Rau, 2010, p. 14).

Een derde benaderwijze is het **perspectief van de nieuwstekst**, waarbij de vraag centraal staat welke elementen er binnen een gepubliceerd nieuwsverhaal waarneembaar zijn. Het analysemodel van Bednarek en Caple gaat uit van dit laatste perspectief, waar de vraag centraal staat hoe taal- en beeldelementen een nieuwstekst nieuwswaardig maken. Preciezer gezegd, vertrekt dit model vanuit een **discursief perspectief**, en gaat het erom hoe tekst en beeld een *discours* van nieuwswaardigheid kunnen construeren. (Bednarek en Caple, 2012b, p. 104). Voordat er nader wordt

ingegaan op dit model, wordt in het volgende hoofdstuk eerst stilgestaan bij het fenomeen *discoursanalyse*.

2.3 Nieuwswaarden en beeld

Er is volgens Bednarek en Caple nog weinig onderzoek gedaan naar nieuwsfotografie en de wijze waarop nieuwswaarden door middel van beeld geconstrueerd kunnen worden. (2012a, p. 57). De nieuwswaarden die ze in hun model (2012b) betrekken voor de beeldanalyse, zijn grotendeels dezelfde als die van de tekstanalyse – wel zijn er een aantal verschillen te benoemen, en die komen in deze paragraaf aan bod.

Een van de bezwaren tegen de nieuwswaardenverzameling van Galtung en Ruge is het feit dat ze geen aandacht besteden aan het idee dat de beschikbaarheid van beeld kan bijdragen aan nieuwswaardigheid. Laat staan dat ze in zijn gegaan op de manier waarop nieuwswaardigheid kan worden verbeeld, en de wijze waarop foto's invloed kunnen uitoefenen op de bijbehorende geschreven tekst. (Tunstall, 1971, p. 21). Zoals eerder vermeld zijn er echter weinig onderzoekers geweest die hebben getracht om dat gat op te vullen. (Craig, 1994; Harcup & O'Neill, 2001; Rössler et al., 2011; Singletary & Lamb, 1984).

Onderzoek wijst uit dat menselijke hersens er beter op zijn ingericht om beeld te verwerken dan tekst – nadat een nieuwsitem wordt geconsumeerd waar zowel tekst als beeld aan te pas komt, blijft het beeld significant beter in het geheugen dan inhoudelijke informatie die middels tekst wordt geuit. (Grabe & Bucy, 2009, p. 17). Wat dat betreft is het logisch om nieuwsverhalen van beeld te voorzien – dan vergeten lezers minder snel waar het verhaal over gaat, of waarom het nieuwswaardig is. In het verlengde hiervan is het eveneens logisch om onderzoek naar nieuwswaardigheid niet te beperken tot onderzoek naar de nieuwswaardigheid in tekst.

2.3.1 Connotatie en denotatie

Om iets te zeggen over de wijze waarop nieuwswaardigheid door middel van beeld wordt geconstrueerd, moet volgens Hall vooral worden gekeken naar de connotatieve kracht van dit beeld. (1981, p. 231). Daarmee verwijst hij naar de betekenisleer van Barthes, die betrekking heeft op zowel nieuwsfotografie als beelden uit de populaire cultuur. In deze leer worden twee soorten betekenissen van beeld van elkaar onderscheiden. (1977). De eerste betekenis is de concrete betekenis van het beeld zelf – de denotatie. Een beroemd voorbeeld waarmee hij dit illustreert is een voorpagina van het Franse tijdschrift *Paris Match* uit 1955, waarop een jonge, zwarte soldaat staat die naar de Franse vlag saluëert. De denotatie is 'jonge, zwarte soldaat saluëert naar de Franse vlag.' Het tweede betekenisniveau is de connotatie, waarbij de betekenis van het beeld wordt gebaseerd op basis van factoren die zich buiten het beeld begeven. De afbeelding op de voorpagina van *Paris Match* zou een positief beeld van het Frans imperialisme impliceren, waarbij ook mensen uit de koloniën trouw zijn aan Frankrijk.

Beide betekenisniveaus zijn volgens Barthes ook op hun beurt in tweeën te delen. Op denotatieniveau kan een betekenis worden bepaald op basis van zowel objectieve kenmerken (*primaire denotatie*) als op gedeelde kennis (*secundaire denotatie*), terwijl bij connotatie uit kan worden gegaan van betekenisgeving op grond van zowel gedeelde (*primaire connotatie*) als persoonlijke waarden (*secundaire connotatie*). (Barthes, 1977).

Een foto moet volgens Barthes gezien worden als een "object dat bewerkt wordt naar professionele, esthetische en ideologische normen." (1977, p. 19). Dat impliceert

dat de betekenis van een foto afhankelijk kan zijn van wie deze foto bekijkt, en onder welke omstandigheden hij dit doet. Bednarek en Caple benadrukken dat dit het lastig kan maken om universele oordelen te vellen over nieuwswaarden in beeld; het interpreteren van een gezichtsuitdrukking kan bijvoorbeeld verschillen opleveren wanneer het ene persoon een andere emotie herkent dan de ander (2012a, p. 58), wat weer gevolgen kan hebben voor (in dit geval) de aanwezigheid van de nieuwswaarde personificatie.

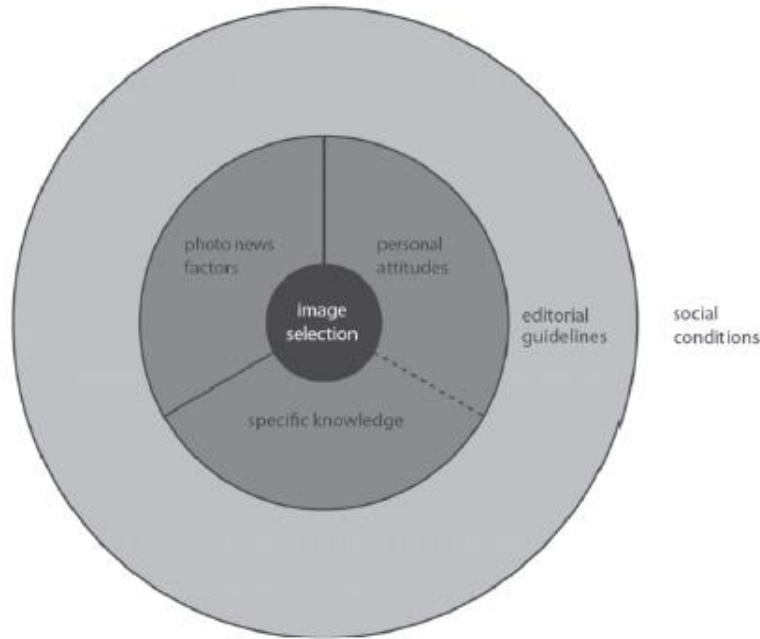
2.3.2 Verschillende perspectieven op visuele nieuwswaardigheid

Ook visuele nieuwswaarden kunnen worden bekeken vanuit de verschillende perspectieven die Bednarek en Caple onderscheiden voor nieuwswaarden *an sich*: het cognitieve perspectief, het perspectief van de gebeurtenis en het perspectief van de nieuwstekst.

In hun herziening van de nieuwswaarden van Galltung en Ruge (1965) kwamen Harcup en O'Neill tot de opmerking dat *fotografeerbaarheid* het predicaat 'nieuwswaarde' verdient; een gebeurtenis zou een grotere kans hebben om in het nieuws te komen wanneer deze gebeurtenis zich gemakkelijk in beeld laat brengen. (2001, p. 274). Met deze nieuwswaarde gingen Harcup en O'Neill uit van het **perspectief van de nieuwsgebeurtenis**. Hierbij gaat het om de vraag of de gebeurtenis zich ertoe leent om gefotografeerd en/of gefilmd te worden. Met andere woorden; of deze fotogeniek is. Dit is in veel gevallen echter een lastige vraag om te beantwoorden, aangezien het afhankelijk kan zijn van bijvoorbeeld politieke omstandigheden zoals een gebrekkige persvrijheid, of simpelweg van de aard van een gebeurtenis zelf – een gebeurtenis kan zich hebben uitgestrekt over tienduizenden vierkante kilometers, maar wat nieuwsfotografen daarvan kunnen vastleggen is slechts een fractie. Zoals Van Ginneken stelt: 'hun reportage houdt een gezichtspunt in, en is geen registratie van 'de' objectieve realiteit.' (2002, p. 173).

Vanuit het **cognitieve perspectief** – waarbij nieuwswaarden de selectiecriteria en regels zijn die journalisten hanteren bij het bepalen van nieuwswaardigheid – valt te stellen dat journalisten wel of geen belang kunnen hechten aan de mate waarin ze hun verhaal kunnen voorzien van beeld. Een mogelijke nieuwswaarde die hierbij past is 'beschikbaarheid van beeld.'

Rössler et al. deden onderzoek naar het selectieproces van beeldredacteuren, waarmee ze handelden vanuit een cognitieve perspectief. De lijst die zij samenstelden bestond uit *schade, geweld of agressie, controversie, beroemdheden, onverwachtheid, emotie, fotografische kwaliteit van het beeld (oorspronkelijk execution and technique), en seksualiteit/erotiek*. (Rössler et al., 2011: 417). Ze onderzochten welke van deze factoren invloed hadden op het selectieproces van fotoredacteuren én op het belang dat lezers aan de desbetreffende foto's hechtten. In beide gevallen bleek dat de nieuwswaarden *emotie* en *executie/techniek* van grote invloed waren om voor een bepaalde foto te kiezen. Voor de beeldredacteuren bleken daarnaast de aanwezigheid van *beroemdheden* en *onverwachtheid* van groot belang, en in iets mindere mate ook *geweld/agressie* en *schade*. *Seksualiteit/erotiek* en *controversie* bleek van minder grote invloed. (Rössler et al., 2011, p. 434).



Factors influencing the journalistic photo selection. Bron: Rössler et al. (p. 428).

Rössler et al. benadrukten dat er nog veel meer factoren zijn die het selectieproces van nieuwsfoto's beïnvloeden. Ook de persoonlijke instelling en de specifieke kennis van de fotoredacteur spelen een rol, alsmede context-gerelateerde invloeden als redactionele richtlijnen en sociale voorwaarden – hoe breed deze laatste definitie ook mag zijn. (Zie afbeelding rechts, Rössler et al., 2011, p. 428).

Ook beelden zélf kunnen in meer of mindere mate nieuwswaardig zijn, wanneer het **perspectief van de nieuwstekst** wordt ingenomen. In dat geval gaat het om de verschillende manieren waarop nieuwswaardigheid verbeeld wordt, en welke beeldelementen daarbij een rol spelen. Craig (1994) deed onderzoek naar reeds gepubliceerde persfoto's, waarmee hij het perspectief van de nieuwstekst aannam. De nieuwswaarden die hij onderscheidde waren *referentie aan elitepersonen*, *compositie*, *personalisatie*, *negativiteit* en *conflict/dramatisering*. (1994, p. 198).

Een gebeurtenis kan volgens Golding en Elliott ook in het nieuws komen vanwege de kwaliteiten van het bijgeleverde beeld. (1979, p. 116). Bednarek en Caple spreken van *esthetische kwaliteiten* van beeld, die bij zouden kunnen bijdragen aan de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis. Hierbij is niet zozeer de illustratieve kwaliteit van het beeld doorslaggevend, maar het simpele feit dat het een mooie, geslaagde foto is. (Bednarek en Caple 2012a, p. 61). Rössler et al. spreken van de nieuwswaarde *execution and technique*, waarmee ze verwijzen naar aspecten als kleur, contrast, licht, onverwachte perspectieven en dramatische kracht. Deze aspecten zouden als handvaten kunnen dienen om de fotografische kwaliteit van beelden te bepalen. (Rössler et al., 2011, p. 418).

2.3.3 De visuele nieuwswaarden in deze scriptie

Zoals eerder gesteld, worden er in deze scriptie enkel nieuwswaarden opgenomen, en dus geen criteria als *news writing objectives* of *news cycle/market factors*. Daarnaast gaat het enkel om nieuwswaarden die zich ervoor lenen om door middel van tekst en/of beeld geconstrueerd te worden. *Fotografeerbaarheid* wordt daarom bijvoorbeeld niet meegenomen in deze scriptie; deze nieuwswaarde is niet waarneembaar vanuit het

perspectief van de nieuwstekst. De meeste nieuwswaarden van Craig (1994) overlappen met die van Bednarek en Caple (2012a): *referentie aan elitepersonen, compositie, personalisatie, negativiteit en conflict/dramatisering*. Met daarbij de opmerking dat *referentie aan elitepersonen* bij Bednarek en Caple onder het kopje *prominentie* valt, en *compositie* te interpreteren is als een van de *esthetische kwaliteiten* waar zij op wijzen.

In deze scriptie zullen daarom de volgende visuele nieuwswaarden in beschouwing worden genomen: *negativiteit, positiviteit, actualiteit, culturele en geografische nabijheid, prominentie* (onder te verdelen in *prominente landen, prominente organisaties, machtselite en beroemdheden*), *consonantie, impact, nieuwigheid, overtreffende trap, personalisatie en visuele aantrekkelijkheid*. Zie Bijlage 2 voor een uitgebreide toelichting op deze nieuwswaarden.

2.3.4 De combinatie van tekst en beeld

In deze scriptie wordt zowel tekst als beeld betrokken, maar vooral ook de combinatie daarvan. Beeldtaal bestaat uit meer dan alleen visuele elementen. Een bijschrift kan de betekenis van een foto compleet doen veranderen: op de foto hieronder lijkt Gerrit Zalm – CEO van ABN-AMRO – het bijvoorbeeld goed naar zijn zin te hebben, terwijl hij zich ergens in de buitenlucht bevindt, met een paar boten op de achtergrond. Anders wordt het wanneer deze foto wordt geplaatst boven een opiniestuk van cabaretière Soundos El Ahmadi in de Volkskrant, getiteld “Ik heb jullie rug, beste bankiers” (El Ahmadi, 2015). Dan krijgt de foto een ironische lading: Zalm lijkt de desbetreffende bankiers toe te lachen, terwijl er maar weinig mensen zijn die weten waar die lach daadwerkelijk vandaan kwam. Tekst beïnvloedt dus beeld, maar andersom kan in principe hetzelfde gebeuren: had er boven datzelfde opiniestuk een foto van een bloedserieuze Gerrit Zalm gestaan, dan was de ironie een stuk minder duidelijk geweest.

Nieuwsfoto's (Brantner, Lobinger & Wetzstein, 2011; Garcia & Stark 1991), maar ook headlines (Quinn & Stark Adam, 2008) zijn binnen een nieuwsbericht de meest opvallende elementen, dankbare middelen dus om duidelijk te maken dat het om een nieuwswaardig verhaal gaat.



Foto: ANP

3 Het model van Bednarek en Caple

De door Bednarek en Caple voorgestelde onderzoeksmethode heeft voornamelijk betrekking op 'hard nieuws,' waaronder vooral belangrijke kwesties en actuele ontwikkelingen vallen (zoals nieuws over politiek of economie), in tegenstelling tot 'zacht nieuws,' dat ook nog wel eens de functie kan hebben om te vermaken (zoals human interest verhalen of infotainment). Of, zoals Tuchman stelt: hard nieuws is informatie met veel nieuwswaarde. (1973, p. 113).

Het model van Bednarek en Caple dient ertoe om het discours van nieuwswaardigheid te onderzoeken – het is dus een middel om een discoursanalyse mee uit te voeren. Daarom wordt in de eerste paragraaf van dit hoofdstuk stilgestaan bij discoursanalyse, en hoe het model zich daartoe verhoudt.

Vervolgens wordt ingegaan op het model zelf, dat zoals gezegd bestaat uit een tekst- en een beeldanalyse. De tekstanalyse vindt plaats door de kop en de lead te onderzoeken aan de hand van *linguïstische hulpmiddelen* – taalfiguren die als middel kunnen fungeren om nieuwswaardigheid te construeren. De visuele equivalenten hiervan heten *fotografische hulpmiddelen*. Om na te gaan welke hulpmiddelen een rol spelen in de manier waarop het nieuwsdiscours wordt geconstrueerd, is het eerst zaak om in kaart te brengen wat er precies onder deze hulpmiddelen wordt verstaan. Daarom volgt na de paragraaf over discoursanalyse een opsomming van ten eerste de linguïstische hulpmiddelen, en ten tweede van de fotografische hulpmiddelen die Bednarek en Caple hebben opgesteld. (2012a).

3.1 Een model voor discoursanalyse

Het discours – ook wel 'vertoog' genoemd in het Nederlands – werd ooit door de Franse psychoanalyticus Jacques Lacan gebruikt om grip te krijgen op het onderbewuste van de mens. De term verwees naar het feit dat de belevingswereld van mensen kan worden achterhaald door te kijken naar hun taalgebruik; het discours kan in die zin worden opgevat als een geconstrueerde representatie van de werkelijkheid. De manier waarop iemand spreekt, zegt iets over de wijze waarop hij of zij de wereld beschouwt. (Lacan, 1991/2007).

Het begrip werd in de loop der jaren verder uitgewerkt, voornamelijk door de Franse filosoof Michel Foucault. Het discours, zo stelde Foucault, is een verschijnsel dat kan laten zien hoe machtsverhoudingen in elkaar zitten – de regels die bepalen waarover gesproken kan worden en waarover niet, bepalen tegelijkertijd de kennis waarover mensen wel of niet beschikken. (Foucault, 1972, p. 53-72).

Discoursanalyse is de overkoepelende benaming voor de manieren waarop het een discours kan worden onderzocht. Het heeft raakvlakken met diverse wetenschappelijke disciplines, uiteenlopend van taalkunde en antropologie tot semiotiek en sociologie. Met discoursanalyse kan worden achterhaald wat er gerepresenteerd wordt als waarheid of als norm en hoe deze representatie vorm heeft gekregen.

De methode op te vatten als een vorm van de inhoudsanalyse, waarbij gekeken wordt naar de inhoud van mediateksten – daaronder valt niet alleen geschreven of gesproken tekst, maar ook bijvoorbeeld stilstaand en bewegend beeld. De inhoudsanalyse is onder te verdelen in twee hoofdsorten: de kwalitatieve en de kwantitatieve inhoudsanalyse. Bij de kwantitatieve inhoudsanalyse gaat het om aantallen en numerieke verhoudingen – het 'hoeveel' – heeft de kwalitatieve

inhoudsanalyse betrekking op verkennend onderzoek, en het doel om eigenschappen in kaart te brengen en betekenis toe te kennen aan bepaalde patronen (Koetsenruijter & Van Hout, 2014, p. 166). Hier draait het eerder om vraagwoorden als 'wat,' 'hoe' en 'waarom.' Ook het proces dat aan het onderzoek ten grondslag ligt verschilt: waar kwantitatief onderzoek een lineaire werkwijze behelst waarbij verschillende stappen in een logische manier achter elkaar plaatsvinden, worden deze stappen bij kwalitatief onderzoek herhaaldelijk uitgevoerd. Het uitvoeren van kwalitatief onderzoek is zogenoemd te typeren als een cyclisch of iteratief proces (Koetsenruijter & Van Hout, 2014, p. 177).

Het specifieke kernmerk waarmee de discoursanalyse zich onderscheidt van andere tekstuele analyses, is dat de tekst er niet wordt opgevat als simpelweg een kanaal waarmee informatie wordt overgedragen, maar ook zelf een werkelijkheid vormt en benaderd moet worden als een sociale uiting. De belangrijkste implicaties van de discoursanalyse zijn volgens Van den Berg (2004, p. 30-31):

- Taalgebruik wordt vooral opgevat als constructie van een werkelijkheid en niet als een weerspiegeling of expressie daarvan. Discoursanalyse is onderzoek naar de manier waarop meningen en werkelijkheden tot stand zijn gekomen.
- Taalgedrag bestaat niet alleen uit de uitdrukking van intenties en bedoelingen van de taalgebruiker. Taalhandelingen produceren betekenissen – dus een werkelijkheid – waarvan de gebruikers zich lang niet altijd bewust zijn. (...) Daarbij miskennen zij dat die 'vorm' zelf – het taalgebruik – niet neutraal is en allerlei betekenissen herbergt die door hen meestal niet meer als zodanig worden herkend.
- Taalhandelingen kunnen – net als andere sociale handelingen – bedoeld of onbedoeld verstrekkende gevolgen hebben. Bij bedoelde gevolgen gaat het om taalhandelingen waarmee men een bepaald effect wil bereiken: de verteller probeert de ander te overtuigen of zichzelf zo goed mogelijk te presenteren. (...) Maar er zijn ook onbedoelde effecten: door middel van taal worden betekenissen geconstrueerd die een eigen leven kunnen gaan leiden met alle gevolgen van dien.
- Taalgedrag is contextafhankelijk. Wat mensen vertellen, kan sterk variëren naar gelang de sociale situatie. Sociale regels spelen daarbij een belangrijke rol, want evenals andere sociale handelingen wordt taalgedrag gereguleerd door sociale regels. (...) Er zijn sociale regels voor wie wat wanneer en waar mag zeggen en er zijn regels voor hoe iets gezegd behoort te worden, en ook het hoe is tijd-, plaats- en positiegebonden.

Jørgensen en Phillips definiëren het begrip discours als 'bepaalde manier om (aspecten van) de wereld te begrijpen en erover te praten.' (2002, p. 2). Het discours van een bepaald onderwerp wordt volgens Jørgensen en Phillips geconstrueerd door de manier waarop mensen over dit onderwerpen praten of bijvoorbeeld schrijven. De betekenis van een onderwerp krijgt zogenoemd gestalte door de wijze waarover er gepraat of geschreven wordt – of de manier waarop het in beeld wordt gebracht.

De 'betekenis' van een onderwerp heeft bij deze scriptie betrekking op de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis. Het is de discoursanalyse die het volgens Bednarek en Caple mogelijk maakt om te onderzoeken wat verschillende nieuwsmidia onder nieuwswaardigheid verstaan. Of met andere woorden: om na te gaan hoe het *discours van nieuwswaardigheid* door de gehanteerde betekenisdragers – taal en beeld – wordt *geconstrueerd*. (Bednarek & Caple, 2012a, p. 205).

De discoursanalyse is volgens Jørgensen en Phillips een van de meest toegepaste benaderingen binnen het sociaal constructivisme – “an umbrella term for a range of new theories about culture and society.” (2002, p. 4). Burr vatte deze term samen aan de hand van de volgende stellingen (1995, p. 2-5, geciteerd in Jørgensen en Phillips, 2002, p. 5), waarmee ze voortbouwt op Gergen (1985):

- Menselijke kennis staat niet gelijk aan de objectieve werkelijkheid. Met het waarnemen van de wereld, categoriseert men deze wereld naar zijn eigen maatstaven.
- De manier waarop we naar de wereld kijken is historisch en cultureel bepaald, en is een product van de tijd waarin we leven.
- De manier waarop men de wereld begrijpt, wordt bepaald en onderhouden door sociale processen; kennis wordt gecreëerd door sociale interacties, waarin verschillende versies van de waarheid bepalen wat tot de werkelijkheid behoort en wat niet.
- Verschillende aannames over de werkelijkheid leiden tot verschillende sociale acties.

Deze premisses hebben hun wortels in het poststructuralisme, wat weer gezien kan worden als een voortvloeisel van het structuralisme. Binnen het structuralisme wordt er vanuit gegaan dat de realiteit altijd wordt waargenomen via een bepaalde taal. Een van de meest geciteerde theoretici van het structuralisme is De Saussure. Hij stelt dat een teken bestaat uit twee delen; vorm (signifiant) en inhoud (signifié), en dat deze zich arbitrair ten opzichte van elkaar verhouden. De betekenis van een teken wordt volgens De Saussure bepaald door haar relatie met andere tekens; een teken krijgt waarde vanuit haar onderscheiding van andere tekens. Het woord ‘hond’ verschilt bijvoorbeeld van het woord ‘kat,’ en maakt ondertussen deel uit van een netwerk of structuur van andere woorden waarvan het verschilt, en juist uit door dat onderscheid krijgt het zijn eigen betekenis. (De Saussure, 1960). Ook maakt De Saussure het onderscheid tussen twee taalniveaus; *langue* en *parole*. *Langue* is hierbij de taalstructuur, het netwerk van tekens, en *Parole* is de concrete uiting van het taalsysteem, het teken dat door mensen wordt gebruikt om zich te uiten. (De Saussure, 1960).

Het poststructuralisme heeft met het structuralisme het idee gemeen dat tekens hun betekenis niet zozeer krijgen door hun verband met de werkelijkheid, maar door hun connectie met het netwerk van andere tekens waartoe zij behoren. Een verschil is daarentegen dat er binnen het structuralisme wordt uitgegaan van een stabiele, onveranderlijke structuur van tekens, terwijl binnen het poststructuralisme de gedachte heerst dat de onderlinge relatie tussen tekens wel degelijk veranderlijk is, en daarmee ook de structuur. (Laclau, 1993, p. 433). Ook het discours is, zo stelt Foucault, “not an ideal, timeless form (...) it is, from beginning to end, historical – a fragment of history (...) posing its own limits, its divisions, its transformations, the specific modes of its temporality.” (1972, p. 117).

In het geval van het discours van nieuwswaardigheid, zou discoursanalyse het doel moeten hebben om inzicht te geven in hoe nieuwsberichten als nieuwswaardig worden geconstrueerd. De wijze waarop nieuwswaardigheid in beeld of geschreven tekst wordt geconstrueerd, zou inzicht kunnen geven in wat de nieuwsmakers als nieuwswaardig beschouwen, en zou daarnaast een weerklank kunnen zijn van het desbetreffende medium, of zelfs de plek waarop en tijd waarin het tot stand is gekomen.

Een goede discoursanalyse – en daarmee dus ook een werkbaar model voor discoursanalyse – zou tot dergelijke inzichten moeten kunnen leiden.

3.2 Het model van Bednarek en Caple: de tekstanalyse

In de volgende twee paragrafen worden de linguïstische en fotografische hulpmiddelen uitgelicht. Maar eerst is er nog aandacht voor enkele kanttekeningen die Bednarek en Caple zelf bij deze hulpmiddelen plaatsen.

Allereerst benadrukken ze dat er geen één-op-één-relatie is tussen deze hulpmiddelen en nieuwswaarden, omdat de meeste hulpmiddelen in principe meerdere nieuwswaarden kunnen construeren: de metafoor ‘een **overstroming** van immigranten’ wijst bijvoorbeeld enerzijds op de nieuwswaarde *overtreffende trap* (omdat het iets zegt over de grote hoeveelheid immigranten), en anderzijds op *consonantie* (omdat het een veelgebruikte metafoor is). (Bednarek en Caple, 2012a, p. 54).

Daarnaast vergt iedere situatie een kritische blik: een directe quote van een individu wijst niet *per definitie* op de aanwezigheid van *personalisatie* – het is bovenal een manier om de eventuele aanwezigheid van een nieuwswaarde te kunnen aantonen. Hetzelfde geldt voor referentie aan tijdsaanduidingen; deze kunnen ook simpelweg het verhaal vormgeven (zoals in ‘tijdens’ of ‘na.’) (Bednarek en Caple, 2012a, p. 54-56).

Ook zijn er bij nieuwsverhalen manieren om aandacht te trekken die weinig tot niets te maken hebben met nieuwswaardigheid. Als voorbeelden noemen Bednarek en Caple woordspelingen, verwijzingen en vragen in de headline. Bovendien zijn er nog andere discourses waar dergelijke hulpmiddelen in verband mee kunnen staan; het opvoeren van getallen (het hulpmiddel *kwantificatie*) kan immers dienen ter illustratie van de nieuwswaardigheid van het desbetreffende nieuwsbericht, maar ook van diens geloofwaardigheid. (Van Dijk, 1988b: 85, 93).

Ten slotte onderstrepen Bednarek en Caple dat nieuwswaarden niet in ieder tekstdeel even veel voorkomen – het ligt voor de hand dat in een introductie meer nieuwswaarden te ontdekken zijn dan in de slotlinea – en dat de systematische analyse die zij voorstellen nog in haar kinderschoenen staat, en dat er daarom vermoedelijk nog meer hulpmiddelen zijn waarmee nieuwswaarden achterhaald kunnen worden. (2012a, p. 55).

Dan nu de linguïstische hulpmiddelen. De tekstanalyse kan in principe betrekking hebben op het hele nieuwsbericht, maar Bednarek en Caple benadrukken dat de meeste signalen van nieuwswaardigheid in de kop en de lead zitten, en dat de analyse dan ook vooral betrekking moet hebben op deze tekstdelen. (2012b, p. 108). De kop en de lead hebben volgens hen de volgende functies (2012a, p. 96):

- Het inleiden van de gebeurtenis;
- het kort samenvatten van het nieuwsverhaal;
- het benadrukken van de nieuwswaardigheid;
- het aantrekken van de lezers.

Ook de *pull quote* – een uitvergroot citaat dat op meerdere plaatsen in de tekst kan opduiken – kan overigens de functie hebben om zoals Gibson et al. stellen de lezer de “smaak van een artikel te laten proeven.” (2001, p. 66). Bednarek en Caple merken tevens op dat kop en de lead de desbetreffende gebeurtenis *framen*; de invalshoek waarmee het verhaal wordt verteld, wordt immers bepaald door de wijze waarop het

wordt ingeleid en geduid. (2012a, p. 100). Dit onderzoek gaat echter vooral om het derde punt: hoe wordt nieuwswaardigheid benadrukt?

De linguïstische hulpmiddelen – het gereedschap waarmee de nieuwswaarden die zich binnen deze tekstdelen bevinden kunnen worden ontdekt – luiden als volgt: *evaluatief taalgebruik, intensivering en kwantificatie, vergelijking, referentie aan emotie, negatief vocabulaire, woordcombinaties, metafoor, als-vergelijking, verhaalstructuur, referentie aan tijd, referentie aan een plaats, werkwoordtijden, referentie aan het land of gemeenschap, eerste person meervoud, rolaanduiding, uitspraken van ‘gewone’ individuen en referentie aan individuen.* (2012a, p. 46-57). De voorbeelden die in het volgende overzicht bij ieder hulpmiddel per nieuwswaarde worden gegeven, zijn de vertaalde voorbeelden van Bednarek en Caple.

Evaluatief taalgebruik

Bij evaluatief taalgebruik gaat het om taalgebruik waarin een onderwerp een bepaalde waarde krijgt toegekend door de auteur en/of een geciteerde, en hier een oordeel in doorschemert (Bednarek en Caple, 2012a, p. 46). Door middel van evaluatief taalgebruik, kan een gebeurtenis ten eerste nadrukkelijk als *negatief* worden weergegeven. Ook kunnen de belangrijke personen, plaatsen of organisaties (*prominentie*) of de *impact* van de gebeurtenis benadrukt worden. Ten slotte kan een gebeurtenis als heel onverwacht of anders worden neergezet (*nieuwigheid*), of juist als iets wat in lijn met verwachtingen. (*consonantie*).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Negativiteit	Verschrikkelijk nieuws, een tragedie
Prominentie	Popster, een beroemde jongen
Impact	Een gedenkwaardige dag
Nieuwigheid	Een hele andere soort ramp
Consonantie	Legendarisch, berucht, bepaalde thema's die veelvuldig in het nieuws voorkomen

Intensivering en kwantificatie

Door te spreken van een grote hoeveelheid, grootte, kracht, tijdsduur of graad, kunnen de nieuwswaarden *overtreffende trap* en *impact* worden geconstrueerd. Hierbij kan de verhoogde trap van een bijvoeglijk naamwoord (zoals 'de meest gewelddadige man' of 'de grootste toren'), maar ook bijwoorden (zoals 'alleen' of 'slechts') worden gebruikt. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 47).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Overtreffende trap	Een gigantische stortvloed, een tragedie van epische proporties
Impact	Er is 100 millimeter water gevallen in slechts 30 minuten, duizenden mensen zitten zonder stroom, het ruisende water vernietigde de stad

Vergelijking

De vergelijking wordt gebruikt om *nieuwigheid* te construeren, waarbij de gebeurtenis in kwestie bijvoorbeeld wordt omschreven als 'de eerste sinds lange tijd.' Ook kan *consonantie* worden geconstrueerd, in het geval dat de gebeurtenis in lijn ligt met andere gebeurtenissen ("yet another personal scandal for former Italian Prime Minister Silvio Berlusconi"). Ten slotte kan er sprake zijn van *overtreffende trap* (of *nieuwigheid*)

wanneer een bepaalde gebeurtenis groter/krachtiger is dan een andere gebeurtenis. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 47).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Nieuwigheid	Ik leef al twintig jaar in Toowoomba en heb nog nooit zoiets meegemaakt
Consonantie	Alweer een persoonlijk schandaal
Overtreffende trap	Deze overstroming doet iedere andere overstroming teniet

Referentie aan emotie

Diverse nieuws waarden kunnen worden geconstrueerd door te refereren aan emotie: *negativiteit* (bij negatieve emoties als ‘verdrietig’ of ‘boos’), *personalisatie* (wanneer de persoon van wie de emotie afkomstig is duidelijk te identificeren is), *impact* (wanneer de emoties zijn veroorzaakt door een specifieke gebeurtenis), *overtreffende trap* (‘sterke’ emoties als ‘wanhopig,’ ‘panisch’ en ‘verschrikt’) en *nieuwigheid* (een emotie als ‘verrast’). (Bednarek en Caple, 2012a, p. 48).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Negativiteit	Radeloos, ongerust, hartbrekend
Impact	Een terreur die hun adem benam
Nieuwigheid	Geschokte inwoners
Personalisatie	“Het was behoorlijk eng ”
Overtreffende trap	Ze waren versteend van angst

Negatief vocabulaire

Het verschil met (negatief) evaluatief taalgebruik is dat ‘negatief vocabulaire’ niet zozeer betrekking heeft op een oordeel; eerder gaat het om woorden die over het algemeen een negatieve bijklank hebben (zoals ‘schade,’ ‘dood’ of ‘lijken’). (Bednarek en Caple, 2012a, p. 48).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Negativiteit	Doden, lijken

Woordcombinaties

Met *woordcombinaties* doelen Bednarek en Caple op het gegeven dat bepaalde woorden herhaaldelijk met elkaar worden gecombineerd of geassocieerd, waarmee stereotypes kunnen ontstaan – en dus de nieuws waarde consonantie. Als voorbeeld geven ze het feit dat het woord ‘Australie’ significant vaak met het woord ‘haai’ wordt gecombineerd op de websites van het Britse *The Times* en het Amerikaanse *USA Today*. (2012a, p. 49). Het hulpmiddel wordt verder in scriptie buiten beschouwing gelaten, omdat het onderzoek betrekking heeft op analyses van betrekkelijk korte teksten.

Nieuws waarde	Voorbeeld
Consonantie	N.v.t.

Metafoor

Wanneer een nieuws bericht voorzien is van een metafoor, spreekt het voor zich dat er gebruik moet worden gemaakt van een beeld waarvan iedere lezer de verwijzing kent. Is dit niet zo, dan is het beeld wellicht wat ongelukkig gekozen, en is dit wél het geval, dan

is er sprake van herkenning. En dus is er volgens Bednarek en Caple sprake van de nieuwswaarde *consonantie*. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 50). Het gaat hier overigens om herkenning met als bekend verondersteld woordgebruik, terwijl de nieuwswaarde *consonantie* normaal gesproken eerder geassocieerd wordt met de herkenning van een gebeurtenis die al eerder (deels) in het nieuws is geweest.

Nieuws waarde	Voorbeeld
Consonantie	Een leger van vrijwilligers, een bruine muur van water
Overtreffende trap	Een overstroming van immigranten

Als-vergelijking

Net als de metafoor, is de als-vergelijking een vorm van beeldspraak. Het grote verschil tussen beide is het gegeven dat de vergelijking tussen het beeld en het verbeelde bij de metafoor niet genoemd wordt, en bij de als-vergelijking wel. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 50).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Overtreffende trap	Queens Park was als een woedende rivier , het was als een gevecht uit de Tweede Wereldoorlog

Verhaalstructuur

Van de nieuwswaarde consonantie kan sprake zijn wanneer een nieuwsbericht nadrukkelijk is gevormd volgens een bekend verhaalsjabloon – dan vindt er immers herkenning plaats. Dat is het geval wanneer personen uit het nieuwsbericht nadrukkelijk worden gebracht als bepaalde archetypes, zoals een protagonist of een antagonist. Als voorbeeld geven Bednarek en Caple (2012a, p. 51) het volgende bericht uit de *Sydney Morning Herald* (2010, p. 1):

Thirsty foreigners soak up scarce water rights

International investors are circling Australia's water market, looking to soak up hundreds of millions of dollars worth of our most precious national resource, with almost no government limit on how much they can buy.

Een abstract onderwerp als waterrechten wordt in dit bericht niet alleen gepersonaliseerd, maar ook in een verhaalvorm gegoten: de Australiërs worden tegenover de 'buitenlanders' geplaatst, die als boosdoeners worden neergezet die profiteren van de Australische waterbron. Bovendien komt er nog een jagersmetafoor aan te pas – de buitenlandse investeerders 'cirkelen' als gieren die hun prooi beloeren. Door dit bericht in een dusdanige verhaalvorm te gieten, wordt het volgens Bednarek en Caple nieuwswaardiger. (2012a, p. 51).

Belangrijk om te benadrukken is dat nieuwsberichten over het algemeen altijd een zekere *verhaallijn* bevatten; het is niet de bedoeling om dat bij ieder nieuwsbericht waarvoor dit enigszins geldt, te benoemen. Waar het bij dit hulpmiddel om gaat, is dat de verschillende actoren binnen het nieuwsverhaal nadrukkelijk als dergelijke archetypes worden neergezet.

Nieuws waarde	Voorbeeld
Consonantie	Zie <i>Sydney Morning Herald</i>

Referentie aan tijd

Er kan sprake zijn van de nieuwswaarde *actualiteit* wanneer er gerefereerd wordt aan een specifiek moment dat het verhaal in kwestie actueel maakt.

Bednarek en Caple noemen dit gereedschap ‘referentie aan tijd,’ maar het is van belang om te benadrukken dat het wel om *relevante* tijdsaanduidingen gaat; van een referentie aan mei 2002 ligt het immers niet voor de hand dat de nieuwswaarde *actualiteit* aanwezig is. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 52).

Nieuswaarde	Voorbeeld
Actualiteit	De minister-president waarschuwde vandaag

Referentie aan een plaats

Wanneer een specifieke plaats wordt aangeduid, kan dit het doel hebben om de *nabijheid* van een nieuwsverhaal te benadrukken. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn op het moment dat de Nederlandse aspecten worden benadrukt van een nieuwsverhaal dat niet uitsluitend op Nederland betrekking heeft, zoals het aantal Nederlandse slachtoffers bij een ramp in een ander werelddeel. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 52).

Nieuswaarde	Voorbeeld
Nabijheid	Brisbane, Canberra , de inwoners van Queensland

Werkwoordtijden

Volgens Bednarek en Caple kan *actualiteit* worden geconstrueerd door simpelweg werkwoorden te benoemen. Ze wijzen (Bednarek en Caple, 2012a, p. 52) daarbij ook op Jaworski et al., die stelden dat het spreken in de toekomstige tijd ertoe kan leiden dat niet alleen de nieuwswaarde van *actualiteit* wordt versterkt, maar ook onderwerpen op de nieuwsagenda kan zetten (2004, p. 64.)

Nieuswaarde	Voorbeeld
Actualiteit	Redders hebben geprobeerd om overlevenden te vinden, het is een tragedie, wordt vervolgd , inwoners hebben de gruwelijke momenten omschreven

Referentie aan een land of gemeenschap

Nabijheid kan tevens plaatsvinden wanneer een persoon wordt genoemd die onlosmakelijk verbonden is aan een bepaald land (zoals premier Mark Rutte met Nederland), maar ook wanneer wordt verwezen naar de ‘lokale bevolking.’ (2012a, p. 52).

Nieuswaarde	Voorbeeld
Nabijheid	Het zal ons uitdagen als samenleving , de minister-president waarschuwt de natie dat het moet vrezen voor meer doden

Eerste persoon meervoud

Het stijlfiguur ‘eerste persoon meervoud’ kan de functie hebben om de aanwezigheid van zowel *culturele* als *geografische nabijheid* zichtbaar te maken, zolang de desbetreffende term (zoals ‘we’ of ‘ons’) ook het beoogde lezerspubliek impliceert. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 52).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Nabijheid	Het breekt onze harten op het moment, maar we leggen ons nergens bij neer

Rolaanduiding

Het benoemen van een specifieke functie van een bekend persoon, kan als reden hebben dat het nieuwsverhaal hierdoor nieuwswaardiger wordt. Oftewel, dat de nieuwswaarde *prominentie* wordt geconstrueerd. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 52).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Prominentie	De minister-president, Queensland-premier Anna Bligh, Professor Roger Stone

Uitspraken van 'gewone' individuen

Dikwijls worden nieuwsverhalen *gepersonaliseerd*. Een complex verhaal kan in sommige gevallen immers beter worden begrepen wanneer het wordt verteld aan de hand van een betrokken persoon; dan heeft de lezer een aanknopingspunt waarmee het zich kan identificeren, en kan er een belang ontstaan om het nieuwsbericht te lezen. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 53).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Personalisatie	"Ik werd bijna door de wervelwind meegetrokken"

Referentie aan individuen

Ook alleen al het benoemen van de naam van een specifiek, (onbekend) persoon, kan de aanwezigheid van de nieuwswaarde *personalisatie* verraden. Dit kan tevens plaatsvinden wanneer de titel of sociale kenmerken (leeftijd, geslacht, afkomst) worden benoemd. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 53).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Personalisatie	Panel-beater Colin McNamara

Referentie aan effecten of impact op individuen, entiteiten etc.

Wanneer er gerefereerd wordt aan de gevolgen die een gebeurtenis heeft voor (groepen) mensen of andere entiteiten, is er in veel gevallen sprake van de nieuwswaarde *impact*. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 56).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Impact	Vergane gezinnen en hun fortuinen , het dorp raakte overspoeld en liet vernielingen achter

3.3 Het model van Bednarek en Caple: de beeldanalyse

Het tweede deel van de analysemethode om het nieuwsdiscours te doorgronden, bestaat uit de beeldanalyse. Daarvoor zijn fotografische hulpmiddelen nodig – middelen die het *visuele* nieuwsdiscours construeren.

Bednarek en Caple benadrukken dat er twee belangrijke zaken zijn waarop gelet dient te worden bij een analyse van nieuwswaarden in beeld: enerzijds de *contextualisering van de beeldparticipanten* – wát of wie is er te zien? – en anderzijds de

technische aspecten – hóe is het beeld gecreëerd? – waarbij het gaat om zaken als scherpte, belichting, en compositie. Oftewel, de denotatieve (contextualisering) en connotatieve (technische aspecten) aspecten van beeld. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 58).

Hieronder volgt het overzicht van fotografische hulpmiddelen die Bednarek en Caple van elkaar onderscheiden: *evaluatieve elementen, intensivering, vergelijking, referentie aan emoties, negatieve elementen, referentie aan tijd, referentie aan een plaats, rolaanduiding, referentie aan individuen, esthetische elementen*. (2012a, p. 57-63). De voorbeelden van Bednarek en Caple hebben voornamelijk op inhoudelijke hulpmiddelen, maar in sommige gevallen ook op vormelijke aspecten.

Evaluatieve elementen

Bij het linguïstische hulpmiddel 'evaluatief taalgebruik,' wordt de waarde van een bepaalde zaak of persoon geëxpliciteerd door de auteur. Bij beeld is het lastiger om een dergelijk oordeel te laten doorschemeren; wel kunnen bepaalde vormkeuzes een lading toekennen aan het betreffende, gefotografeerde object. Bednarek en Caple geven als voorbeeld dat een laag camerastandpunt een tafereel of persoon imposant kan doen overkomen, met als mogelijk effect dat er sprake is van de nieuwswaarde *prominentie*. Een hoog standpunt kan daarentegen iets of iemand als nietig of kwetsbaar doen overkomen, wat weer wijst op de nieuwswaarde *negativiteit*. (Bednarek en Caple 2012a, p. 58)

Wat *inhoudelijke* aspecten betreft, kan er volgens Bednarek en Caple eveneens een bepaalde waarde worden toegekend aan een zaak of persoon, met als gevolg dat de nieuwswaarde *negativiteit* kan worden geconstrueerd. (Bednarek en Caple 2012a, p. 58).

Evaluatieve elementen	
Nieuwswaarde	Voorbeeld
Negativiteit	Een visuele uiting van negativiteit
Negativiteit	Een hoog camerastandpunt
Prominentie	Een laag camerastandpunt

Intensivering

Intensivering kan wijzen op de aanwezigheid van *overtreffende trap* wanneer bepaalde beeldelementen herhaaldelijk in het beeldkader terugkomen – zoals wanneer niet zozeer een individuele soldaat, maar een hele linie gewapende soldaten het beeld beslaan. Ook de nieuwswaarde *impact* kan geconstrueerd worden, wanneer het gaat om een serie van entiteiten die beschadigd zijn door een bepaalde gebeurtenis, zoals meerdere vernietigde auto's die het slachtoffer zijn van een vernietigende orkaan. (Bednarek en Caple 2012a, p. 59).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Overtreffende trap	Een linie gewapende soldaten
Impact	Meerdere vernietigde auto's naast elkaar

Vergelijking

Bij vergelijking gaat het, in tegenstelling tot bij intensivering, over een opeenvolging van meerdere beeldelementen die om een bepaalde reden van elkaar verschillen, zoals bijvoorbeeld in grootte. Het gaat hier immers om de manier waarop deze elementen zich

ten opzichte van elkaar verhouden, en niet om het benadrukken van een groot aantal. (Bednarek en Caple 2012a, p. 59).

De onderlinge relatie tussen deze beeldelementen kan volgens Bednarek en Caple worden beïnvloed door het gekozen perspectief en lenswijdte. Dit is het geval wanneer één beeldelement vanwege dergelijke vormkeuzes groter (of juist kleiner) in beeld is door een of meerdere, andere beeldelementen, die deel uitmaken van een bepaalde reeks. Daarmee kan de nieuwswaarde *overtreffende trap* worden versterkt. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 59). Bij *intensivering* doen dergelijke vormkeuzes er minder toe; het gaat daar immers om het feit dát er sprake is van een serie beeldelementen, en niet zozeer de manier waarop deze zich ten opzichte van elkaar verhouden. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 59).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Overtreffende trap	De grootste (een basketballer) en de kleinste (een atleet) deelnemer aan de Australian Commonwealth Games, naast elkaar gefotografeerd

Referentie aan emoties

Uit referentie naar emoties kunnen veel verschillende nieuwswaarden blijken: *overtreffende trap*, *impact*, *negativiteit*, *nieuwigheid* en *personalisatie*. De eerste hiervan kan volgens Bednarek en Caple bovendien worden versterkt door keuzes in compositie – dat kan bijvoorbeeld het geval zijn wanneer één demonstrant een klein deel van het beeld inneemt, en de rest van het kader wordt gevuld door de mobiele eenheid. (Bednarek en Caple 2012a, p. 59)

Nieuws waarde	Voorbeeld
Overtreffende trap	Een gezichtsuitdrukking waar een sterke emotionele reactie uit blijkt.
Impact	Een gezichtsuitdrukking die het gevolg is van een bepaalde gebeurtenis
Negativiteit	Een negatieve gezichtsuitdrukking zoals verdrietig of boos
Nieuwigheid	Een verbaasde of geschokte gezichtsuitdrukking.
Personalisatie	Een gezichtsuitdrukking die afkomstig is van één of een klein aantal personen.

Negatieve elementen

De aanwezigheid van negatieve elementen kan betrekking hebben op ‘negatieve gebeurtenissen’ als ongelukken of oorlogen, wat de nieuwswaarde *negativiteit* impliceert. De gevolgen van dergelijke gebeurtenissen – een auto die total loss is, de schade die een oorlog heeft aangericht – wijzen op hun beurt op *impact*. In veel gevallen zijn beiden met elkaar gecombineerd. (Bednarek en Caple 2012a, p. 60).

Nieuws waarde	Voorbeeld
Negativiteit	Een ongeluk, oorlog of ramp
Impact	De schade van een ongeluk, oorlog of ramp

Referentie aan tijd

Tijdsaanduiding laat zich niet gemakkelijk visualiseren, maar aan de aanwezigheid van sneeuw of een druk bezocht strand geeft tenminste een indicatie van het seizoen waarin de gebeurtenis zich plaatsvindt. (Bednarek en Caple 2012a, p. 60).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Actualiteit	Sneeuw, strand

Referentie aan een plaats

Een foto van een plaats die als (cultureel) herkenbaar geldt, zoals de Tweede Kamer in Den Haag, kan wijzen op de nieuwswaarde *nabijheid* en *consonantie*. (Bednarek en Caple 2012a, p. 60).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Culturele/geografische nabijheid	De Tweede Kamer in Den Haag of de Dam in Amsterdam
Consonantie	Idem

Rolaanduiding

Uit een rolaanduiding kan de nieuwswaarde *prominentie* blijken. De ene functie is overigens makkelijker in beeld te brengen dan de ander – een academicus verschilt qua uiterlijk minder van een politiewoordvoerder dan van een voetballer in zijn tenue. De aanduiding is volgens Bednarek en Caple dan ook sterker wanneer de functie in kwestie binnen zijn of haar eigen context in beeld is gebracht; dit is bijvoorbeeld het geval wanneer een politiewoordvoerder vlak voor een politiebureau wordt gefotografeerd. (Bednarek en Caple 2012a, p. 61).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Prominentie	Een politicus, een acteur

Referentie aan individuen

Belangrijk om op te merken bij referentie naar individuen is dat het hier niet gaat om afbeeldingen van bekende personen – daar gaat het immers om de nieuwswaarde *prominentie*. De nieuwswaarde waarvan in dit geval sprake is, is *personalisatie*; het gaat om het gegeven dat een individueel persoon wordt gebruikt om een groter geheel mee te illustreren. (Bednarek en Caple 2012a, p. 61).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Personalisatie	Een individu dat symbool staat voor een grotere gebeurtenis

Esthetische elementen

Een nieuwswaarde die Bednarek en Caple enkel toeschrijven aan beeld, maar niet aan tekst, is *esthetiek*. Een “gebalanceerde en esthetisch bevredigende” foto zou kunnen bijdragen aan de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis, puur vanwege haar schoonheid. Hiervan is des te eerder sprake als een foto niet zozeer alleen gepubliceerd lijkt omdat het een bepaald nieuwsartikel illustreert, maar vooral omdat het een mooie, geslaagde foto is. Waarbij het verhaal in dienst staat van de foto, en niet andersom. (Bednarek en Caple 2012a, p. 61).

Nieuwswaarde	Voorbeeld
Esthetiek	Een “gebalanceerde en esthetisch bevredigende” foto

Vormelijke aspecten

Naast inhoudelijke beeldelementen, kunnen ook de vormelijke basiselementen van beeld eveneens bepaalde nieuwswaarden construeren – of vooral: de werking van de fotografische hulpmiddelen versterken. Daarom volgt hier een overzicht van verschillende, *vormelijke* fotografische hulpmiddelen, en welke nieuwswaarden hiermee in verband kunnen staan. In hun methodeomschrijving wijzen Bednarek en Caple op enkele vormelijke aspecten – zoals bij *evaluatieve elementen*: een laag cameraperspectief kan een persoon imposant doen overkomen, en dus als *prominent* (2012a, p. 59) – maar voor de volledigheid worden er in dit overzicht ook geput uit andere bronnen.

Compositie

Door middel van compositie kan de aandacht naar bepaalde beeldelementen worden getrokken. Dat kan het geval zijn wanneer een of meerdere beeldelementen nadrukkelijk op de voorgrond zijn geplaatst, maar ook wanneer bepaalde kijkrichtingen zijn ontstaan.

Volgens een wet uit de Gestalttheorie – de stroming die de perceptie van virtuele communicatie tracht te verklaren – heeft ieder beeld een bepaald punt nodig waar de aandacht naartoe wordt getrokken; een punt dat de functie kan hebben om een bepaalde boodschap duidelijk te maken. (Todorovic, 2007). Wat kijkrichtingen betreft kan worden verwezen naar de term *vectoren*: kijkrichtingen die het gevolg zijn van de vorm en de rangschikking van visuele elementen. (Kress en Van Leeuwen, 1996). Dit kan tot uiting komen door middel van lijnen en pijlen, maar ook door contrasten met **licht**, **kleur** of **scherpte**: een licht in een donkere omgeving, scherpte in een vervaagde omgeving en een opvallende kleur in een onopvallend gekleurde omgeving.

Vectoren kunnen eenzijdig, tweezijdig en onzijdig zijn. Van eenzijdig is sprake wanneer het vertrekpunt – de zogeheten actor – en het eindpunt wordt verbonden door een lijn die één richting aanhoudt. Bij een tweezijdige vector geldt deze richting aan beide kanten – zoals bij twee personen die elkaar aankijken – en bij de onzijdige vector is het eindpunt buiten beeld. (Kress en Van Leeuwen, 1996).

Bepaalde effecten kunnen er ook toe leiden dat er binnen het beeld een vorm van beweging wordt gesuggereerd: door de focus op de achtergrond te houden en een persoon langs te laten lopen, door de **sluiter tijd** te verlengen, maar ook door de camera mee te laten bewegen.

Dit alles kan het gevolg hebben dat bijvoorbeeld een specifiek persoon extra aandacht krijgt; gaat dit om een persoon die te zien is vanwege zijn of haar bekendheid, dan kan hiermee de nieuwswaarde *prominentie* worden versterkt, en gaat het juist om een onbekend persoon, dan geldt hetzelfde voor de nieuwswaarde *personalisatie*. Relevante vragen om – tijdens een onderzoek naar nieuwswaarden in beeld – bij iedere nieuwsfoto te stellen, zijn dan ook de volgende: wordt de aandacht naar een specifiek punt geleid? Door welke vormelijke aspecten komt dat?

Perspectief

Zoals gezegd benadrukten Bednarek en Caple bij het hulpmiddel *evaluatieve elementen* dat het gehanteerde perspectief gevolgen kan hebben voor de manier waarop er tegen een bepaald beeldelement wordt aangekeken: een laag camerastandpunt kan

bijvoorbeeld een tafereel of persoon imposant kan doen overkomen, met als mogelijk effect dat er sprake is van de nieuwswaarde *prominentie*. Een hoog standpunt kan daarentegen iets of iemand als nietig of kwetsbaar doen overkomen, wat weer wijst op de nieuwswaarde *negativiteit*. (Bednarek en Caple 2012a, p. 58)

Keuzes in perspectief (maar ook in **lenswijdte**) kunnen volgens Bednarek en Caple invloed hebben op de grootte van de beeldelementen, en daarmee hun onderlinge verband in geval van een *vergelijking*. En daarmee de mate waarin er sprake is van de nieuwswaarde *overtreffende trap* (2012a, p. 59). Bij *intensivering* doet vorm er minder toe; het gaat immers om het feit dát er sprake is van een serie beeldelementen, en niet zozeer de manier waarop deze zich qua compositie, invalshoek, licht of kleur verhouden. (Bednarek en Caple, 2012a, p. 59).

Afstand

Naast het gekozen perspectief, kan ook de afstand tussen de fotograaf en het gefotografeerde object in kwestie invloed hebben op de manier waarop beeldelementen vorm krijgen – en dus op de mate waarin bepaalde nieuwswaarden kunnen worden versterkt. Daar kan bijvoorbeeld sprake van zijn bij het hulpmiddel *referentie aan emoties*; de nieuwswaarden die hierdoor geconstrueerd kunnen – *overtreffende trap*, *impact*, *negativiteit*, *nieuwigheid* en *personalisatie* – kunnen sterker worden naarmate de persoon van wie de emoties afkomstig zijn, dichter in beeld staan. Wanneer er op de achtergrond een huilend jongetje bevindt, is de nieuwswaarde immers minder overtuigend dan wanneer het om een close-up gaat; de **afstand** speelt zogenoemd een cruciale rol.

Deze afstanden kunnen gedefinieerd worden aan de hand van de verschillende camera-afstanden van de fotograaf ten opzichte van de gefotografeerde persoon die Hall (1966) van elkaar onderscheidde:

- *Public* (de gehele gestalte)
- *Intimate* (alleen het hoofd)
- *Close personal* (het hoofd en de schouders)
- *Far personal* (het hoofd tot en met de heup)
- *Close social* (het hoofd tot de knie)
- *Far social* (de gehele gestalte, maar vanuit een perspectief dat deze gestalte vertekent; bijvoorbeeld wanneer de benen door een hoog perspectief in verhouding te klein lijken)

Licht

Naast het vermogen om bepaalde beeldelementen letterlijk uit te lichten (zie **Diversen**), kan licht tevens een *evaluatieve* functie bekleden; iemand die wordt afgebeeld in de duisternis brengt een andere (negatievere) lading met zich mee dan iemand met bijvoorbeeld een lichte achtergrond. Mogelijke nieuwswaarden die hiermee kunnen worden benadrukt zijn *negativiteit* en *positiviteit*.

Kleur

De betekenis van kleur is niet alleen cultuurafhankelijk, maar ook contextafhankelijk. Rood kan staan voor woede, maar ook voor het socialisme. Met 'blauw op straat' wordt altijd gerefereerd aan de politie, terwijl blauw ook het symbool is voor water.

Voornamelijk sterke kleurcontrasten zijn uitstekende middelen om de aandacht naar bepaalde punten in het beeld te verleggen, maar om universele betekenissen toe te

kennen aan verschillende kleuren is wat problematisch. En dus is de status van kleur als fotografisch hulpmiddel in deze tekst dat ook: het toekennen van een betekenis is weliswaar mogelijk, maar wel met in achtname van de context van het verdere bericht.

Compositie, kleur, licht en scherpte	
Nieuws waarde	Voorbeeld
Prominentie	-Wanneer een prominent persoon wordt uitgelicht; -Wanneer een prominent persoon op de voorgrond of in het middelpunt staat; -Wanneer een prominent persoon opvalt dankzij contrasterend kleurgebruik; -Wanneer een prominent persoon opvalt door nadrukkelijk scherper te zijn weergegeven andere beeldelementen
Personalisatie	-Wanneer een onbekend persoon wordt uitgelicht; -Wanneer een onbekend persoon op de voorgrond of in het middelpunt staat; -Wanneer een onbekend persoon opvalt dankzij contrasterend kleurgebruik; -Wanneer een onbekend persoon opvalt door nadrukkelijk scherper te zijn weergegeven andere beeldelementen
Negativiteit	-Wanneer een negatief element wordt uitgelicht; -Wanneer een negatief element op de voorgrond of in het middelpunt staat; -Wanneer een negatief element opvalt dankzij contrasterend kleurgebruik; -Wanneer een negatief element opvalt door nadrukkelijk scherper te zijn weergegeven andere beeldelementen
Positiviteit	-Wanneer een positief element wordt uitgelicht; -Wanneer een positief element op de voorgrond of in het middelpunt staat; -Wanneer een positief element opvalt dankzij contrasterend kleurgebruik; -Wanneer een positief element opvalt door nadrukkelijk scherper te zijn weergegeven andere beeldelementen
Overtreffende trap	Wanneer een beeldelement een groot verschil vertoont met een ander beeldelement

Afstand	
Overtreffende trap	Wanneer een gezichtsuitdrukking waaruit een sterke emotionele reactie blijkt wordt versterkt wegens een kleine afstand
Impact	Wanneer een gezichtsuitdrukking die het gevolg is van een bepaalde gebeurtenis wordt versterkt wegens een kleine afstand
Negativiteit	Wanneer een negatieve gezichtsuitdrukking zoals verdrietig of boos wordt versterkt wegens een kleine afstand Of: wanneer de afstand het gevolg heeft dat er weinig affectie mogelijk is met de afgebeelde elementen (personen)
Nieuwigheid	Wanneer verbaasde of geschokte gezichtsuitdrukking wordt versterkt wegens een kleine afstand

Personalisatie	Wanneer een gezichtsuitdrukking die afkomstig is van één of een klein aantal personen wordt versterkt wegens een kleine afstand
----------------	---

Perspectief	
Prominentie	Een laag perspectief, waardoor het persoon in kwestie als belangrijk wordt voorgesteld
Negativiteit	Een hoog perspectief, waardoor het persoon in kwestie als kwetsbaar of machteloos wordt voorgesteld

Licht	
Positiviteit	Wanneer een element nadrukkelijk licht wordt afgebeeld
Negativiteit	Wanneer een element nadrukkelijk donker wordt afgebeeld

4 Methode

Zoals in hoofdstuk 3 al werd uitgelegd, is het model van Bednarek en Caple een instrument om kwalitatief onderzoek te doen, en in het bijzonder een discoursanalyse uit te voeren. In dit hoofdstuk staat vooral centraal hóe dit model wordt toegepast. Allereerst wordt ingegaan op het corpus, en waarom dit bestaat uit Nederlandse online nieuwsberichten over de aanslag op Charlie Hebdo. Vervolgens is er aandacht voor de betrouwbaarheid van dit onderzoek, waarna de concrete stappen van de toepassing van dit model worden geformuleerd, en de criteria aan de hand waarvan het beoordeeld wordt in deze scriptie. Ten slotte wordt nog ingegaan op mogelijke valkuilen en problemen.

4.1 Corpus

Het corpus bestaat zoals gezegd uit de Nederlandse online nieuwsberichten over de aanslag op Charlie Hebdo. Of om nog iets preciezer te zijn: online berichten van *Nu.nl*, *NOS*, *Algemeen Dagblad* en *de Volkskrant* over vier verschillende nieuwsfeiten (cases) met betrekking tot de aanslag op Charlie Hebdo, op 7 januari 2015. In deze paragraaf worden alle onderdelen van het corpus nader verklaard. Waarom *online* berichten, bijvoorbeeld? Waarom deze vier nieuwsfeiten? Waarom überhaupt het thema ‘Charlie Hebdo?’

Online nieuwsberichten

Allereerst de reden achter het feit dat het in deze scriptie gaat om *online* nieuwsberichten. Het model dient ertoe om de combinatie van één hoofdfoto en de bijbehorende kop of lead te onderzoeken, en bij online nieuwsberichten is het zeer gangbaar om één hoofdfoto bij het artikel te plaatsen. Bij nieuwsberichten uit de gedrukte pers is er weliswaar ook vaak sprake van één hoofdfoto, maar bij bijvoorbeeld kleinere nieuwsberichten is dit lang niet altijd zo vanzelfsprekend. En om accurate vergelijkingen te maken, is het wenselijk dat het corpus vergelijkbaar met elkaar is.

Daarnaast gaat het in dit onderzoek nadrukkelijk om stilstaand beeld; het analyseren van bijvoorbeeld een journaal-item in combinatie van de bijbehorende, gesproken tekst zou weer een andere aanpak vereisen.

Charlie Hebdo

Aangezien het model het doel heeft om nieuwswaardigheid te onderzoeken, moeten de onderzochte nieuwsberichten ook over genoeg verschillende nieuwswaarden beschikken – dat levert immers een zo divers mogelijk onderzoeksobject op. Daarom is de berichtgeving over de aanslag op Charlie Hebdo in principe een vruchtbaar corpus – vanuit het Nederlandse perspectief is het een zeer nieuwswaardige gebeurtenis.

De nieuwswaardigheid bestaat uit het volgende: de aanslag bestond uit een meervoudige moord (*impact, negativiteit, overtreffende trap*), is te typeren als een onverwachte gebeurtenis (*nieuwigheid/afwijking*), en vond plaats in het hartje van Europa (*prominentie elite-landen, geografische en culturele nabijheid*). De gebeurtenis werd door velen niet alleen beschouwd als een aanslag op een satirisch weekblad in Frankrijk, maar ook als aanval op de vrijheid van meningsuiting – in het bijzonder op het recht om de spot te drijven met de profeet Mohamed, en in het verlengde daarvan met de gehele Islam. Los van dit thema, sluit deze gebeurtenis eveneens aan op de reeks nieuwsberichten over de radicaliserende Islam, Europese jihadisten en extremistische

moslimgroeperingen als de IS en Al-Qaeda. De aanslag kwam dus aan de ene kant tamelijk uit het niets, maar paste tegelijkertijd naadloos in eerdere mediaberichtgeving over onderwerpen met soortgelijke thema's (*consonantie*) en vond plaats in Parijs, wat zowel geografisch als cultureel gezien een grote *nabijheid* ten opzichte van Nederland vormt. Frankrijk werd dusdanig getroffen dat de reactie van mensen als president François Hollande ertoe deed (*prominentie, elite-individuen*). Mensen gingen de straat op om hun steun te betuigen (*personalisatie en positiviteit*). En niet te vergeten: op het moment zelf was de aanslag natuurlijk actueel (*actualiteit*). Nagenoeg iedere nieuwswaarde is terug te vinden binnen dit thema. Kortom: de berichtgeving over de aanslag leent zich goed voor een analyse naar nieuwswaardigheid.

Vier nieuwsfeiten binnen Charlie Hebdo

'De aanslag op Charlie Hebdo' bestond uit een groot dossier aan nieuwsberichten. Tot dat dossier behoorden niet alleen de laatste ontwikkelingen rondom de klopjacht op de daders, maar ook uit de reacties van uiteenlopende wereldleiders. Deze nieuwsberichten waren ook om verschillende redenen nieuwswaardig – reacties van wereldleiders wijzen vooral op *prominentie*, terwijl de mensen die op straat hun steun betuigen een zekere mate van *personalisatie* en *positiviteit* met zich meebrengen.

De nieuwswaarden die in het vorige kopje aan de aanslag zijn toegeschreven, zijn in feite aan het *dossier* Charlie Hebdo toegeschreven, en niet zozeer aan de feitelijke aanslag zelf. De reden om dit dossier als corpus te gebruiken, is dat het bestaat uit verzameling van nieuwsberichten die om uiteenlopende redenen nieuwswaardig zijn, waardoor ook veel verschillende soorten nieuwswaarden in deze scriptie kunnen worden besproken.

Om daadwerkelijk gebruik te maken van dit brede scala aan nieuwswaardigheid, is het zaak om voor de analyse te kiezen voor nieuwsberichten die – in vergelijking met elkaar – om verschillende redenen nieuwswaardig zijn. In deze scriptie zullen daarom vier verschillende nieuwsfeiten worden geanalyseerd, die bij wijze van cases achter elkaar worden behandeld:

1. De bekendmaking van de aanslag
2. Charlie Hebdo geduid
3. De daders zijn op het spoor
4. Reacties van wereldleiders

Het eerste nieuwsfeit heeft betrekking op de bekendmaking van de aanslag; omdat het de melding is in een lange cyclus van nieuwsberichten, worden alle essentiële (en nieuwswaardige punten) van de aanslag genoemd. Het tweede daarentegen, is geen klassiek nieuwsbericht – het is eerder een duidingsbericht. De tekst is tot stand gekomen doordat er de algehele opvatting heerst dat Charlie Hebdo geduid moet worden, waarbij 'wat is Charlie Hebdo?' de centrale vraag is. Dat heeft in principe weinig met nieuwswaardigheid te maken, maar wordt desalniettemin door alle betrokken media als relevante berichtgeving gezien. Het derde nieuwsfeit heeft betrekking op het gegeven dat de politie daders op het spoor is, en het vierde heeft ten slotte betrekking op de reactie van wereldleiders: welke prominenten worden er uitgelicht?

Om niet alleen recht te doen aan de verschillende nieuwswaardigheid per nieuwsfeit, maar ook per nieuwsmedium, wordt nagegaan hoe vier verschillende nieuwsmedia over deze vier nieuwsfeiten hebben bericht. In totaal zullen er dus zestien nieuwsberichten worden betrokken in deze scriptie.

Nieuwsmedia

Van ieder nieuwsfeit wordt geanalyseerd hoe vier verschillende nieuwsmedia erover hebben bericht. Dat gaat om de *online only* website Nu.nl, de website van de *Nationale Omroep Stichting (NOS)* en die van twee landelijke kranten – *Algemeen Dagblad* en *de Volkskrant*. De eerste twee websites danken hun uitverkiezing voornamelijk aan het feit dat ze een breed publiek betrekken, en ze dus betrekking hebben op nieuwswaarden in de breedste zin van het woord. Recentelijk onderzoek (iMMovator, 2015) bevestigde eens te meer dat dit de twee best bezochte nieuwswebsites van Nederland zijn. Aangezien dit onderzoek zich richt op de verschillende manieren waarop het nieuwsdiscours kan worden geconstrueerd, zijn ook twee websites van landelijke kranten bij dit onderzoek inbegrepen: de populaire krant *Algemeen Dagblad* en de kwaliteitskrant *de Volkskrant*.

Nu.nl

Als populairste online nieuwsmedium (iMMovator, 2015) wordt *Nu.nl* dagelijks bezocht door 2,5 miljoen unieke bezoekers. De doelgroep bestaat uit ieder persoon boven de dertien jaar, met als omschrijving “Mannen en vrouwen geïnteresseerd in het laatste nieuws van binnen- en buitenland.” (Sanoma, z.j.).

NOS

Gezien haar status als landelijke publieke omroep, is het geen verrassing dat de *NOS* een breed en uiteenlopend publiek voor ogen heeft. De missie van de *NOS* luidt als volgt: “De *NOS* stelt zich, als integraal onderdeel van de publieke omroep, tot doel de primaire informatiebron te zijn op het gebied van nieuws, sport en evenementen, zodat de Nederlandse burger beter in staat is te oordelen over ontwikkelingen in de wereld, waardoor hij zijn gedrag beter kan bepalen.” (*Nationale Omroep Stichting*, z.j.).

Algemeen Dagblad

Het *Algemeen Dagblad* staat bekend als een populaire krant die het oog aanspreekt: grote koppen, grote foto's, en een eerder sensationele dan zakelijke toon. Volgens uitgever *De Persgroep Nederland* is het *Algemeen Dagblad* te typeren als “een betrokken en betrouwbare krant, die optimistisch naar de wereld kijkt. (...) Met binnenlands en regionaal nieuws, politiek, entertainment en vooral: heel veel sport.” (*De Persgroep Nederland*, z.j.). Het *Algemeen Dagblad* typeert zichzelf als een ‘brede publiekskrant,’ en vertelt verhalen die ‘niet alleen in het hoofd, maar ook in het hart raken.’ Ook meldt hoofdredacteur Christiaan Ruesink op de website van *De Persgroep* dat de krant wil prikkelen – ‘Het ergste wat een krant kan overkomen, is dat je ‘m weglegt en geen idee meer hebt wat erin stond’ – en een optimistische en levenslustige krant wil zijn. ‘Ik heb een hekel aan negativiteit,’ gaat Ruesink verder. ‘De balans tussen “zwaar” en “licht” nieuws moeten we altijd bewaken.’ (*De Persgroep Nederland*, z.j.). Op *De Telegraaf* na is het de grootste krant van Nederland. De website van het *Algemeen Dagblad* groeit bovendien het allersnelst, en inclusief de zeven regionale titels is het de grootste titel van de Randstad.

De Volkskrant

De Volkskrant is naar eigen zeggen ‘de grootste en breedste kwaliteitskrant van Nederland.’ *De Volkskrant* brengt volgens hoofdredacteur Phillip Remarque het ‘harde’ nieuws, en wil goede analyses brengen, maar mensen ook raken. De interne leus: ‘Houd het hoofd koel en het hart warm.’ Haar lezers zijn volgens *De Persgroep Nederland* – ook

de uitgever van deze krant – te omschrijven als “betrokken, nieuwsgierige mensen, geïnteresseerd in de wereld om hen heen. Levensgenieters die houden van kunst en cultuur, literatuur, wetenschap en politiek.” (*De Persgroep Nederland*). Naast het *NRC Handelsblad* en *Trouw* geldt de *Volkscrant* als een van de kwaliteitskranten van Nederland, dat zich richt op een hoogopgeleide doelgroep. Vergeleken met deze twee titels is de *Volkscrant* de grootste; wel moet de krant qua omvang haar meerdere erkennen in de populaire kranten *De Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad*.

4.2 Betrouwbaarheid

Iedereen die het corpus van deze scriptie onderzoekt met de methode van Bednarek en Caple, zou in principe tot soortgelijke resultaten moeten komen – de procedure van het onderzoek moet herhaalbaar zijn. Als een andere onderzoeker compleet andere conclusies zou trekken, dan is er of iets mis met het onderzoeksmodel, of met de analyse zelf. Dus hoe daarmee om te gaan? Terwijl er bij kwantitatief onderzoek statistische maten zijn om de betrouwbaarheid van de analyse te bepalen, is de betrouwbaarheid bij kwalitatief onderzoek volgens Koetsenruijter en Van Hout niet in een getal uit te drukken – daarom wordt er bij kwalitatief onderzoek eerder gesproken van zaken als herkenbaarheid, transparantie, geloofwaardigheid en oprechtheid. (2014, p. 160). Het is dus zaak om binnen deze scriptie transparant te werk te gaan, zodat de kwaliteit van de analyse – en daarmee de geloofwaardigheid van het onderzoek – zelf kan worden ingezien door de lezer. De analyses binnen deze scriptie worden daarom voorzien van een uitgebreide toelichting, waarin wordt beschreven hoe de desbetreffende conclusies tot stand zijn gekomen.

4.3 Beoordelingscriteria

Het model van Bednarek en Caple wordt beoordeeld door enerzijds te kijken naar hoe goed het functioneert, en anderzijds naar wat het aan inzichten oplevert.

Te beginnen met het eerste. Het model zou een middel moeten zijn om kwalitatief onderzoek te doen naar het discours van nieuwswaardigheid, door op een iteratieve wijze een corpus aan nieuwsberichten te analyseren. In het bijzonder gaat het hier om een discoursanalyse, en dat heeft over het algemeen het doel om bloot te leggen hoe een bepaalde werkelijkheid of norm wordt gerepresenteerd door taaluitingen, waarbij het niet alleen draait om de intentie van de spreker, maar ook de manier waarop deze uiting wordt overgebracht. Het model van Bednarek en Caple moet dus ook beoordeeld worden op de mate waarin het als middel kan fungeren om een dergelijke representatie bloot te leggen – in dit geval met betrekking tot de norm die bepaalt wat nieuwswaardig is en wat niet, wat gerepresenteerd wordt door middel van tekst en beeld. De vraag die bij dit model dus eveneens gesteld moet worden, is of het als middel kan dienen om inzichtelijk te maken welke normen voor nieuwswaardigheid er in nieuwsberichten te ontdekken zijn.

Die vraag zou je kunnen toespitsen op de linguïstische en fotografische hulpmiddelen, aan de hand waarvan de analyse wordt gedaan: is het mogelijk om met deze hulpmiddelen het discours van nieuwswaardigheid te analyseren? Een eerste criterium om het model mee te beoordelen is **de eenduidigheid van deze hulpmiddelen**: zijn deze hulpmiddelen duidelijk genoeg om nieuwswaarden mee te vinden? Bednarek en Caple geven zelf al aan dat één hulpmiddel tot verschillende conclusies zou kunnen leiden, en dat de onderzoeker daar behoedzaam voor moet zijn

(2012a, p. 54) – het model moet analysefouten echter voor kunnen zijn waar mogelijk, door zelf in ieder geval duidelijk en overzichtelijk in elkaar te zitten.

Een tweede punt waarop het model beoordeeld moet worden, is **de volledigheid van de hulpmiddelen**. Als in deze scriptie een nieuwswaarde wordt waargenomen die niet aan een linguïstisch of fotografisch hulpmiddel valt te koppelen, betekent het dat het model in compleet is, en aangevuld dient te worden. Al is ook dat iets dat Bednarek en Caple al zelf benadrukten. (2012a, p. 55).

Naast de werkbaarheid van het model, is ook van belang welke inzichten het kan opleveren. Onderzoek dat verricht wordt met behulp van het model van Bednarek en Caple, zou mogelijkerwijs iets kunnen zeggen over hoe we naar de wereld kijken, in de zin dat het kan vertellen hoe we (aspecten van) de wereld categoriseren in nieuwswaardig en nieuws-onwaardig. Deze manier waarop we naar de wereld kijken is contextafhankelijk – het is niet alleen historisch en cultureel bepaald, maar kan ook verschillen per sociale situatie, en beïnvloed worden door welke regels er geldig zijn (Foucault, 1972, p. 53-72). Idealiter kan met behulp van het model dus inzicht worden verkregen in welke normen voor nieuwswaardigheid in de nieuwsberichten gerepresenteerd worden, maar ook wat het zegt over de context waarin ze zich begeven.

Het model van Bednarek en Caple kan in potentie iets zeggen over de manier waarop de combinatie van tekst en beeld het discours van nieuwswaardigheid construeren. Daarom wordt er in het bijzonder gekeken naar welke inzichten de analyses kunnen geven met betrekking tot de combinatie van visuele en tekstuele nieuwswaarden binnen één nieuwsbericht: overlappen deze nieuwswaarden met elkaar, of lopen ze juist sterk uiteen? En komt de nieuwswaardigheid vooral voort uit het beeld, of uit de nieuwskop?

Dus samenvattend, wordt het model aan de ene kant beoordeeld op de eenduidigheid en de volledigheid van de hulpmiddelen, en aan de andere kant op de mate waarin het de mogelijkheden biedt om inzichten te krijgen in a) de normen van nieuwswaardigheid die gepresenteerd worden, b) de context waarin de bijbehorende nieuwsberichten zich begeven en c) de combinatie van visuele en tekstuele nieuwswaarden binnen één nieuwsbericht.

4.4 Stappen van het onderzoek

Van alle zestien nieuwsberichten wordt zowel de tekst als het beeld geanalyseerd; bij de tekst door afzonderlijk te kijken naar de kop en het intro, bij het beeld door zowel te kijken naar wat er in de afbeelding te zien is, als hoe dit versterkt wordt door vormelijke aspecten. Bij ieder nieuwsbericht worden dus, met andere woorden, de volgende vragen gesteld:

- Welke linguïstische hulpmiddelen en bijbehorende nieuwswaarden zijn waarneembaar in de **kop** van nieuwsbericht x?
- Welke linguïstische hulpmiddelen en bijbehorende nieuwswaarden zijn waarneembaar in het **intro** van nieuwsbericht x?
- Welke fotografische hulpmiddelen en bijbehorende nieuwswaarden zijn waarneembaar in de foto van nieuwsbericht x, wanneer gekeken wordt naar **inhoudelijke** aspecten?

- Welke fotografische hulpmiddelen en bijbehorende nieuwswaarden zijn waarneembaar in de foto van nieuwsbericht x, wanneer gekeken wordt naar **vormelijke** aspecten?

Aan de hand van deze vragen zullen de nieuwswaarden per nieuwsbericht worden genoteerd. Vervolgens wordt het model aan de hand van de bovengenoemde criteria beoordeeld – eerst door te kijken naar de mate waarin het functioneert, daarna door te kijken naar de inzichten die het oplevert.

4.5 Problemen en valkuilen

Voor enkele nieuwsfoto's binnen dit corpus geldt dat ze bij meerdere nieuwsberichten zijn gebruikt. Dat is in principe geen probleem, wel is het zo dat de verhouding tussen tekst en beeld bij iedere nieuwsfoto apart moet worden belicht – bij deze dubbele foto's moet dit dus plaatsvinden in combinatie met verschillende koppen en intro's.

Als enige van de vier nieuwsmedia heeft de *NOS* geen duidelijke afbakening in haar intro's; er is altijd weliswaar sprake van een inleidende alinea die een dergelijke functie bekleedt, maar in sommige gevallen gaat het hier om meerdere alinea's. Voor de volledigheid zijn daarom in principe alle alinea's opgenomen die zich voor het eerstvolgende kopje binnen het artikel begeven. Vervolgens is gekeken naar welke nieuwswaarden zich in welke alinea begeven.

In één geval (case 1) heeft de *NOS* niet zozeer één nieuwsfoto, maar een serie nieuwsfoto's. Er is gekozen voor de optie om de eerste foto uit deze reeks als uitgangspunt te nemen; deze fungeert in zekere zin als hoofdfoto omdat het op dezelfde plek staat, en er doorgelikt dient te worden voordat ook de rest van de serie zichtbaar is.

5 Analyse

In dit hoofdstuk wordt per case nagegaan welke visuele en welke tekstuele nieuwswaarden zich in de nieuwsberichten bevinden, en aan de hand van welke hulpmiddelen zij zijn opgespoord. Voor de overzichtelijkheid per nieuwsbericht alle nieuwswaarden, samen met de bijbehorende hulpmiddelen en verwijzingen, ook genoteerd in tabellen (zie bijlage 3).

5.1 Case 1: De bekendmaking van de aanslag

Deze reeks nieuwsberichten heeft betrekking op de aanslag zelf, het nieuwsfeit 'er is een aanslag gepleegd.' Dit nieuwsfeit is om veel redenen nieuwswaardig; de aanslag heeft recentelijk plaatsgevonden (*actualiteit*), te typeren als iets wat niet veel mensen aan hadden zien komen (*nieuwigheid/afwijking*), negatief van aard (*negativiteit*), en in een nabij en machtig land (*geografische nabijheid, prominentie-landen*).

5.1.1 Nu.nl #1

Kop: *Zeker twaalf doden in Parijs bij aanslag op satirisch magazine*

Intro: In en bij het kantoor van het Franse satirische weekblad Charlie Hebdo in Parijs hebben zeker twee gemaskerde mannen met automatische wapens woensdag rond het middaguur twaalf mensen gedood. Ook zijn elf mensen gewond geraakt.

Toelichting tekstanalyse: Doordat benoemd wordt dat er twaalf doden zijn gevallen bij de aanslag, wordt de *impact* en de omvangrijkheid (*overtreffende trap*) van deze gebeurtenis geaccentueerd. De twee andere nieuwswaarden die uit de kop blijken zijn *geografische nabijheid* en *negativiteit*; de gebeurtenis is ernstig en vond vlakbij plaats. Bovendien gaat het om een *elite-land*. Wat het intro daaraan toevoegt, is de referentie aan het tijdstip: 'woensdag rond het middaguur.' De *actualiteit* dus. De 'wat,' 'waar,' en 'wanneer' komen dus aan bod, terwijl de 'waarom' en 'hoe' vooralsnog achterwege blijven – daar was dan ook nog weinig over bekend op het moment waarop dit bericht tot stand kwam.



Foto: Agence France Presse

Toelichting beeldanalyse: De foto laat meerdere, onherkenbare politieagenten zien. Dat is in principe een rolaanduiding, maar aangezien het niet gaat om een machtselite of beroemdheid, is er geen sprake van de nieuwswaarde *prominentie*. Dat is wel het geval

voor *negativiteit*; er is iets niet helemaal pluis, en het feit dat het om meerdere agenten (*overtreffende trap*) gaat die bij een plaats staan waar zojuist een aanslag is gepleegd, zegt dat de gebeurtenis een zekere *impact* heeft gehad. De *negativiteit* wordt nog versterkt door twee vormelijke aspecten: de grote afstand (*public*) van de fotograaf ten opzichte van het gefotografeerde tafereel leidt niet bepaald tot veel affectie met de agenten, en de blauwtint geeft het geheel een wat kille toon.

5.1.2 NOS #1

Kop: *Bloedige terreuraanslag op satirisch blad in Parijs*

Intro: Bij een terreuraanslag op het hoofdkantoor van het satirische blad Charlie Hebdo zijn in Parijs 12 doden gevallen. Verder zijn er mensen gewond geraakt van wie er 4 slecht aan toe zijn. (deel 1)

Onder de doden zijn twee politiemannen, waarschijnlijk de twee bewakers van het pand. De andere tien doden werkten voor Charlie Hebdo. Onder die doden zijn hoofdredacteur Stéphane Charbonnier van het blad en drie cartoonisten, meldt de Parijse politie. (deel 2)

Toelichting tekstanalyse: Opvallend is dat de kop van de NOS door middel van het woord 'bloederig' direct duiding probeert te geven aan het nieuwsfeit. In tegenstelling tot bij het bericht van *Nu.nl* het geval was, wordt hier ook ingegaan op de 'hoe'-vraag. Gevolg: de nieuwswaarde *negativiteit* wordt extra benadrukt. Op het aantal wordt pas ingegaan in de eerste alinea. De tweede alinea dient er vooral toe om toe te lichten wie er precies zijn overleden. Omdat de derde alinea een nieuw kopje heeft – *gewapende mannen* – wordt deze in dit geval niet beschouwd als intro.



Foto: Reuters

Toelichting beeldanalyse: De twee onherkenbare, schietende mannen zijn op te vatten als *negatieve elementen*, waar de nieuwswaarde *negativiteit* mee gepaard gaat. Deze nieuwswaarde wordt versterkt doordat het tafereel is gefotografeerd vanaf een hoge hoek en een grote afstand (*far social*), en tevens door het feit dat de twee mannen en de auto tezamen een dynamische bewegingslijn vormen.

5.1.3 Algemeen Dagblad #1

Kop: *Twaalf mensen omgekomen bij aanslag in Parijs*

Intro: Bij een aanslag op de redactie van het satirische tijdschrift Charlie Hebdo zijn twaalf doden gevallen en acht mensen gewond geraakt, waarvan er vier in kritieke

toestand verkeren. De aanslag werd woensdag in Parijs gepleegd door drie in het zwart geklede en gemaskerde mannen die met Kalashnikovs in het rond schoten. Zij noemden de slachtoffers voor de executies bij hun voornaam. De drie verdachten zijn bekend en gelokaliseerd, maar nog niet opgepakt.

Toelichting tekstanalyse: Bij de kop is sprake van de nieuwswaarde *impact* omdat de doden het gevolg van de aanslag zijn, en van *overtreffende trap* eveneens omdat het aantal omgekomen mensen als nieuwswaardig feit geldt. De 'waar'-vraag wordt in de kop al beantwoord, net als in het intro, waar tevens de tijd wordt genoemd. Voor zowel de kop als het intro geldt dat *negativiteit* voornamelijk geconstrueerd wordt door middel van het hulpmiddel *negatief vocabulaire* – en niet zozeer *evaluatieve elementen*, wat bij *NOS* het geval is.



Foto: European Pressphoto Agency

Toelichting beeldanalyse: De foto maakt duidelijk dat er veel (*overtreffende trap*) mensen zijn geschokt (*impact*) door de aanslag. Ze zijn verdrietig (*negativiteit*) en geschokt (*nieuwigheid*). De *negativiteit* wordt versterkt doordat de mensen overwegend in het donker zijn afgebeeld. Aan de andere kant ligt er extra nadruk op het grote witte vel papier dat door een van de omstanders wordt vastgehouden; hier staat een cartoon op met een positieve boodschap: 'l'amour plus fort que la haine' ('liefde is sterker dan haat'). Doordat het zich niet alleen in het midden van het beeld bevindt, maar ook qua kleur sterk contrasteert met de andere beeldelementen – de rouwende mensen – wordt deze *positiviteit* versterkt. Hoewel het fotografische hulpmiddel *positieve elementen* niet door Bednark en Caple is genoemd, lijkt dit de meest logische term om hiermee in verband te brengen. De titel 'Charlie Hebdo' is ten slotte op te vatten als een herkenbaar thema uit de nieuwsagenda (*consonantie*); er is overigens geen fotografisch hulpmiddel van Bednarek en Caple dat hiermee in verband kan worden gebracht.

5.1.4 De Volkskrant #1

Kop: *Twaalf doden bij aanslag Parijs, daders nog voortvluchtig*

Intro: Bij een terroristische aanslag op het redactiekantoor van het Franse satirische weekblad Charlie Hebdo in Parijs zijn zeker twaalf doden gevallen. Drie gemaskerde aanvallers schoten acht journalisten, twee agenten, een receptionist en iemand die op de redactie te gast was dood. Vier gewonden verkeren nog in kritieke toestand. President Hollande spreekt van 'een aanslag op de vrijheid van meningsuiting'.

Toelichting tekstanalyse: Ook bij *de Volkskrant* wordt de aanslag in de kop geduid door een plaatsaanduiding (Parijs, *geografische nabijheid*) en het gegeven dat er twaalf

doden zijn gevallen (*impact en overtreffende trap*). Een extra duiding is het feit dat de daders nog voortvluchtig zijn; dit benadrukt dat de gebeurtenis nú aan de gang is, en dus *actueel* is. In het intro wordt de reactie van president François Hollande wordt genoemd (*prominentie*).



Foto: Agence France Presse

Bijschrift: 'Demonstranten bij Place de la République in Parijs.'

Toelichting beeldanalyse: Relevant om op te merken is dat bij deze foto een omschrijving is opgenomen, die duidelijk maakt dat de personen op deze foto zich ophielden op het Place de la République in Parijs. Als dat er niet was geweest, zouden de meeste lezers vermoedelijk niet weten op welke plaats deze demonstratie precies plaatsvindt – afgaande op alleen de foto. Of er hier sprake is van *geografische nabijheid*, hangt dus af van de vraag of dit onderschrift bij de foto hoort of niet.*

Net als op de vorige foto is hier ook sprake van meerdere demonstrerende mensen (*overtreffende trap* en *impact*), ware het niet dat er hier een enkele vrouw duidelijker zichtbaar is dan de andere mensen op de foto: ze is niet alleen op de voorgrond ten opzichte van de twee mannen op de achtergrond, maar bevindt zich ook nog eens tussen hen in. De emoties van dit onbekende individu (*personalisatie*) zijn hierdoor tevens duidelijk zichtbaar (*overtreffende trap*, *impact*, *negativiteit* en *nieuwigheid*). De tekst 'Je suis Charllie' ('Ik ben Charlie') is daarentegen op te vatten als een teken van *positiviteit* – de leus stond destijds symbool voor de steunbetuigingen die mensen brachten aan de betrokkenen. Ten slotte wijst het feit dat de vrouw handschoenen aan heeft nog op het feit dat het winter is – en dus dat het een actuele gebeurtenis was.

5.2 Case 2: Charlie Hebdo geduid

In deze reeks berichten wordt het weekblad Charlie Hebdo geduid en getypeerd. Het gaat om artikelen die het doel hebben om de lezer bekend te maken met dit fenomeen. De typeringen worden gebaseerd op eerdere gebeurtenissen rondom en acties van het blad, waarmee er ook sprake is van de nieuwswaarde *continuïteit*.

5.2.1 Nu.nl #2

Kop: *Tegendraads Charlie Hebdo protesteert tegen extreemrechts, religie en politiek*

Intro: Het satirische weekblad Charlie Hebdo is oorspronkelijk opgericht in 1969. Het linkse blad ageert met behulp van spotprenten, humor, tirades, essays en nieuwsverhalen tegen extreemrechts, religies en de traditionele politiek.

Toelichting tekstanalyse: De nieuwswaarde die het meeste opvalt in dit bericht is *consonantie*; Charlie Hebdo wordt in verband gebracht met herkenbare thema's uit de nieuwsagenda ('extreemrechts, religies en de traditionele politiek'). De andere nieuwswaarde die met behulp van *evaluatief taalgebruik* wordt geconstrueerd is *afwijking*, omdat de tegendraadsheid van het blad wordt benadrukt.



Foto: Algemeen Nederlands Persbureau

Toelichting beeldanalyse: De afbeelding bij de artikelen van *Nu.nl* en *NOS* heeft betrekking op Charlie Hebdo zelf – in het bijzonder een verhaal over de profeet Mohammed. Dat blijkt uit de teksten 'La vie de Mahomet' ('Het leven dan Mohammed') en 'Les Débuts d'un prophète' ('Het begin van een profeet'). De daadwerkelijke afbeelding van Mohammed is overigens met een hand bedekt. De nieuwswaarde die hiermee tot stand komt is *consonantie*; een verwijzing naar een herkenbaar thema (het afbeelden van de profeet Mohammed). De Franstalige teksten wijzen daarnaast op *geografische nabijheid* en *prominentie-landen*. Omdat ook de tegendraadsheid en uitzonderlijkheid van Charlie Hebdo wordt benadrukt door de controversiële cartoon op de voorkant, is er ook sprake van de nieuwswaarde *nieuwigheid/afwijking*.

5.2.2 NOS #2

Kop: *Wat is Charlie Hebdo?*

Intro: Het satirische weekblad Charlie Hebdo, dat vanochtend doelwit was van een aanslag, zoekt vaak welbewust de controverse. Zo kwam het blad in 2006 onder vuur te liggen omdat het de omstreden Mohammed-cartoons opnieuw publiceerde, toen daarover al rellen waren ontstaan in islamitische landen. De laatste tweet die het Charlie Hebdo publiceerde is een cartoon van IS-leider al-Baghdadi. (deel 1)

En in november 2011 werd op het kantoor van de redactie in Parijs een aanslag gepleegd met een Molotov-cocktail vanwege de editie Charlie Hebdo, dat door de redactie werd aangeprezen met de profeet Mohammed als 'gastredacteur'. (deel 2)

Toelichting tekstanalyse: De enige nieuwswaarde die de kop 'Wat is Charlie Hebdo' bevat is *continuïteit*, omdat het aansluit op andere berichten uit de nieuwscyclus. De term 'Charlie Hebdo' wordt als algemeen bekend veronderstelt – vanuit dat opzicht is er sprake van de nieuwswaarde *consonantie*. De nieuwswaardigheid van dit bericht zit immers grotendeels in het feit dat het aansluit op een eerder bericht. De *continuïteit* blijkt uit de twee vergelijkingen die worden gemaakt met eerdere gebeurtenissen rondom Charlie Hebdo. Ondertussen wordt er ook nog gerefereerd aan de tijd en plaats, en aan het feit dat de laatste cartoon van Charlie Hebdo betrekking had op de

(*prominente*) IS-leider al-Baghdadi. Van de eerdere twee gebeurtenissen wordt ten slotte nog de *negativiteit* en de *impact* benadrukt. Beide gebeurtenissen hebben tijds aanduidingen, maar dit wijst niet op de nieuwswaarde *actualiteit* – dat is alleen het geval wanneer de gebeurtenis ook daadwerkelijk actueel is.

Toelichting beeldanalyse: Omdat dit bericht dezelfde nieuwsfoto heeft als NOS #1, wordt de bijbehorende beeldanalyse niet herhaald.

5.2.3 Algemeen Dagblad #2

Kop: *Charlie Hebdo: Kampioen van de grove, bijtende satire*

Intro: Elke publicatie gaat het Franse blad Charlie Hebdo er met gestrekt been in. Niemand hoeft te rekenen op compassie. Of het nu gaat om politici, bankiers, profeten of een kalief; voor iedereen is er een keiharde tackle. Vervat in tekst en tekeningen. Foto's kent het blad niet.

Toelichting tekstanalyse: Allereerst wordt Charlie Hebdo in de kop 'kampioen' genoemd. Dat is ten eerste te interpreteren als een verwijzing naar de hoge status van het blad, en dus zijn *prominentie*. Ten tweede onderscheidt het blad zich klaarblijkelijk van andere bladen, waarmee het een *afwijking* vertoont. Bovendien is het blad de kampioen van iets herkenbaars, namelijk *grove, bijtende satire (consonantie)*. Deze typering – en *consonantie* – herhaalt zich in het intro, waar het blad door middel van een uitgewerkte *metafoor* wordt geduid als medium dat er 'met een gestrekt been ingaat; een beeld dat herkenbaarheid oproept (*consonantie*), en nadruk legt op de intensiteit (*overtreffende trap*). In tegenstelling tot *Nu.nl* en *NOS* benoemt het *Algemeen Dagblad* ten slotte wél dat het om een Frans blad gaat.



Foto: Agence France Presse

Toelichting beeldanalyse: De man die we hier zien – de uitgever van Charlie Hebdo – heeft een emotionele gezichtsuitdrukking (*personalisatie*), en ziet er bezorgd en geschokt uit (*negativiteit* en *impact*). Het feit dat hij een exemplaar van het blad omhoog houdt, waar bovendien een tekening van een Arabier op staat, wijst bovendien op *consonantie*; er wordt verwezen naar een eerdere aanslag op Charlie Hebdo, én naar het idee dat de islam een bedreiging vormt voor het westen, gelet op de tekst 'Charia Hebdo' (een verwijzing naar de sharia). Aangezien de tekst op het blad Franstalig is, is er ook sprake van *geografische nabijheid*.

5.2.4 De Volkskrant #2

Kop: *Charlie Hebdo, satirisch blad met heel wat vijanden*

Intro: De aanslag op het redactiekantoor van het Franse satirische weekblad Charlie Hebdo in Parijs, waarbij vandaag doden vielen, staat niet op zichzelf. Het provocerende blad wordt al lang achtervolgd door processen en bedreigingen. Wat voor blad is Charlie Hebdo?

Toelichting tekstanalyse: De term 'vijand' is op zichzelf een negatief geladen term, en vanwege het feit dat het om 'heel wat vijanden' gaat, is er in de kop niet alleen sprake van *negativiteit*, maar ook van *overtreffende trap*. Deze twee nieuwswaarden worden ook geconstrueerd in het intro; het blad wordt namelijk al 'lang' achtervolgd door processen en bedreigingen. Daarmee is ook sprake van de nieuwswaarde *continuïteit*. De *negativiteit* van dit bericht wordt nog versterkt doordat de auteur het blad 'provocerend' noemt.



Foto: Agence France Presse

Toelichting beeldanalyse: De twee figuren op de voorkant van Charlie Hebdo – een moslim en een jood – zeggen: 'Faut pas se moquer' ('men mag niet spotten'), wat verwijst naar het bespotten van religie, en de gevoeligheid en controversie die hieruit kan ontstaan (*negativiteit*). Het exemplaar wordt vastgehouden door een persoon (*personalisatie*) die zelf onherkenbaar blijft, misschien wel vanwege diezelfde controversie (*negativiteit*).

5.3 Case 3: De daders op het spoor

In deze serie nieuwsberichten gaat het om het feit dat de Franse politie (*geografische nabijheid, prominentie-landen*) de daders van de aanslag (*negativiteit, personalisatie*) op het spoor is (*actualiteit, nieuwigheid/afwijking*).

5.3.1 Nu.nl #3

Kop: *Franse politie is daders aanslag Charlie Hebdo op het spoor'*

Intro: De Franse veiligheidsdienst zou de daders van de schietpartij op de redactie van het satirische tijdschrift Charlie Hebdo in Parijs hebben geïdentificeerd en op het spoor zijn. In de stad Reims zou een grote anti-terreuractie gaande zijn.

Toelichting tekstanalyse: De 'waar' en 'wat' zijn uit de kop af te leiden (*geografische nabijheid, prominentie en negativiteit*). De *impact, overtreffende trap* en *actualiteit* zijn pas zichtbaar in het intro; de grote anti-terreuractie wijst er niet alleen op dat het

nieuwsfeit in kwestie strekkende gevolgen heeft op een grote schaal, maar ook dat het *as we speak* plaats zou vinden.



Foto: Agence France Presse

Toelichting beeldanalyse: De steunbetuigingen op straat kunnen enerzijds worden beschouwd als het gevolg van een ernstige gebeurtenis (*negativiteit*) die mensen geschokt achterliet (*impact* en *nieuwigheid*). Deze steunbetuigingen kunnen zelf ook worden opgevat als iets positiefs, en dus als de nieuwswaarde *positiviteit*. Er zijn veel mensen te zien op deze foto (*impact* en *overtreffende trap*), maar slechts twee daarvan zijn enigszins herkenbaar: de man die de kaarsjes aansteekt en het kind (*personalisatie*). Dat het kind een knuffel vasthoudt maakt zijn of haar status als kind alleen maar duidelijker, en de *personalisatie* des te concreter.

5.3.2 NOS #3

Kop: *Politie: vermoedelijke daders geïdentificeerd*

Intro: De Franse politie heeft bevestigd dat er drie vermoedelijke daders van de aanslag op het Franse satirische tijdschrift Charlie Hebdo zijn geïdentificeerd.

Het gaat om twee broers van begin 30 en een 18-jarige man. Een politiebron zei tegen het persbureau AP dat zij banden hebben met een Jemenitisch terreurnetwerk. De krant Libération stelt dat ze uit Gennevilliers komen, een voorstad van Parijs.

Toelichting tekstanalyse: Uit de kop blijkt niet dat het nieuwsbericht afkomstig is uit Frankrijk, laat staan dat het iets te maken heeft met Charlie Hebdo. De aanslag was rond dit tijdstip dusdanig veel aanwezig in het nieuws dat de auteur dit waarschijnlijk niet nodig achtte. Het gevolg is dat er alleen sprake is van de nieuwswaarde *negativiteit*; de politie en daders impliceren dat er iets ernstigs aan de hand is. In het intro wordt teruggewezen op de aanslag in Parijs, en wordt de bewering dat de vermoedelijke daders zijn geïdentificeerd toegelicht. Daarbij wordt nadrukkelijk verwezen naar een terreurnetwerk; een term die de nieuwsagenda niet vreemd is (*consonantie*), en bovendien een zekere omvangrijkheid impliceert (*overtreffende trap*). Het gegeven dat er in wordt gegaan op het hoe en wat achter de twee broers, wijst op de nieuwswaarde *personaliteit*.

Toelichting beeldanalyse: Omdat dit bericht dezelfde nieuwsfoto heeft als NOS #1, wordt de bijbehorende beeldanalyse niet herhaald.

5.3.3 Algemeen Dagblad #3

Kop: 'Franse politie is daders aanslag Parijs op het spoor'

Intro: De Franse politie weet wie de daders van de aanslag in Parijs zijn. Dat melden verschillende Franse media. Op sociale media gaan er foto's rond van identiteitsbewijzen van de vermoedelijke verdachten. Het zou gaan om drie mannen van 18, 32 en 34 jaar. De twee dertigers zijn broers en hebben de Franse identiteit. De identiteit van de jongste is nog niet bekend.

Toelichting tekstanalyse: De kop is haast identiek aan die van *Nu.nl*. De nieuwswaarden zijn dus eveneens *geografische nabijheid* en *negativiteit*. Dat geldt ook voor het intro, plus het feit dat er nader wordt ingegaan op de drie daders van de aanslag, net als bij *NOS* het geval was.



Foto: Algemeen Nederlands Persbureau

Toelichting beeldanalyse: De twee onherkenbare, schietende mannen zijn op te vatten als *negatieve elementen*, wat de nieuwswaarde *negativiteit* tot gevolg heeft. Deze nieuwswaarde wordt versterkt doordat het tafereel is gefotografeerd vanaf een hoog perspectief en een grote afstand (*far social*).

5.3.4 De Volkskrant #3

Kop: Politie weet wie daders aanslag Parijs zijn

Intro: De Franse politie is drie verdachten van de aanslag op het satirische weekblad Charlie Hebdo op het spoor. Twee van de drie verdachten zouden deze zomer zijn teruggekeerd uit Syrië en afkomstig zijn uit Pantin, gelegen in het noordoosten van Parijs. De derde verdachte zou een jongen zijn zonder vaste woon- of verblijfplaats. Sommige bronnen meldden op de website dat de verdachten zijn gearresteerd, maar die berichten werden weer ingetrokken.

Toelichting tekstanalyse: De kop lijkt in hoge mate op die van het *Algemeen Dagblad* – 'Franse politie is daders aanslag Parijs op het spoor' – waarmee ook de nieuwswaarden overeenkomen (*negativiteit*, *geografische nabijheid* en *prominentie-landen*). De referentie aan Syrië in het intro is daarnaast een voorbeeld van een *referentie aan een plaats* die niet wijst op de nieuwswaarde *nabijheid*, om het simpele feit dat het land niet alleen geografisch gezien, maar ook in cultureel opzicht ver van Nederland afstaat. Wel heeft het de functie om te verwijzen naar een onderwerp dat op dat moment al langer in het nieuws was: Europese jihadstrijders die naar Syrië vertrekken.

Toelichting beeldanalyse: Omdat dit bericht dezelfde nieuwsfoto heeft als *NOS* #1, wordt de bijbehorende beeldanalyse niet herhaald.

5.4 Case 4: Reacties van wereldleiders

In deze nieuwsberichten blikken politieke leiders van over de hele wereld (*overtreffende trap, prominentie-machtelite, prominentie-landen*) terug op het eerdere feit (*continuïteit, impact*) dat er een aanslag is gepleegd (*negativiteit*).

5.4.1 Nu.nl #4

Kop: *Reacties: 'Frankrijk in staat van shock'*

Intro: De Franse president François Hollande heeft woensdag verklaard dat Frankrijk in staat van shock verkeert na de aanslag op de redactie van het Franse satirische weekblad Charlie Hebdo in Parijs, waarbij zeker twaalf doden zijn gevallen.

Toelichting tekstanalyse: In dit bericht komen reacties van diverse wereldleiders aan bod (vandaar dat het woord 'reacties' in het meervoud is), maar de reactie van de Franse president wordt als de belangrijkste beschouwd. Dat blijkt uit het feit dat zijn reactie in zowel de kop als het intro wordt verwerkt. De uitspraak dat Frankrijk in staat van shock verkeert, is niet afkomstig van een 'gewoon' individu, maar van een prominent persoon. Vandaar dat er geen sprake is van de nieuwswaarde *personalisatie*, maar wel van *prominentie*. Deze shock wijst vervolgens op *impact, negativiteit* en *referentie aan emotie*. De negatief geladen termen 'aanslag' en 'doden' dragen allebei *negativiteit* met zich mee, en de tweede heeft ook nog betrekking op de *impact* van de aanslag; de doden zijn daar immers het gevolg van.



Foto: Agence France Presse

Toelichting beeldanalyse: Afgaande op de emotionele gezichtsuitdrukking van president François Hollande en zijn omstanders, kan worden opgemaakt dat er iets ernstig is gebeurd (*overtreffende trap, impact, negativiteit, nieuwigheid*) en dat het van dusdanige proporties is dat het ook mensen als Hollande aangaat (*prominentie*). De *impact* en *overtreffende trap* wordt nog eens versterkt doordat Hollande wordt omringd door meerdere mannen in pak (waaronder vermoedelijk beveiligers), en de *prominentie* door het feit dat Hollande precies in het midden is afgebeeld, én dat uitsluitend hij volledig is scherp gesteld. Dit laatste geldt ook voor de referenties aan Hollandes emoties: *overtreffende trap, impact, negativiteit* en *nieuwigheid*. *Personalisatie* heeft geen betrekking op Hollande; dit zou eerder slaan op de onbekende individuen om hem heen. Maar zij zijn niet nadrukkelijk in beeld gebracht.

5.4.2 NOS #4

Kop: *Wereldleiders geschokt door aanslag Parijs*

Intro: Vanuit de hele wereld wordt geschokt gereageerd op de bloedige aanslag in het hart van Parijs. Talloze wereldleiders spreken hun afschuw uit over de terreurdaad, die twaalf levens eiste.

President Hollande sprak kort na de aanslag van een "uitermate barbaarse daad tegen een tijdschrift en tegen journalisten, dus tegen de vrijheid van meningsuiting". Hij voegde eraan toe dat de Franse republiek die vrijheid van meningsuiting beschermt.

Toelichting tekstanalyse: Uit de kop van *NOS* blijkt veel nieuwswaardigheid: er is sprake van *prominentie* en *overtreffende trap* ('wereldleiders'), *negativiteit* ('geschokt' en 'aanslag') en *geografische nabijheid* ('Parijs'), terwijl de term 'geschokt' ook nog wijst op de nieuwswaarden *impact* en *nieuwigheid*. In het intro wordt de weidsheid van deze aanslag benadrukt; er wordt gesproken van *talloze wereldleiders* die *vanuit de hele wereld* reageren op deze gebeurtenis, die bovendien een aanslag op de vrijheid van meningsuiting is. Dit laatste is niet alleen een herkenbaar thema uit de nieuwsagenda (*consonantie*), maar ook een fenomeen dat als typisch westers kan worden beschouwd, en daarmee als *cultureel nabij*. Omdat het commentaar van de wereldleiders de grote aanleiding van dit artikel is, is *prominentie* een belangrijke nieuwswaarde. De reactie van president Hollande – dat het een 'uitermate barbaarse daad' is – versterkt ten slotte de negatieve lading binnen het nieuwsbericht.



Foto: Agence France Presse

Toelichting beeldanalyse: Voor de foto van de *NOS* geldt exact hetzelfde als voor die van *Nu.nl*; het grootste verschil is dat Hollande hier naar beneden kijkt, in plaats van naar boven. Maar dat maakt zijn droeve gesteldheid er niet meer of minder op. *De Volkskrant* heeft dezelfde foto gebruikt, ware het niet dat de versie van *NOS* is bijgesneden, waardoor het extra is toegespitst op Hollande. Waarmee het accent op zijn *prominentie* des te groter is.

5.4.3 Algemeen Dagblad #4

Kop: *Wereld reageert geschokt op aanslag*

Intro: Politici en prominenten hebben woensdag geschokt gereageerd op de aanslag op de redactie van het Franse satirische weekblad *Charlie Hebdo* in Parijs. Premier Rutte sprak zijn verbijstering uit over de aanslag en ook koning Willem-Alexander is diep geschokt.

Toelichting tekstanalyse: In het *Algemeen Dagblad* wordt er al in het intro met namen van prominenten gestrooid. Als enige wordt zelfs koning Willem-Alexander opgevoerd, wiens geschokte gesteldheid nog extra kracht wordt bijgezet met behulp van het woord

'diep.' De belangrijkste nieuwswaarden in deze intro zijn enerzijds *prominentie* en anderzijds het feit dat de prominenten in kwestie stuk voor stuk geschokt zijn: *negativiteit*, *impact* en *nieuwigheid* dus. Bovendien gaat het om Nederlandse en Franse prominenten, waarmee ook *geografische nabijheid* een feit is.



Foto: Algemeen Nederlands Persbureau

Toelichting beeldanalyse: Minder duidelijk is de gezichtsuitdrukking van Mark Rutte. Hij is niet zichtbaar geëmotioneerd, dus daar zijn geen nieuwswaarden uit af te leiden. Er is geen beeldelement met een negatieve lading, dus daar moet deze foto het ook niet van hebben. De enige nieuwswaardigheid van deze foto, is het simpele feit dat het de *Nederlandse premier* Mark Rutte is, en dat er dus sprake is van *geografische nabijheid* en *prominentie*

5.4.4 De Volkskrant #4

Kop: Geschokte reacties: 'Een krant is geen oorlogswapen'

Intro: De Franse president François Hollande twijfelt er niet aan dat de aanval op de redactie van het Franse satirische weekblad Charlie Hebdo een terroristische aanslag was. Zeker elf mensen kwamen om het leven. Hoofdredacteur van Charlie Hebdo Gérard Biard heeft vol onbegrip gereageerd. Een overzicht van reacties vanuit de hele wereld.

Toelichting tekstanalyse: Bij *de Volkskrant* worden in het intro uitsluitend reacties uit Frankrijk zelf benadrukt. De hoofdredacteur van Charlie Hebdo wordt daarbij als relevanter gezien dan bijvoorbeeld de Nederlandse Mark Rutte. In het intro wordt pas vermeld dat de reacties vanuit de hele wereld komen (*overtreffende trap*), dat het überhaupt om prominenten gaat, en dat deze reacties zich laten kenmerken door onbegrip en geschoktheid (*impact*). Wel wordt in de kop alvast een tipje van de sluier gelicht door middel van de zin 'een krant is geen oorlogswapen –' hiermee wordt de *negativiteit* en de *overtreffende trap* benadrukt.



Foto: Agence France Presse

Toelichting beeldanalyse: Zoals eerder vermeld, gebruikt *de Volkskrant* dezelfde foto als de *NOS*, met als verschil dat *de Volkskrant* voor een wijdere uitsnede heeft gekozen. In principe heeft dit weinig gevolgen voor welke nieuwswaarden aanwezig zijn, maar wel voor de manier waarop deze tot uiting komen. De nieuwswaarde *prominentie* is vergeleken met de versie van *NOS* minder nadrukkelijk aanwezig, en het tegenovergestelde geldt voor de *overtreffende trap*; hier zijn het niet een paar mannen in pak, maar *veel* mannen in pak. En niet zomaar een leger van stropdassen, maar een groep waaruit het ene individu nadrukkelijker te herkennen is dan het ander (*personalisatie*). Een andere mogelijke consequentie van dit verdere perspectief – in vergelijking tot de versie van de *NOS* – is ten slotte nog betoogd kunnen worden dat de nieuwswaarden die gekoppeld zijn aan Hollandes emoties relatief minder goed tot uiting komen (*overtreffende trap, impact, negativiteit, nieuwigheid en personalisatie*).

6 Resultaten

Het doel van deze scriptie was om na te gaan in hoeverre het onderzoeksmodel van Bednarek en Caple een werkbaar model is om het discours van nieuwswaardigheid te onderzoeken, of het inzicht oplevert en zo ja welke. In dit hoofdstuk wordt bij beide punten stilgestaan – eerst door terug te komen op de vooraf gestelde beoordelingscriteria, en na te gaan in hoeverre het model hier aan voldoet, vervolgens door in te gaan op wat het model in het geval van deze scriptie aan resultaten heeft opgeleverd, en welke betekenissen deze hebben.

6.1 Beoordeling

De beoordeling bestaat uit twee delen: eerst wordt de eenduidigheid van de linguïstische en fotografische hulpmiddelen belicht, daarna de volledigheid.

Eenduidigheid van de hulpmiddelen

Over het algemeen was het goed duidelijk op welke nieuwswaarde welk hulpmiddel kon wijzen – dit is in te zien in de analyses. Op een paar punten ontstonden echter toch een paar (kleine) problemen.

Allereerst vereisen sommige tekst- of beeldelementen de nodige voorkennis. In dat geval kun je niet zeggen dat ieder persoon hetzelfde waarneemt, en kun je dus ook in twijfel trekken of het voor iedereen even geldig is dat een bepaalde nieuwswaarde wordt geconstrueerd. Dat is vooral bij nieuwswaarde in beeld het geval – wie Frans spreekt, de profeet Mohamed herkent, of het Place de la République in Parijs kent, wordt op een andere manier aangetrokken tot het bericht dan iemand voor wie dit niet geldt.

Ten tweede was er in deze scriptie was ook aandacht voor vormelijke aspecten – hoe beeldkenmerken als compositie, perspectief en licht kunnen bijdragen aan de nieuwswaardigheid van de nieuwsfoto. Op basis van dit onderzoek bleek dat als deze vormelijke aspecten al een rol speelden, dit vooral een versterkende rol was, en geen leidende. Vormelijke kenmerken accentueerden de nieuwswaardigheid die er in feite al was.

Volledigheid van de hulpmiddelen

Zoals Bednarek en Caple zelf al stelden, staat hun model nog in de kinderschoenen, en zou het aangevuld kunnen worden met andere linguïstische en/of fotografische hulpmiddelen die niet in hun lijst zijn opgenomen. Dat bleek ook uit de toepassing van dit model in deze scriptie – de aanvullingen die op basis daarvan op zijn plaats zijn, worden hieronder besproken.

Herkenbare elementen

Allereerst viel op dat de nieuwswaarde *consonantie* in veel foto's aanwezig was, zonder dat er een fotografische hulpmiddel aan kon worden gekoppeld. Bij twee foto's van Agence France Presse is dat bijvoorbeeld het geval. Op de eerste is een persoon te zien die zich schuilhoudt achter een exemplaar van Charlie Hebdo – de voorpagina van dat exemplaar is voorzien van een cartoon waarbij een joodse man (te zien aan zijn pijpenkrullen en zwarte hoed) een Arabier (te zien aan zijn baard en tulband) in een rolstoel voortduwt. Dit kan associaties met de verhouding tussen het jodendom en de islam doen oproepen, en daarmee de nieuwswaarde *consonantie*. Op de tweede foto zijn de letters C, H, A, R, L, I en E te zien in de vorm van waxinelichtjes – een verwijzing naar

het eerdere nieuwsfeit dat de redactie van Charlie Hebdo is aangevallen. Er is echter geen fotografisch hulpmiddel uit de lijst van Bednarek en Caple dat verbonden kan worden aan (een van) deze twee observaties. Een term als *herkenbare elementen* zou hier bijvoorbeeld passend zijn.

Deze term zou ook relevant zijn wanneer in de tekst wordt gesproken van begrippen die niet zozeer verwijzen naar iets uit de nieuwsagenda, maar simpelweg naar iets herkenbaars. De 'vrijheid van meningsuiting' waar Hollande over spreekt, wijst bijvoorbeeld op de afbakening van een bepaalde culturele grens, en dus de nieuwswaarde *culturele nabijheid*, maar net zo goed *consonantie*.

Continuïteit - duiding

In tweede reeks nieuwsberichten die in deze scriptie is geanalyseerd, werd het fenomeen Charlie Hebdo geduid. Dat leidde onder andere tot de kop 'Wat is Charlie Hebdo?' van de NOS – de enige titel uit dit onderzoek waarin zich geen nieuwswaarde bevindt uit de eerder opgestelde lijst. Ook is er geen linguïstisch hulpmiddel aan deze zin te koppelen. Maar waar ontleent dit nieuwsbericht dan zijn ontstaansrecht aan?

Het bericht heeft zoals gezegd de functie om iets te duiden wat als relevant wordt beschouwd omdat het al in het nieuws is geweest, waarmee je het nog het beste zou kunnen houden op een variant op *continuïteit*. Maar wel een specifieke variant daarvan – het bericht is niet alleen nieuwswaardig omdat het past in de nieuwscyclus, maar ook omdat het iets uit die nieuwscyclus toelicht, en duidt.

Positieve elementen

Bednarek en Caple hebben in hun lijst van fotografische hulpmiddelen de term *negatieve elementen* opgenomen, maar niet *positieve elementen*. De reden voor dit onderscheid is niet helemaal duidelijk; een positief element in een nieuwsfoto – zoals de steunbetuigende boodschap in het eerste bericht van het *Algemeen Dagblad* – kan immers wijzen op de nieuwswaarde positiviteit.

Metafoor

In de lijst van linguïstische hulpmiddelen is bovendien de *metafoor* opgenomen, maar in de fotografische hulpmiddelen is dit niet het geval. Toch is er genoeg aanleiding om dit wél te doen: bij de beeldanalyse is het in principe net zo logisch om te spreken van het hulpmiddel metafoor en de nieuwswaarden die daarmee gepaard gaan – *consonantie* of *overtreffende trap* – als bij de tekstanalyse. Van den Broek et al. (2010, p. 107) maken zelfs het onderscheid tussen drie vormen beeldmetaforen: substitutie – waarbij objecten of subjecten elkaar vervangen –, juxtapositie – waarbij objecten of subjecten naast elkaar staan – en hybridisatie, waarbij objecten of subjecten samen tot één beeld fuseren.

6.2 De opbrengsten van het model

Het tweede punt heeft betrekking op de inzichten die het model kan opleveren. Onderzoek dat met behulp van dit model verricht wordt, kan inzicht geven in hoe nieuwswaardigheid werkt, en als kader fungeren om de nieuwswaardigheid van nieuwsberichten te bepalen. Een compleet kader welteverstaan, waarbij niet alleen aandacht geschonken wordt aan de tekst, maar ook aan het beeld. En gezien het feit dat

menselijke hersens beter in staat zijn om beeld te verwerken dan tekst (Grabe & Bucy, 2009, p. 17), lijkt dat een terechte aanvulling.

Dergelijk onderzoek kan bovendien helpen om inzicht te krijgen in wat door een grotere groep mensen onder 'nieuwswaardig' wordt verstaan – niet zozeer omdat het de resultaten zijn van keuzes die nieuwsmakers hebben gemaakt om hun verhalen zo 'nieuwswaardig mogelijk te verpakken,' maar omdat het kan verklaren waarom juist déze berichten veel gelezen worden door lezers, en welke rol beeld daarbij kan spelen.

De rol die beeld kan spelen in het construeren van nieuwswaardigheid, kan alleen inzichtelijk worden gemaakt wanneer het discours van nieuwswaardigheid in zowel tekst als beeld in acht wordt genomen, aangezien ze elkaar kunnen beïnvloeden – de betekenis van beeld kan veranderen naarmate er een andere tekst onder staat, en een tekst kan extra krachtig worden gemaakt (of juist niet) wanneer het gecombineerd wordt met een bepaald beeld.

De toepassing van het model maakt in ieder geval duidelijk dat zowel de kop, het intro als het beeld een dominante rol kunnen bekleden in het construeren van nieuwswaardigheid. Bij zes nieuwsberichten¹ bevat het beeld meer nieuwswaardigheid dan de kop, en bij één nieuwsbericht (Nu.nl #2) is de nieuwsfoto nieuwswaardiger dan het intro. Andersom zijn er ook berichten waarbij juist de tekst meer nieuwswaarde bevat dan het beeld – zowel wanneer het om de kop² gaat als om het intro.³

Ook is gebleken dat tekstuele en visuele nieuwswaarden een goede aanvulling op elkaar kunnen vormen – in de foto van het Algemeen Dagblad uit de laatste reeks, die betrekking heeft op de reacties van wereldleiders, is Mark Rutte te zien, de minister-president (*prominentie-machtelite*) van Nederland (*prominentie-landen* en *geografische nabijheid*). Dit alles blijkt niet uit de kop: het woord 'wereld' wijst weliswaar op wereldleiders, maar had net zo goed betrekking kunnen hebben op andersoortige mensen. De nieuwswaarden die de kop wél laat zien, zijn *overtreffende trap* (de wérelde), *negativiteit* (het gaat om een aanslag, én het woord 'geschokt'), *impact* en *nieuwigheid*.

Het feit dat bepaalde nieuwswaarden we in het bericht van het ene medium voorkomen, maar niet in het soortgelijke bericht van een ander medium, zegt niet altijd even veel. In een kop van het Algemeen Dagblad, 'Charlie Hebdo: Kampioen van de grove, bijtende satire,' stond niet vermeld dat het betrekking had op een gebeurtenis in Frankrijk, terwijl dat toch een essentieel onderdeel lijkt van de gebeurtenis. De afwezigheid van de nieuwswaarde *geografische nabijheid* heeft natuurlijk alles te maken met het feit dat de gemiddelde lezer op dat moment wel op de hoogte was van de aanslag, en waar het plaats had gevonden – het feit dat het woordje 'Frans' ontbreekt, doet er dan vrij weinig toe.

Betekenis van hulpmiddelen

Met behulp van het onderzoeksmodel kan worden nagegaan welke nieuwswaarden er binnen het onderzochte corpus worden geconstrueerd, maar wellicht zijn er ook conclusies te trekken uit de linguïstische en fotografische hulpmiddelen waarmee deze constructies worden blootgelegd. Deze hulpmiddelen dragen in potentie betekenissen met zich mee: een hulpmiddel als *evaluatief taalgebruik* zou bijvoorbeeld kunnen wijzen op het opiniërende karakter van het desbetreffende medium, maar kan ook betrekking hebben op een eventuele gekleurdheid van de auteur. Hetzelfde geldt voor

¹ De Volkskrant #1 en #4, NOS #2 en #5, en Nu.nl #2 en #4

² NOS #1, Algemeen Dagblad #3 en De Volkskrant #3

³ Nu.nl #1, NOS #1, #3 en #4, Algemeen Dagblad #3 en #4, en De Volkskrant #3

hulpmiddelen die een zekere vorm van sensatiezucht kunnen verraden: *intensivering* en *referentie aan emotie* hebben bijvoorbeeld de potentie om de sensationele aspecten van een bepaalde gebeurtenis te benadrukken.

Binnen het model heten deze hulpmiddelen niet voor niets hulpmiddelen – ze dienen ertoe om te laten zien welke nieuwswaarden zich in het bericht bevinden. De vraag welke hulpmiddelen er worden ingezet om dit discours van nieuwswaardigheid te construeren, zou echter ook een uitgangspunt kunnen zijn voor onderzoek – wat zegt het dat nieuwsmedium x zijn nieuwswaardigheid tot uiting laat komen door het op déze manier te brengen? Om daar conclusies over te trekken, is het noodzakelijk om vast te stellen wat deze hulpmiddelen precies voor betekenis zouden kunnen hebben.

Betekenis van de context

Meerdere keren werd François Hollande aangehaald, die de aanval op Charlie hebdo een “aanslag op de vrijheid van meningsuiting” noemde. Door die uitspraak schemerde niet alleen de *impact* van de aanslag door, maar werd deze ook nog getypeerd als iets zeer heftigs (*overtreffende trap*). En je zou kunnen stellen dat de vrijheid van meningsuiting in West-Europa een vrij vanzelfsprekend gedachtegoed is, maar dat dit in veel andere delen van de wereld een stuk minder het geval is. Met het benadrukken van deze vrijheid van meningsuiting, en dat dát in feite ook is aangevallen, maken de desbetreffende nieuwsmedia (de Volkskrant en NOS) dus ook iets duidelijk over de maatschappij waarin hun berichten tot stand zijn gekomen.

In de laatste reeks nieuwsberichten worden de ‘reacties van over de hele wereld’ belicht. Interessant is om te zien wie de verschillende nieuwsmedia als meest relevant zien om binnen dit sjabloon als eerste te noemen – Nu.nl en NOS houden het als eerste naam op François Hollande, wat geen vreemde gedachte is, omdat het zijn land is waar de aanslag heeft plaatsgevonden. De Volkskrant kiest met Charlie Hebdo’s hoofdredacteur Gérard Biard ook voor een relevante naam. Opvallend is dat het Algemeen Dagblad als eerste de namen van Mark Rutte en Willem-Alexander noemen – prominente figuren weliswaar, maar niet de personen die het meest betrokken zijn bij het Franse tijdschrift. Ze lijken vooral zo vroeg genoemd te worden vanwege het feit dat ze *Nederlandse* prominenten zijn, waarmee de nieuwswaarde *geografische nabijheid* klaarblijkelijk zwaar meetelt.

Conclusie

In deze scriptie werd onderzocht of het onderzoeksmodel van Bednarek en Caple geschikt is om het discours van nieuwswaardigheid te onderzoeken, en in hoeverre een onderzoek met dit model kan leiden tot relevante resultaten. Nadat het werd toegepast op een corpus van online berichtgeving over de aanslag op het Franse satirische weekblad Charlie Hebdo in januari 2015, kan geconcludeerd worden dat het een goed werkbaar model is en een heldere basis vormt om analyses mee uit te voeren – wel zijn er een paar kanttekeningen.

Ten eerste bleken er aantal aanvullingen met betrekking tot de fotografische hulpmiddelen op zijn plaats, die binnen het model de functie hebben om op de aanwezigheid van nieuwswaarden in beeld kunnen wijzen. Op basis van de toepassing van het model in deze scriptie, zijn er dan ook een aantal suggesties gegeven voor mogelijke aanvullingen. Ten tweede ontstond er hier en daar het probleem dat nieuwsfoto's voor meerdere interpretaties vatbaar zijn – waarmee er dus ook verschillende interpretaties van de *nieuwswaardigheid* van die beelden kunnen ontstaan. Niet alleen de mate waarin de nieuwswaardigheid van een nieuwsbericht wordt beïnvloed door de accentuering van vormelijke aspecten, maar ook de mate waarin beeldelementen voor de interpretator daadwerkelijk gepaard gaan met nieuwswaardigheid kan per persoon verschillen. Dergelijke problemen zouden wellicht kunnen worden bestreden door het model aan te vullen met perceptieonderzoek. Gestalt-theoretici zouden zich bezig kunnen houden met de manier waarop de vorm van nieuwsfoto's de perceptie beïnvloedt, en retorici met de overtuigingskracht van het beeld.

De resultaten die het model in potentie kunnen opleveren, zouden inzicht kunnen bieden in de manier waarop nieuwswaardigheid werkt, en in het bijzonder de rol die de combinatie van tekst en beeld daarin kan spelen. Het model biedt aanknopingspunten om vast te stellen welke delen van een nieuwsbericht nieuwswaardig zijn, en hoe groot de aandelen van respectievelijk de nieuwsfoto, de kop en het intro daarin kunnen zijn.

Daarmee kan het ook inzicht verschaffen in hoe het *discours van nieuwswaardigheid* vorm krijgt in – in dit geval – online nieuwsberichten. Zoals het een model voor discoursanalyse betaamt, maakt het mogelijk om normen bloot te leggen die bepalen wat nieuwswaardig is en wat niet. In het geval van deze scriptie gebeurde dat op basis van een beperkt corpus – het doel was immers om het model toe te passen, en niet om er grote uitspraken mee te kunnen doen over hoe verschillende Nederlandse nieuwsmedia over nieuwswaardigheid denken. Om daar wel iets over te kunnen zeggen, zou het corpus uit een aanzienlijke hoeveelheid materiaal moeten bestaan. Dat materiaal zou niet alleen op een kwalitatieve, maar ook op een kwantitatieve wijze zou moeten worden geanalyseerd.

De combinatie van tekstuele en visuele nieuwswaardigheid kan ook vanuit andere perspectieven worden onderzocht dan het perspectief van de nieuwstekst, zoals in deze studie het geval is geweest. Er zou bijvoorbeeld kunnen worden nagegaan welk belang beeldredacteuren hechten aan de nieuwswaardigheid binnen foto's – in hoeverre laten zij zich door nieuwswaardigheid leiden tijdens het kiezen van een nieuwsfoto? Anderzijds zou perceptieonderzoek kunnen bijdragen aan inzichten over het belang van visuele nieuwswaardigheid: laten nieuwsconsumenten zich bij het kiezen van nieuws eerder leiden door de geschreven nieuwswaardigheid, of door het bijgeleverde beeld?

Deze combinatie beperkt zich bovendien niet alleen tot online nieuwsberichten met één hoofdfoto – dergelijk onderzoek zou zich net zo goed kunnen richten op nieuwsberichten in de gedrukte pers, of televisiejournalen, zoals Bednarek en Caple zelf ook al aangeven in hun boek (2012a). Je zou ook een stapje verder kunnen gaan, door te onderzoeken hoe nieuwsberichten op social media als nieuwswaardig worden geconstrueerd. Twitter, Facebook, maar ook Instagram zijn social media waar de meeste nieuwsmedia een account op hebben, waarop ze dagelijks hun nieuwsberichten delen – in veel gevallen gaat ook dit om een zekere combinatie tussen tekst en beeld. Bij Instagram, waar het vooral draait om het delen van foto's, zal misschien de visuele nieuwswaardigheid een grote rol spelen, terwijl het bij Twitter wellicht andersom is. En waar tekstuele nieuwswaardigheid doorgaans vooral benadrukt wordt door de kop en het intro, zou daar bij Facebook nog een laag bovenop kunnen komen: de Facebooktekst. Zoals te zien in de Facebooktekst van een bericht ("De Volkskrant," 2015) hieronder, prijkt ónder de foto de kop ("Voor Syrische kinderen in Turkije geen onderwijs"), en een ondertitel, die de kop van wat extra context voorziet. Boven de foto is een tekst die vooral de functie lijkt te hebben om het verhaal invoelbaar te maken – maar construeert deze Facebooktekst het bericht ook als nieuwswaardig? Dat is misschien een verhaal voor een andere keer.

 **de Volkskrant**
2 uur · 

Toen ze met haar man nog in het Syrische Aleppo woonde, stelde Nazmiye zich voor dat hun kinderen later naar de universiteit zouden gaan. Die droom is nu ver weg.



Voor Syrische kinderen in Turkije geen onderwijs
De Syrische Nazmiye, Mhamad en hun dochters werken lange dagen, maar op de Turkse scholen is geen plek voor de kinderen.

VOLKSKRANT.NL | DOOR ANNEKE STOFFELEN

Bron: Facebookpagina van de Volkskrant

Bibliografie

Schriftelijke bronnen

- Allan, S. (1999). *News Culture*. Buckingham: Open University Press.
- Ahmadi, S. El. (2015, 5 mei). Ik heb jullie rug, beste bankiers. Geraadpleegd op 12 september, 2015, van <http://www.volkskrant.nl/opinie/ik-heb-jullie-rug-beste-bankiers~a3944052/>
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. Vertaling: Stephen Heath. Londen: Fontana Press.
- Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
- Bednarek, M. & Caple, H. (2012a). *News Discourse*. Londen/New York: Continuum (tegenwoordig Bloomsbury).
- Bednarek, M. & Caple, H. (2012b). 'Value added': Language, image and news values. *Discourse, Context, Media*, 1, 103-113.
- Bednarek, M., & Caple, H. (2013). *Delving into the Discourse: Approaches to News Values in Journalism Studies and Beyond*. Reuters Institute for the study of journalism. Geraadpleegd op 4 april, 2015, op <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Delving%20into%20the%20Discourse.pdf>
- Bednarek, M. & Caple, H. (2014). Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analyzing news discourse in Critical Discourse Analysis and beyond. *Discourse & Society*, 25(2), 135-158.
- Berg, H. van den. (2004). Discoursanalyse. *KWALON*, 9(2), 29-39.
- Brantner, C., Lobinger, K., & Wetzstein, I. (2011). Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories About the Gaza Conflict 2009. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(3), 523-540.
- Brighton, P. & Foy, D. (2007). *News Values*. London: Sage.
- Burr, V. (2003). *Social Constructionism*. Londen: Routledge.
- Broek, van den, J.; Koetsenruijter, W.; Jong, de, J. & Smit, L. (2010). *Beeldtaal. Perspectieven voor makers en gebruikers*. Den Haag: Boom Lemma.
- Craig, G. (1994). Press photographs and news values. *Australian Studies in Journalism*, 3, 182-200.
- Cotter, C. (2010). *News Talk. Investigating the Language of Journalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De Persgroep Nederland. (z.j.). AD - De Persgroep. Geraadpleegd op 25 mei, 2015, van <http://www.persgroep.nl/onze-merken/ad>
- De Persgroep Nederland. (z.j.). De Volkskrant - De Persgroep. Geraadpleegd op 25 mei, 2015, van <http://www.persgroep.nl/onze-merken/de-volkskrant>
- De Volkskrant. (2015, 6 december). Geraadpleegd op 6 december, 2015, van <https://www.facebook.com/volkskrant/?fref=ts>
- Dijk, T. van. (1988a). *News analysis. Case studies of international and national news in the press*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Dijk, T. van. (1988b). *News as Discourse*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London/New York: Routledge.
- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. New York: Pantheon Books.
- Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-90.

- Gans, H.J. (2004). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Evanston: Northwestern University Press.
- Garcia, M.R. & Stark, P. (1991). *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida: The Poynter Institute.
- Gergen, K. J. (1985). The social constructionist movement in modern psychology. *American Psychologist*, 40, 266-275.
- Gibson, R., Hester, J. B., & Stewart, S. (2001). Pull quotes shape reader perceptions of news stories. *Newspaper Research Journal*, 22(2), 66-79.
- Ginneken, J. van. (2002). *De schepping van de wereld in het nieuws*. Alphen aan de Rijn: Kluwer.
- Golding, P. & Elliot, P. (1979). *Making the News*. Londen: Longman.
- Grabe, M. E. & Bucy, E. P. (2009). *Image Bite Politics: News and the Visual Framing of Elections*. New York: Oxford University Press.
- Hall, E.T. (1966). *The Hidden Dimension*. Garden City, New York: Doubleday.
- Hall, S., Crutcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts, B. (1978). *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. London: Palgrave Macmillan.
- Hall, S. (1981). The determinations of news photographs. In S. Cohen, & J. Young (Red.), *The Manufacture of News. Deviance , Social Problems and the Mass Media* (pp. 226-243). Sage, X: Londen.
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280.
- Hartley, J. (1982). *Understanding News*. London: Methuen.
- iMMovator. (2015, 2 april). NOS experimenteert op Instagram, Nu.nl zet relevantie centraal en Vice News goes Dutch. Geraadpleegd op 25 mei, 2015, van <http://www.immovator.nl/mediatheek/publicaties/nos-experimenteert-op-instagram-nunl-zet-relevantie-centraal-en-vice-news>
- Jørgensen, M., & Phillips, L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Londen: Sage.
- Koetsenruijter, W. & Van Hout, T. (2014). *Methoden voor journalism studies*. Den Haag: Boom Lemma
- Kress, G. & Leeuwen, Th. van. (1996). *Reading images, the grammar of visual design*. Londen: Routledge.
- Lacan, J. (1991/2007). *The other side of psychoanalysis. The seminar of Jacques Lacan, Book XVII*. Vertaling: R. Grigg. New York: Norton.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985) *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. Londen: Verso.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: The Free Press. (Herdruk 1965.)
- Masterton, M. (2005). Asian journalists seek values worth preserving. *Asia Pacific Media Educator*, 16(6), 41-48.
- Nationale Omroep Stichting. (z.j.). Over de NOS - Taken en missie. Geraadpleegd op 25 mei, 2015, van <http://over.nos.nl/organisatie/taken-visie>
- Østgaard, E. (1965). Factors influencing the flow of news. *Journal of Peace Research*, 2 (1), 39-63.
- Palmer, J. (2000). *Spinning into Control: News Values and Source Strategies*. London, York: Leicester University Press.
- Quinn, S. & Stark-Adam, P. S. (2007). What are the differences in reading news in print and online? *Eyetracking the News: A Study of Print and Online Reading*. St. Petersburg (Florida): The Poynter Institute.
- Rau, C. (2010). *Dealing with the Media*. Sidney: University of New South Wales Press.

- Richardson, J.E. (2007). *Analysing Newspapers. An Approach from Critical Discourse Analysis*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Rössler, P., Bomhoff, J., Haschke, J.F., Kersten, J. & Müller, R. (2011). Selection and impact of press photography: An empirical study on the basis of photo news factors. *Communications*, 36, 415-439.
- Sanoma. (z.j.). Nu.nl - Sanoma. Geraadpleegd op 25 mei, 2015, van <http://www.sanoma.nl/merken/artikel/nunl/digital/merk-profiel/>
- Saussure, F. de (1960). *Course in General Linguistics*. Red. C. Bally, A. Sechehaye & A. Reidlinger. Vertaling: W. Baskin. London: Peter Owen.
- Singletary, M.W. & Lamb, C. (1984). News values in award-winning photos. *Journalism Quarterly*, 61(1), 104-233.
- Staab, J.F. (1990). The role of news factors in news selection: A theoretical reconsideration. *European Journal of Communication*, 5, 423-443.
- Tuchman, G. (1973). Making news by doing work: routinizing the unexpected. *American Journal of Sociology*. New York: Queens College.
- Tunstall, J. (1971). *Journalists at Work: Specialist Correspondents: Their News Organizations, News Sources, and Competitor-Colleagues*. London: Constable.
- Tunstall, J. (1996). *Newspaper Power: The New National Press in Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- Verhoeven, M. (z.j.). Philippe Remarque. Geraadpleegd op 12 september, 2015, van <http://www.persgroep.nl/pdf/PhilippereMARQUE.pdf>
- Volledige lezing Halsema: 'Hulporganisaties richten zich op zichtbare hulp om donateur te behagen'. (2013, 20 juni). Geraadpleegd op 24 januari, 2015, op <http://www.volkskrant.nl/opinie/volledige-lezing-halsema-hulporganisaties-richten-zich-op-zichtbare-hulp-om-donateur-te-behagen~a3462091/?akamaiType=FREE>

Corpus

- Algemeen Dagblad. (2015, 7 januari). 'Franse politie is daders aanslag Parijs op het spoor'. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.ad.nl/ad/nl/33624/Aanslag-Parijs/article/detail/3825068/2015/01/07/Franse-politie-is-daders-aanslag-Parijs-op-het-spoor.dhtml>
- Algemeen Dagblad. (2015, 7 januari). Wereld reageert geschokt op aanslag. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.ad.nl/ad/nl/33624/Aanslag-Parijs/article/detail/3824772/2015/01/07/Wereld-reageert-geschokt-op-aanslag.dhtml>
- De Volkskrant. (2015, 7 januari). Geschokte reacties: 'Een krant is geen oorlogswapen'. Geraadpleegd op 27 juni, 2015, van <http://www.volkskrant.nl/buitenland/geschokte-reacties-een-krant-is-geen-oorlogswapen~a3824745/?akamaiType=FREE>
- De Volkskrant. (2015, 7 januari). Politie weet wie daders aanslag Parijs zijn. Geraadpleegd op 27 juni, 2015, van <http://www.volkskrant.nl/buitenland/politie-weet-wie-daders-aanslag-parijs-zijn~a3825048/?akamaiType=FREE>
- De Volkskrant. (2015, 7 januari). Twaalf doden bij aanslag Parijs, daders nog voortvluchtig. Geraadpleegd op 27 juni, 2015, van <http://www.volkskrant.nl/dossier-aanslag-op-charlie-hebdo/twaalf-doden-bij-aanslag-parijs-daders-nog-voortvluchtig~a3824704/?akamaiType=FREE>

- Korteweg, A. (2015, 7 januari). Charlie Hebdo, satirisch blad met heel wat vijanden. Geraadpleegd op 27 juni, 2015, van <http://www.volkskrant.nl/buitenland/charlie-hebdo-satirisch-blad-met-heel-wat-vijanden~a3824728/?akamaiType=FREE>
- NOS. (2015, 7 januari). Bloedige terreuraanslag op satirisch blad in Parijs. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://nos.nl/artikel/2012108-bloedige-terreuraanslag-op-satirisch-blad-in-parijs.html>
- NOS. (2015, 7 januari). Politie: vermoedelijke daders geïdentificeerd. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://nos.nl/artikel/2012184-politie-vermoedelijke-daders-geidentificeerd.html>
- NOS. (2015, 7 januari). Wat is Charlie Hebdo? Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://nos.nl/artikel/2012111-wat-is-charlie-hebdo.html>
- NOS. (2015, 7 januari). Wereldleiders geschokt door aanslag Parijs. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://nos.nl/artikel/2012121-wereldleiders-geschokt-door-aanslag-parijs.html>
- Nu.nl. (2015, 7 januari). Franse politie is daders aanslag Charlie Hebdo op het spoor. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.nu.nl/buitenland/3968309/franse-politie-daders-aanslag-charlie-hebdo-spoor.html>
- Nu.nl. (2015, 7 januari). Reacties: 'Frankrijk in staat van shock'. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.nu.nl/politiek/3968018/reacties-frankrijk-in-staat-van-shock.html>
- Nu.nl. (2015, 7 januari). Tegendraads Charlie Hebdo protesteert tegen extreemrechts, religie en politiek. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.nu.nl/buitenland/3967975/tegendraads-charlie-hebdo-protesteert-extreemrechts-religie-en-politiek.html>
- Nu.nl. (2015, 7 januari). Zeker twaalf doden in Parijs bij aanslag op satirisch magazine. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.nu.nl/buitenland/3967928/zeker-twaalf-doden-in-parijs-bij-aanslag-satirisch-magazine.html>
- Tersteeg, W., & Schut, M. (2015, 7 januari). Twaalf mensen omgekomen bij aanslag in Parijs. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.ad.nl/ad/nl/1013/Buitenland/article/detail/3824713/2015/01/07/Twaalf-mensen-omgekomen-bij-aanslag-in-Parijs.dhtml>
- Zon, H. van. (2015, 7 januari). Charlie Hebdo: Kampioen van de grove, bijtende satire. Geraadpleegd op 28 juni, 2015, van <http://www.ad.nl/ad/nl/33624/Aanslag-Parijs/article/detail/3824856/2015/01/07/Charlie-Hebdo-Kampioen-van-de-grove-bijtende-satire.dhtml>

Bijlage 1 – Nieuwswaarden in tekst

Nieuwswaarden	
Negativiteit	<p><i>Negatieve aspecten van een gebeurtenis.</i></p> <p>Nieuwsverhalen hebben vaak betrekking op ‘negatieve’ gebeurtenissen als oorlog, ongelukken of rampen. Bell (1991, p. 156) noemt negativiteit ‘the basic news value,’ terwijl ook slagzinnen als ‘slecht nieuws is goed nieuws’ en ‘if it bleeds, it leads’ niet uit de lucht komen vallen.</p> <p>In veel gevallen wijkt negatief nieuws af van de norm, waardoor het bovendien raakvlakken vertoont met de nieuwswaarden <i>afwijking</i> en/of <i>consonantie</i>. (Galtung & Ruge, 1965, p. 69-70).</p>
Positiviteit	<p><i>Positieve aspecten van een gebeurtenis.</i></p> <p>Over de geldigheid van <i>negativiteit</i> als nieuwswaarde zijn de meeste theoretici het wel eens (Schulz, 1982; Bell, 1991), maar wat <i>positiviteit</i> betreft is dat in mindere mate het geval. Harcup en O’Neill benadrukten echter dat gebeurtenissen met een positieve ondertoon, zoals reddingen en genezingen, eveneens om juist die reden nieuwswaardig zijn. (2001, p. 279).</p>
Actualiteit	<p><i>De actualiteit van een gebeurtenis.</i></p> <p>“Yesterday’s news’ ceases quickly to be news at all,” aldus Montgomery (2007, p. 5). Dagbladen en het dagelijkse journaal berichten per definitie over gebeurtenissen die recent in het nieuws zijn geweest; nieuws heet niet voor niets ‘nieuws.’</p>
Nabijheid: -culturele nabijheid -geografische nabijheid	<p><i>De geografische en/of culturele relevantie van een gebeurtenis.</i></p> <p>Golding en Elliott verdeelden nabijheid onder in culturele en geografische nabijheid. (1979, p. 119). De eerste heeft betrekking tot culturele overeenkomsten de lezer en datgene waarover bericht wordt – alles wat ‘interpreteerbaar is binnen het culturele kader’ (Galtung & Ruge, 1965, p. 66): omdat Europa meer culturele overeenkomsten vertoont met de Verenigde Staten dan met bijvoorbeeld Peru, zou ook nieuws uit de Verenigde Staten voor een Europeaan relevanter kunnen zijn dan nieuws uit Peru. Masterton voegde daar nog aan toe dat ook historische, sociale en economische definities van nabijheid een rol kunnen spelen. (2005, p. 47). Een bredere definitie is overigens ‘relevantie,’ wat op verschillende schalen kan plaatsvinden: een gebeurtenis kan relevant zijn voor een bepaalde, specifieke doelgroep, maar ook voor een hele samenleving of natie. (Schulz, 1982, p. 152).</p>
Prominentie/elite: -Landen -Organisaties -Personen (machtselite) -Personen (beroemdheden)	<p><i>De hoge status van de individuen (e.g. beroemdheden, politici), organisaties of landen die bij de gebeurtenis betrokken zijn, inclusief geciteerde bronnen.</i></p> <p>Volgens Galtung en Ruge zijn landen, organisaties en personen nieuwswaardiger naarmate hun prominentie groter is (1965, p. 68): wanneer een nationaal bekende zanger het uitmaakt met zijn vriendin, is dit voor media nieuwswaardiger dan wanneer hetzelfde gebeurt met een onbekende aardappelteler uit Assen.</p>

	Harcup en O'Neill maken ook nog het onderscheid tussen de <i>machtse elite</i> ("Stories concerning powerful individuals, organisations or institutions") en <i>beroemdheden</i> ("stories concerning people who are already famous"). (2001, p. 279).
Consonantie	<i>De mate waarin aspecten van een verhaal aansluiten op gangbare opvattingen die mensen hebben over het desbetreffende onderwerp.</i> Een nieuwsverhaal kan nieuwswaardiger worden wanneer bepaalde aspecten voldoen aan heersende stereotypen en/of vooroordelen over bijvoorbeeld personen, landen of organisaties.
Impact	<i>De effecten of gevolgen van een gebeurtenis.</i> De gevolgen van een gebeurtenis kan diezelfde gebeurtenis nieuwswaardig maken – als een natuurramp tot vele doden leidt, is dat nieuwswaardiger dan wanneer iedereen het heeft overleefd. Als de gevolgen van een gebeurtenis invloed hebben op de lezer, is dit des te relevanter. (Van Dijk, 1988a, p. 122).
Nieuwigheid/afwijking	<i>De onverwachte aspecten van een gebeurtenis.</i> Het woord 'nieuws' impliceert dat een gebeurtenis – wil het in het nieuws komen – zal moeten afwijken van een bepaalde norm. Waar Galtung en Ruge nog spraken van "the unexpected (or rare) within the meaningful and the consonant that is brought to one's attention," (1965, p. 67), houden Harcup en O'Neill het op de term 'verrassing.' (2001, p. 279).
Overtreffende trap	<i>De gemaximaliseerde of geïntensiverde aspecten van een gebeurtenis.</i> Hoe groter, sneller, vernietigender of mooier iets is, hoe nieuwswaardiger: "news stories usually focus on maximizing or intensifying particular aspects of an event, say the amount of people it involved, the consequences it has or might have, the numbers mentioned, the size of things, the force of actions, the intensity of behaviour, and so on." (Bednarek en Caple, 2012a, p. 44).
Personalisatie	<i>De persoonlijke of human interest-aspecten van een gebeurtenis.</i> Wanneer een verhaal wordt gepersonaliseerd, wordt het concreter – en dus nieuwswaardiger – dan een verhaal over een abstract concept of proces; complexe processen kunnen begrijpelijk worden gemaakt door gereduceerd te worden tot persoonlijke verhalen. (Golding & Elliott, 1979, p. 122; zie ook Bell, 1991). Ook kan personalisatie bijdragen aan het dramatiseren van een nieuwsverhaal. (Montgomery, 2007, p. 7).

Bijlage 2- Nieuwswaarden in beeld

Nieuwswaarden in beeld	
Negativiteit	<i>Negatieve aspecten van een gebeurtenis.</i> Ook bij beeld valt te verdedigen dat een foto nieuwswaardiger wordt naarmate er sprake is van negatieve elementen.
Positiviteit	<i>Positieve aspecten van een gebeurtenis.</i> Hetzelfde geldt voor positiviteit – bijvoorbeeld wanneer er hoop of vreugde uit een foto spreekt.
Actualiteit	<i>De actualiteit van een gebeurtenis.</i> Tijdigheid kan blijken uit beeld, wanneer het afgebeelde refereert aan iets dat op het moment van zien nog aan de gang is, of zelfs al is afgelopen. Als voorbeelden geven Singletary en Lamb overstromingen, schietpartijen en overvallen (1984, p. 108).
Nabijheid: -culturele nabijheid -geografische nabijheid	<i>De geografische en/of culturele relevantie van een gebeurtenis.</i> Zowel geografische als culturele nabijheid kan blijken uit beeld. Een foto waarop de Eiffeltoren te zien is kan bijvoorbeeld wijzen op allebei: het feit dat de Eiffeltoren verwijst naar de stad Parijs, geeft aan dat er – vanuit Nederlands perspectief – sprake is van geografische nabijheid, en zelf is de Eiffeltoren een beroemd object uit de Westerse wereld – wat dus wijst op culturele nabijheid.
Prominentie/elite: -Landen -Organisaties -Personen (machtselite) -Personen (beroemdheden)	<i>De hoge status van de individuen (e.g. beroemdheden, politici), organisaties of landen die bij de gebeurtenis betrokken zijn, inclusief geciteerde bronnen.</i> De eerder genoemde varianten van prominentie zijn in principe allen te fotograferen, al lijken vooral personen (beroemdheden en machtselite) zich daarvoor te lenen. Bij organisaties ligt het voor de hand om invloedrijke personen binnen die organisatie of een logo als illustratie bij te voegen. In de praktijk zijn het vooral referenties die duidelijk maken om welke organisatie het gaat. Hetzelfde geldt in wezen ook voor landen; om een land 'in beeld te brengen' zal er gekozen moeten worden voor een beeld dat een bepaalde relatie met het land heeft.

Consonantie	<p><i>De mate waarin aspecten van een verhaal aansluiten op gangbare opvattingen die mensen hebben over het desbetreffende onderwerp.</i></p> <p>Van consonantie kan sprake zijn wanneer bepaalde beeldelementen een zekere vorm van herkenbaarheid oproepen, zoals bijvoorbeeld herkenbare plaatsen (Bednarek en Caple 2012a, p. 60).</p>
Impact	<p><i>De effecten of gevolgen van een gebeurtenis.</i></p> <p>“Often [press photo’s] show the after-effects of a disaster, or show the injuries suffered by someone.” (Craig, 1994, p. 197).</p>
Nieuwigheid/afwijking	<p><i>De onverwachte aspecten van een gebeurtenis.</i></p> <p>Kan bijvoorbeeld blijken uit een verraste of geschrokken gezichtsuitdrukking. (Bednarek en Caple 2012a, p. 59).</p>
Overtreffende trap	<p><i>De gemaximaliseerde of geïntensiveerde aspecten van een gebeurtenis.</i></p> <p>De leus “hoe groter, sneller, vernietigender of mooier iets is, hoe nieuwswaardiger,” gaat ook op voor beeld.</p>
Personalisatie	<p><i>De persoonlijke of human interest-aspecten van een gebeurtenis.</i></p> <p>Craig stelt dat verhalen die beschikken over de nieuwswaarde <i>personalisatie</i>, dit vaak hebben omdat ze voorzien zijn van de foto van een persoon dat in het verhaal betrokken is. (1994, p. 193). Dit is op te vatten als een manier om een gebeurtenis concreet en begrijpelijker te maken.</p>
Visuele aantrekkelijkheid	<p><i>De visuele aantrekkelijkheid van een nieuwsfoto.</i></p> <p>Een foto kan ook worden gepubliceerd vanwege het simpele feit dat het beschikt over esthetische kwaliteiten (Bednarek en Caple 2012a, p. 61).</p>

Bijlage 3 – Analyse-overzichten

5.1 Case 1: De bekendmaking van de aanslag

5.1.1 Nu.nl #1

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap en impact	'Zeker twaalf doden'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'In Parijs'
Negatief vocabulaire	Negativiteit en impact	'Doden'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap en impact	'Zeker twee gemaskerde mannen,' 'twaalf mensen gedood' en 'elf mensen gewond'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie	'In Parijs' en 'Franse satirische weekblad'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Wapens'
Negatief vocabulaire	Negativiteit en impact	'Gedood' en 'gewond'
Referentie aan tijd	Actualiteit	'woensdag rond het middaguur'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Negatieve elementen	Negativiteit en impact	Politieagenten
Intensivering	Overtreffende trap	Meerdere politieagenten
Vormelijke aspecten: afstand	Negativiteit	Grote afstand leidt tot een geringe affectie met het tafereel
Vormelijke aspecten: kleur	Negativiteit	De blauwtint geeft het geheel een wat kil overkomen

5.1.2 NOS #1

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Evaluatief taalgebruik	Negativiteit en impact	'Bloedige aanslag'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Terreuraanslag'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing

Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap en impact	'12 doden gevallen' en '4 slecht aan toe'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Terreuraanslag'
Negatief vocabulaire	Negativiteit en impact	'Doden,' 'gewond' en 'slecht aan toe'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Negatieve elementen	Negativiteit	Mannen met geweren
Vormelijke aspecten: perspectief en afstand	Negativiteit	Perspectief van boven, grote afstand tussen de kijker en de twee personen

5.1.3 Algemeen Dagblad #1

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap en impact	'Twaalf mensen omgekomen'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'In Parijs'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Omgekomen' en 'aanslag'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Impact en overtreffende trap	'Twaalf doden gevallen'
Intensivering en kwantificatie	Impact	'Kritieke toestand'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag,' 'Kalashnikovs,' 'schoten' en 'executies'
Negatief vocabulaire	Negativiteit en impact	'Doden,' 'gewond' en 'slachtoffers'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'
Referentie aan tijd	Actualiteit	'Woensdag'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering	Overtreffende trap en impact	Protest van meerdere mensen
Referentie aan emotie	Overtreffende trap, impact, negativiteit en nieuwigheid.	Emotionele gezichtsuitdrukking van meerdere mensen
Positieve elementen	Positiviteit	De tekst 'l'amour plus fort que la haine' ('liefde is sterker dan haat')

Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	De Franstalige tekst
	Consonantie	De titel 'Charlie Hebdo'
Referentie aan individuen	Personalisatie	Individuele staan symbool voor de protesterende menigte
Vormelijke aspecten: licht	Negativiteit	De mensen zijn in het donker afgebeeld
Vormelijke aspecten: compositie en licht	Positiviteit	Het witte papier met de positieve boodschap valt extra op doordat het contrasteert met de achtergrond, en bevindt zich bovendien in het midden van het beeld

5.1.4 De Volkskrant #1 Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Impact en overtreffende trap	'Twaalf doden'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag' en 'daders'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'
Referentie aan tijd	Actualiteit	'Daders <i>nog</i> voortvluchtig'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Impact, overtreffende trap en consonantie	'Aanslag op de vrijheid van meningsuiting'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag,' 'daders,' en 'terroristisch'
Negatief vocabulaire	Negativiteit en impact	'Twaalf doden' en 'vier gewonden'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'
Verwijzing naar functies	Prominentie-machtselectie	'President Hollande'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering	Overtreffende trap en impact	Protest van meerdere mensen
Referentie aan emotie	Overtreffende trap, impact, negativiteit en nieuwheid.	Emotionele gezichtsuitdrukking van meerdere mensen
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	Place de la République in Parijs*

Referentie aan individuen	Personalisatie	Een onbekende vrouw die symbool staat voor de protesterende menigte
Evaluatieve elementen	Positiviteit	De tekst 'Je suis Charlie'
Referentie aan tijd	Actualiteit	De vrouw heeft handschoenen aan – klaarblijkelijk is het winter
Vormelijke aspecten: compositie	Personalisatie	De vrouw wordt dusdanig in beeld gebracht – precies in het midden – dat de aandacht naar haar wordt toetrokken. De twee andere herkenbare personen bevinden aan haar zijden en zijn bovendien kleiner in beeld gebracht.
Vormelijke aspecten: afstand	Overtreffende trap, impact, negativiteit en nieuwigheid.	De <i>intimate</i> -afstand brengt de emotionele gezichtsuitdrukking van de vrouw duidelijk in beeld

5.2 Case 2: Charlie Hebdo geduid

5.2.1 Nu.nl #2 Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Evaluatief taalgebruik	Consonantie	'Protesteert tegen extreemrechts, religies en de traditionele politiek'
Evaluatief taalgebruik	Nieuwigheid/afwijking	'Tegendraads'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Evaluatief taalgebruik	Consonantie	'Ageert (...) tegen extreemrechts, religies en de traditionele politiek.'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
	Consonantie	De profeet Mohammed en de titel 'Charlie Hebdo'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	Franse taal
	Nieuwigheid/afwijking	Tegendraadse cartoon
Vormelijke aspecten: scherpte	Consonantie, geografische nabijheid en prominentie-landen	De titel Charlie Hebdo en Franse taal

5.2.2 NOS #2

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuwswaarde	Verwijzing
-	Continuïteit	Wat is Charlie Hebdo
Intro		
Hulpmiddel	Nieuwswaarde	Verwijzing
Referenties aan tijd	Actualiteit	'Vanochtend'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag,' 'onder vuur te liggen,' 'rellen' en 'Molotov-cocktail'
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	'IS-leider'
Vergelijking	Continuïteit	Vergelijkingen met 2006, de tweet over al-Baghdadi en 2011
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'
Referenties aan effecten of impact op individuen, entiteiten etc.	Impact	'Dat vandaag doelwit was van een aanslag,' 'rellen' en 'aanslag met een Molotov-cocktail'

Beeldanalyse: Omdat dit bericht wordt bijgestaan door dezelfde nieuwsfoto als *Nu.nl* #2, werd hier de bijbehorende beeldanalyse niet herhaald.

5.2.3 Algemeen Dagblad #2

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuwswaarde	Verwijzing
Evaluatief taalgebruik	Consonantie	'Kampioen van de <i>grove</i> , <i>bijtende satire</i> '
Evaluatief taalgebruik	Afwijking en prominentie	'Kampioen'
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	'Kampioen'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Grove'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuwswaarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Franse'
Metafoor	Overtreffende trap en consonantie	'Gestrekt been' en ' <i>voor iedereen is er een keiharde tackle</i> '
Vergelijking	Consonantie	' <i>Elke publicatie gaat het ...</i> '
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	'Politici, bankiers, profeten of een kalief'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan emoties	Impact, negativiteit, personalisatie	De uitgever kijkt bezorgd en geschokt
Referentie aan individuen	Personalisatie	De uitgever van Charlie Hebdo
Negatieve elementen	Impact en negativiteit	Schade aan het gebouw
Intensivering	Impact en overtreffende trap	Schade aan het gebouw bestaat uit een reeks objecten
	Consonantie	Charlie Hebdo, een Arabier
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	De <i>Franse</i> taal op het blad Charlie Hebdo
	Nieuwigheid/afwijking	Tegendraadse cartoon

5.2.4 De Volkskrant #2 Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	'Heel wat vijanden'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Vijanden'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag,' en 'processen en bedreigingen'
Negatief vocabulaire	Negativiteit en impact	'Doden'
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	'Wordt al lang achtervolgd door processen en bedreigingen'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Franse' en 'Parijs'
Referenties aan tijd	Actualiteit	'Vandaag'
Evaluatief taalgebruik	Negativiteit	' <i>Provocerende</i> blad'
Vergelijking	Continuïteit	'Staat niet op zichzelf' en 'wordt <i>al langer</i> achtervolgd'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Evaluatieve elementen	Negativiteit	'Men mag niet spotten,' een invalide en de verschuiling van een persoon achter het blad
	Consonantie	Charlie Hebdo, een moslim en een jood
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	De <i>Franse</i> taal op het blad Charlie Hebdo
	Nieuwigheid/afwijking	Tegendraadse cartoon

Referentie aan individuen	Personalisatie	Een persoon houdt het blad vast
---------------------------	----------------	---------------------------------

5.3 Case 3: De daders op het spoor

5.3.1 Nu.nl #3

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Franse politie'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Politie,' 'daders' en 'aanslag'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs,' 'Franse veiligheidsdienst' en 'Reims'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Daders,' 'schietpartij' en 'anti-terreuractie'
Intensivering en kwantificatie	Impact en overtreffende trap	'In de stad Reims zou een grote anti-terreuractie gaande zijn'
Referentie aan tijd	Actualiteit	'In de stad Reims zou een grote anti-terreuractie gaande zijn'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan emotie	Impact, negativiteit en nieuwigheid.	Steunbetuigingen op straat.
Evaluatieve elementen	Positiviteit	Steunbetuigingen op straat
	Consonantie	De tekst 'Charlie'
Intensivering	Impact en overtreffende trap	Meerdere mensen
Referentie aan individuen	Personalisatie	Een onbekend persoon steekt de kaarsjes aan, een kind is zichtbaar
Vergelijking	Overtreffende trap	Een persoon steekt de kaarsjes aan, de rest staat
Vormelijke aspecten: compositie	Personalisatie	Het kind is precies in het midden afgebeeld, pas nét het kader; de man die de kaarsjes uitsteekt is de enige die niet staat
Vormelijke aspecten: compositie en licht	Consonantie	De tekst 'Charlie' is letterlijk opgelicht, en bevindt zich bovendien op een heldere positie: uitgestrekt onderin het beeld
Vormelijke aspecten: licht	Positiviteit	De tekst 'Charlie' is op te vatten als letterlijk lichtpuntje in de duisternis

5.3.2 NOS #3

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Politie' en 'daders'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Franse politie' en 'Gennevilliers (Parijs)'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Politie,' 'daders,' 'aanslag' en 'terreurnetwerk'
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	'Jemenitisch terreurnetwerk'
Referentie aan effecten of impact op individuen, entiteiten etc.	Consonantie	'Jemenitisch terreurnetwerk'
Referentie aan individuen	Personalisatie	'Het gaat om twee broers van begin 30 en een 18-jarige man'

Beeldanalyse: Omdat dit bericht dezelfde nieuwsfoto heeft als NOS #1, wordt de bijbehorende beeldanalyse niet herhaald.

5.3.3 Algemeen Dagblad #3

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Franse politie'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Politie,' 'daders' en 'aanslag'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Franse politie' en 'Parijs'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Politie,' 'daders' en 'aanslag'
Referentie aan individuen	Personalisatie	'Het zou gaan om drie mannen van 18, 32 en 34 jaar. De twee dertigers zijn broers en hebben de Franse identiteit. De identiteit van de jongste is nog niet bekend.'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Negatieve elementen	Negativiteit	Mannen met geweren
Vormelijke aspecten: perspectief en afstand	Negativiteit	Perspectief van boven, grote afstand tussen de kijker en de twee personen

5.3.4 De Volkskrant #3

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Politie,' 'daders' en 'aanslag'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	' <i>Franse</i> politie' en 'Pantin (Parijs)'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Politie,' 'verdachten' en 'aanslag'
Referentie aan individuen	Personalisatie	'De derde verdachte zou een jongen zijn zonder vaste woon- of verblijfplaats'
Referentie aan effecten of impact op individuen, entiteiten etc.	Continuïteit	'Teruggekeerd uit <i>Syrië</i> '

Beeldanalyse: Omdat dit bericht dezelfde nieuwsfoto heeft als NOS #1, wordt de bijbehorende beeldanalyse niet herhaald.

5.4 Case 4: Reacties van wereldleiders

5.4.1 Nu.nl #4

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan emotie	Negativiteit, impact en nieuwigheid	'In staat van shock'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Frankrijk'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	' <i>Franse</i> president François Hollande,' 'Frankrijk,' ' <i>Franse</i> satirische weekblad' en 'Parijs'
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	'President'
Referentie aan tijd	Actualiteit	'Woensdag'
Referentie aan emotie	Impact en negativiteit	'In staat van shock'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag'
Negatief vocabulaire	Impact en negativiteit	'Doden'
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap en impact	'Zeker twaalf doden'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan emotie	Overtreffende trap, impact, negativiteit, nieuwigheid en personalisatie	Emotionele gezichtsuitdrukking van president François Hollande en omstanders
Rolaanduiding	Prominentie-macht selite	President Hollande
Intensivering	Impact en overtreffende trap	Meerdere mannen in pak (beveiligers) rondom president Hollande
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	Hollande is de president van <i>Frankrijk</i>
Vormelijke aspecten: compositie en scherpte	Overtreffende trap, impact, negativiteit, nieuwigheid, prominentie-macht selite	President Hollande is afgebeeld in het midden, en bovendien scherper dan de andere beeldelementen

5.4.2 NOS #4

Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Rolaanduiding	Prominentie-macht selite	'Wereldleiders'
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	' <i>Wereldleiders</i> '
Referentie aan emotie	Negativiteit, impact en nieuwigheid	'Geschokt'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag'
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'Parijs'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	'Vanuit de hele wereld' en 'tallose wereldleiders'
Referentie aan emotie	Negativiteit, impact en nieuwigheid	'Geschokt' en 'afschuw'
Evaluatief taalgebruik	Impact en negativiteit	' <i>Bloedige aanslag</i> '
Evaluatief taalgebruik	Negativiteit	' <i>Uitermate barbaarse daad</i> '
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap en impact	'In het <i>hart</i> van Parijs,' 'die twaalf levens eiste' en 'uitermate barbaarse daad tegen een tijdschrift en tegen journalisten, dus tegen de vrijheid van meningsuiting'

Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	'In het hart van <i>Parijs</i> '
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	'Talloze wereldleiders'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag' en 'terreurdaad'
Referentie aan een plaats	Culturele nabijheid en prominentie-landen	'De vrijheid van meningsuiting'
-	Consonantie	'De vrijheid van meningsuiting'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan emotie	Overtreffende trap, impact, negativiteit en nieuwigheid	Emotionele gezichtsuitdrukking van president François Hollande
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	President Hollande
Intensivering	Impact en overtreffende trap	Meerdere mannen in pak (beveiligers) rondom president Hollande
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	Hollande is de president van <i>Frankrijk</i>
Vormelijke aspecten: compositie en scherpte	Overtreffende trap, impact, negativiteit, nieuwigheid en prominentie-machtselite	President Hollande is afgebeeld in het midden, en bovendien scherper dan de andere beeldelementen

5.4.3 Algemeen Dagblad #4 Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Hulpmiddel	Hulpmiddel
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	'Wereld'
Referentie aan emotie	Negativiteit, impact en nieuwigheid	'Geschokt'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	'Politici en prominenten,' 'premier Rutte' en 'koning Willem-Alexander'
Referentie aan tijd	Actualiteit	'Woensdag'
Referentie aan emotie	Negativiteit, impact en nieuwigheid	'Geschokt'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Aanslag'
Negatief vocabulaire	Negativiteit en impact	'Geschokt'

Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-machtselite	'Franse,' 'Parijs,' 'premier Rutte' en 'koning Willem-Alexander'
Intensivering en kwantificatie	Impact, overtreffende trap en nieuwigheid	'Diep geschokt'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	<i>Premier</i> Mark Rutte
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	Rutte is de premier van <i>Nederland</i>

5.4.4 De Volkskrant #4 Tekstanalyse

Kop		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan emotie	Negativiteit, impact en nieuwigheid	'Geschokt'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Oorlogswapen'
Metafoor	Overtreffende trap	'Een krant is geen oorlogswapen'
Intro		
Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie	' <i>Franse</i> satirische weekblad'
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite en prominentie-beroemdheden	' <i>President</i> François Hollande' en ' <i>Hoofdredacteur</i> van Charlie Hebdo Gérard Biard'
Negatief vocabulaire	Negativiteit	'Oorlogswapen,' 'aanval' en 'terroristische aanslag'
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap	' <i>Zeker elf mensen</i> kwamen om het leven'
Referentie aan emotie	Negativiteit, impact en nieuwigheid	'Geschokt' en 'vol onbegrip'
Intensivering en kwantificatie	Overtreffende trap en impact	'Reacties vanuit de hele wereld'

Beeldanalyse

Hulpmiddel	Nieuws waarde	Verwijzing
Referentie aan emotie	Overtreffende trap, impact, negativiteit, nieuwigheid en personalisatie	Emotionele gezichtsuitdrukking van president François Hollande en omstanders

Referentie aan individuen	Personalisatie	De omstanders in pak gelden als onbekende personen
Rolaanduiding	Prominentie-machtselite	President Hollande
Intensivering	Impact en overtreffende trap	Veel mannen in pak (beveiligers) rondom president Hollande
Referentie aan een plaats en elite-landen	Geografische nabijheid en prominentie-landen	Hollande is de president van <i>Frankrijk</i>
Vormelijke aspecten: compositie en scherppte	Overtreffende trap, impact, negativiteit, nieuwigheid en prominentie-machtselite	President Hollande is afgebeeld in het midden, en bovendien scherper dan de andere beeldelementen