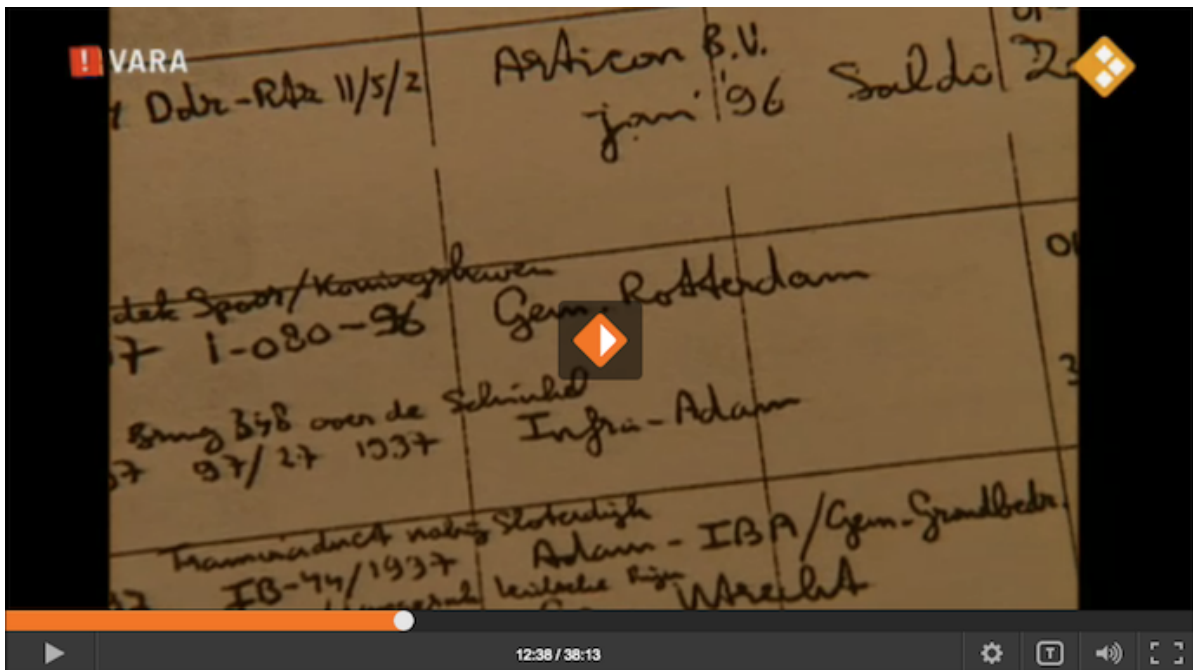


# Nieuws als Aristotelisch drama

*Gaat het toevoegen van drama en sensatie ten koste van journalistieke geloofwaardigheid? Een case-study naar Zembla's Sjoemelen met Miljoenen*



Naam: Cristiana Terwilliger  
Studentnummer: s1616315  
Begeleiders: Jaap de Jong en Sebastiaan van der Lubben  
Tweede lezer: Peter Burger  
Opdracht: MA-scriptie Journalistiek en Digitale Media  
Instelling: Universiteit Leiden  
Datum: 18-05-2016  
Aantal woorden: 13.748 woorden

## Voorwoord

Voor u ligt 'Nieuws als Aristotelisch drama': een case study naar *Zembla's* 'Sjoemelen met Miljoenen'. Deze masterthesis is geschreven in het kader van mijn afstuderen aan de opleiding Journalistiek en Digitale Media aan Universiteit Leiden.

De dramatisering en sensationisering van het nieuws vind ik een interessant onderwerp, met name of dit ten koste gaat van de journalistieke geloofwaardigheid. Onderzoekers Grabe en Zhou hebben hier aan de hand van het Amerikaanse programma *60 Minutes* onderzoek naar gedaan, waarna ik ervoor heb gekozen om aan de hand van hun methode de vergelijkbare televisienieuwsdocumentaire *Zembla* onder de loep te nemen.

Deze masterthesis is niet zonder slag of stoot van de grond gekomen. Het was lastig te combineren met een stage, vakken, opdrachten en tentamens, maar na het afronden van mijn laatste tentamen heb ik me voor de volle honderd procent ingezet. Vanaf dit moment hebben mijn begeleiders, Jaap de Jong en Sebastiaan van der Lubben, veel tijd vrijgemaakt om mij persoonlijk te begeleiden, mijn vragen te beantwoorden en feedback te geven waardoor ik grote stappen heb kunnen maken en verder kon met mijn onderzoek.

Bij dezen wil ik graag mijn begeleiders bedanken voor de goede begeleiding en hun ondersteuning tijdens deze masterthesis en iedereen die mij heeft ondersteund tijdens het schrijfproces.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Cristiana Terwilliger

Amsterdam/Leiden, 18 mei 2016

## Abstract

Door de jaren heen is (televisie)nieuws steeds meer overeenkomsten gaan vertonen met drama en is er sprake van sensationisering, waardoor men spreekt over *global soap opera* of *Foxification*. Grabe en Zhou hebben dit verschijnsel bestudeerd in “News as Aristotelian Drama: The Case of *60 Minutes*” (2003), door te onderzoeken op welke manier *60 Minutes* – het langstlopende onderzoeksjournalistieke programma in de Verenigde Staten – dramatische (stijl)middelen en/of kenmerken toepast door middel van visuele en narratieve inhoud. In deze masterthesis wordt met de methode van Grabe en Zhou onderzoek gedaan naar de manier waarop *Zembla* – een televisienieuwsdocumentaire die al twintig jaar grondig onderzoek doet naar ontwikkelingen en gebeurtenissen in de samenleving – informatie visualiseert. Hiervoor is de uitzending over de bouwfraude geselecteerd, ‘Sjoemelen met Miljoenen’, welke door programmamaker Jos van Dongen wordt gezien als een van de meest invloedrijke uitzendingen in de geschiedenis van *Zembla*. Na analyse blijkt dat de visuele en narratieve inhoud, structurele kenmerken, personages en ethos, pathos en logos overeenkomsten vertonen met de eisen die Aristoteles aan drama en overtuigende communicatie heeft gesteld.

Zembla – bouwfraude – 60 Minutes – Grabe en Zhou – Aristoteles – drama – nieuws

# Inhoudsopgave

Voorwoord

Abstract

1. Inleiding .....	5
2. Theoretisch kader .....	9
2.1 Breen .....	9
2.2 Uribe & Gunter .....	10
2.3 Vettehen, Nuijten & Beentjes .....	10
2.4 Grabe, Zhou & Barnett .....	11
2.5 Grabe & Zhou .....	11
2.6 Aristoteles .....	13
2.7 Resultaten Grabe & Zhou .....	15
3. Methode en operationalisering: kwalitatieve inhoudsanalyse .....	17
3.1 Inhoudsanalyse .....	18
3.2 Visual content .....	19
3.3 Narrative content .....	19
3.4 Structural features .....	20
3.5 Characters of television news .....	21
4. Casusbeschrijving: Zembla en de bouwfraude .....	22
5. Analyse: Sjoemelen met Miljoenen .....	26
5.1 Visuele en narratieve inhoud .....	29
5.1.1 Bevindingen Grabe & Zhou .....	29
5.1.2 Bevindingen Sjoemelen met Miljoenen .....	30
5.1.3 Antwoord deelvraag 1 + 2 .....	32
5.2 Structurele kenmerken .....	33
5.2.1 Bevindingen Grabe & Zhou .....	33
5.2.2 Bevindingen Sjoemelen met Miljoenen .....	34
5.2.3 Antwoord deelvraag 3 .....	35
5.3 Personages .....	36
5.3.1 Bevindingen Grabe & Zhou .....	36
5.3.2 Bevindingen Sjoemelen met Miljoenen .....	37
5.3.3 Antwoord deelvraag 4 .....	41
5.4 Ethos, pathos en logos .....	42
5.4.1 Ethos .....	42
5.4.2 Pathos .....	44
5.4.3 Logos .....	45
6. Conclusie .....	48
7. Discussie .....	51
Literatuurlijst .....	52
Bijlage 1: Transcript Sjoemelen met Miljoenen .....	54

# 1. Inleiding

Door de jaren heen is het nieuws – zowel op vormelijk als inhoudelijk vlak – veel veranderd en behoren sensatie, personalisering, dramatisering, minder duiding en een hoger tempo tot de kenmerken (Biltreyst en Peeren 2003, p. 116). Vooral dramatisering – of sensationalisering – in de journalistiek is een veelbesproken onderwerp, maar er wordt vaker over gedebatteerd dan dat er daadwerkelijk onderzoek naar wordt gedaan (Grabe et. al 2001, p. 635). Paola Pastacaldi, senior editor van het Italiaanse *Chi* – een tijdschrift gericht op vrouwen dat verhalen, interviews en exclusieve foto's publiceert – omschrijft het nieuws als een “*global soap opera*”: “Television soaps have taught the press a lesson. Even war must have its weeping characters, heroes or heroines, who function as icons allowing us to celebrate our pain.” (Biltreyst & Peeren 2003, p. 146). Andere critici spreken over de “*Foxification of news*” wanneer ze hun zorgen uiten over “the overly dramatic packaging of (local) news.” (Grossman 1997; Stark 1997).

Programmamakers staan voor een dilemma: aan de ene kant moet nieuws betrouwbaar zijn, maar aan de andere kant ook dramatisch zodat de kijker de aandacht erbij houdt en geïnteresseerd blijft. Dit is het geval bij *Zembla's* ‘Sjoemelen met Miljoenen’ (2001): hoe vertel je het verhaal van een klokkenluider die een schaduwboekhouding overhandigt op een interessante manier? Deze ene uitzending van nog geen veertig minuten leidde uiteindelijk tot een Parlementaire Enquête en het aftreden van Minister Korthals.<sup>1</sup> Programmamaker Jos van Dongen ziet de uitzending als een van de meest invloedrijke afleveringen van *Zembla* en oud-Kamerlid Rob van Gijzel bestempelt de bouwfraude zelfs als het grootste schandaal uit de Nederlandse geschiedenis (bron: ‘Sjoemelen met Miljoenen’).

Maria Elizabeth Grabe en Shuhua Zhou hebben in “News as Aristotelian Drama: The Case of *60 Minutes*” (2003) onderzoek gedaan naar de manier waarop *60 Minutes* – het langstlopende onderzoeksjournalistieke programma in de Verenigde Staten – dramatische (stijl)middelen en kenmerken toepast door middel

---

<sup>1</sup> Hij was op het moment van aftreden Minister van Defensie, maar moest aftreden voor zijn rol als Minister van Justitie.

van visuele en narratieve inhoud. Journalistieke nieuwsprogramma's met feitelijke en betrouwbare verslaggeving – zoals *60 Minutes* en *Zembla* – hanteren verschillende dramatiseringstechnieken die volgens Grabe en Zhou terug te voeren zijn op de klassieke retorica en elementen uit (Griekse) tragedies. De methode die Grabe en Zhou voor hun analyse naar *60 Minutes* hebben ontwikkeld zal in dit onderzoek op *Zembla* worden toegepast, waarna wordt onderzocht of 'Sjoemelen met Miljoenen' overeenkomsten vertoont met de eisen die Aristoteles aan drama en overtuigende communicatie heeft gesteld. Om dit te onderzoeken worden de visuele en narratieve inhoud, structurele kenmerken, personages en ethos, pathos en logos aan de hand van een kwalitatieve inhoudsanalyse bestudeerd. Deze masterthesis zal het debat over dramatisering een gevolg geven. Daarnaast zal duidelijk worden of de methode van Grabe en Zhou een goede retorische benadering is om een visuele boodschap te onderzoeken en of het toevoegen van drama ten koste gaat van de journalistieke geloofwaardigheid. De hoofdvraag luidt als volgt:

Hoe visualiseert *Zembla* haar informatie en gaat het toevoegen van drama ten koste van de journalistieke geloofwaardigheid?

Om er achter te komen hoe *Zembla* haar informatie visualiseert en op welke manier 'Sjoemelen met Miljoenen' overeenkomsten vertoont met de eisen die Aristoteles aan drama en overtuigende communicatie heeft gesteld, zijn er vier deelvragen opgesteld. Op deze manier is het overzichtelijker om de visuele en narratieve inhoud, structurele kenmerken, personages en ethos, pathos en logos los van elkaar te analyseren. De deelvragen luiden als volgt:

1. Bevat de visuele inhoud van *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (plot en schouwspel) en dimensies van zijn drieslag (logos en pathos)?
2. Bevat de narratieve inhoud van *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (plot, schouwspel en worsteling) en dimensies van zijn drieslag (logos en pathos)?

3. Bevatten de structurele kenmerken in *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (schouwspel en muziek) en pathos?
4. Representeren de personages die voorkomen in *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (dialogoog en personage) en dimensies van zijn drieslag (ethos, pathos en logos)?

In het tweede hoofdstuk – het theoretisch kader – wordt dieper ingegaan op het onderzoek van Grabe en Zhou, de zes dimensies van drama – personage, plot, gedachte, vertoning, voordracht (dialogoog) en muziek – en de drie voorwaarden die Aristoteles aan overtuigende argumentatie stelt – ethos, pathos en logos. Het derde hoofdstuk bespreekt de methode en operationalisering. Hierin wordt uitgelegd wat een inhoudsanalyse is en wordt de methode die Grabe en Zhou voor hun onderzoek hebben ontwikkeld – die op *Zembla* wordt toegepast – uiteengezet. Daarna volgt de casusbeschrijving in hoofdstuk vier, waarin er achtergrondinformatie volgt over *Zembla* en de uitzending van ‘Sjoemelen met Miljoenen’. Hoofdstuk vijf beslaat de analyse. Hierin wordt de aflevering per categorie – visuele en narratieve inhoud, structurele kenmerken, personages en ethos, pathos en logos – geanalyseerd. Er wordt eerst een korte samenvatting gegeven van de uitzending, waarna wordt uitgelegd wat de categorieën inhouden, wat de bevindingen van Grabe en Zhou waren bij *60 Minutes*, de bevindingen na het analyseren van ‘Sjoemelen met Miljoenen’ en het antwoord op de deelvragen. Hoofdstuk zes bevat de conclusie, waaruit blijkt dat de visuele en narratieve inhoud, structurele kenmerken, personages en ethos, pathos en logos in de aflevering overeenkomsten vertonen met de eisen die Aristoteles aan drama en overtuigende communicatie heeft gesteld en dat de methode van Grabe en Zhou een goede retorische benadering is om een visuele boodschap te onderzoeken. Hoofdstuk zeven is het discussiehoofdstuk, waarin onder andere wordt ingegaan op vervolgonderzoek.

Deze masterthesis vertoont overeenkomsten met het onderzoek van Grabe en Zhou, maar er zijn ook een aantal verschillen tussen de twee. Ten eerste hebben zij het Amerikaanse *60 Minutes* onderzocht, maar voor dit onderzoek wordt de Nederlandse

televisienieuwsdocumentaire *Zembla* bestudeerd. Daarnaast hebben zij uitzendingen over een periode van zes maanden onderzocht en wordt hier slechts één uitzending geanalyseerd die veel impact heeft gehad: 'Sjoemelen met Miljoenen'. Ook is hun analyse een combinatie van een kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse, terwijl dit onderzoek zich voornamelijk zal richten op kwalitatieve inhoudsanalyse. De onderzoeken komen wel overeen als men kijkt naar het soort programma: zowel *60 Minutes* als *Zembla* zijn onderzoeksjournalistieke programma's en televisienieuwsdocumentaires. Met deze masterthesis krijgt het debat over dramatisering een gevolg.



## 2. Theoretisch kader

Er zijn meerdere onderzoeken die de dramatisering en sensationisering van het nieuws hebben bestudeerd, waarvan er in dit theoretisch kader vijf kort zullen worden besproken. Dit zijn de onderzoeken van: Breen (1983), Uribe & Gunter (2007), Vettehen, Nuijten & Beentjes (2010), Grabe, Zhou & Barnett (2001) en Grabe & Zhou (2003). Naast het feit dat de onderzoeken allemaal ingaan op de dramatisering en sensationisering van het nieuws, bespreken ze ook de voor- en nadelen en de positieve en negatieve effecten ervan. Vervolgens worden de belangrijkste boeken van Aristoteles kort uiteengezet – *Rhetorica* en *Poëtica* – en volgt er een verklaring waarom er uiteindelijk is gekozen voor de methode van Grabe en Zhou. Tot slot worden de resultaten van Grabe en Zhou's onderzoek naar *60 Minutes* besproken.

### 2.1 Breen

In "Television News is Drama: The Dramatic Thrust Theory of Television News" (1983), heeft Myles Breen kritiek op het Australische nieuws verzameld, waaruit bleek dat televisienieuws van oppervlakkige aard was: "[...] the charge is that television news is not concerned with contributing to the decision-making of a reasoning, informed public." (Breen 1983, p. 42). De Australische nieuwsprogramma's hebben het Amerikaanse nieuwsformat overgenomen. Hij meent dat de verhalen eerder worden gekozen vanwege hun dramatische impact in plaats van de intrinsieke bruikbaarheid. Eenmaal gekozen wordt het nieuws op een dramatische manier geordend en gestructureerd, omdat het publiek op deze manier wordt gegrepen en het goed is voor de kapitalistische markt (p. 42-43). Dit definieert hij als de *dramatic thrust theory*: "Organizational constraints demand that stories be selected on a dramatic basis. Mechanisms by which both the actors – the news professionals – and the audience accept their constructed reality." (p. 45).

## 2.2 Uribe & Gunter

Rodrigo Uribe en Barrie Gunter hebben in “Are ‘Sensational’ News Stories More Likely to Trigger Viewers’ Emotions than Non-Sensational News Stories?” (2007) onderzocht of men bij ‘sensationele’ nieuwsverhalen emotioneler reageert dan bij andere televisienieuwsverhalen. Uit hun resultaten blijkt dat nieuwsverhalen die traditioneel als sensationeel worden bestempeld – “[...] a term that implies a dramatic and therefore emotion-arousing imperative” (p. 207) – niet per se meer emotie-opwekkende kenmerken bevatten dan andere nieuwsverhalen. Alleen in *crime stories* en een beperkt aantal politieke verhalen is er sprake van met emotie beladen attributen (Uribe en Gunter 2007, p. 207). Ze geven aan dat er een tweedeling is als het gaat om dramatisering. Sommigen vinden dat het toevoegen van drama ten koste gaat van de maatschappelijke taak van de journalistiek: “[...] a more dramatized style of coverage undermines the role of the press to enlighten in democratic societies.” (p. 208). Anderen beweren juist: “[...] more dramatic or sensational stories are not necessarily synonymous with low quality journalism. News items that play on the emotions of news consumers could nevertheless contain high quality elements such as rich background information and informed references to political processes.” (p. 208).

## 2.3 Vettehen, Nuijten & Beentjes

Vettehen, Nuijten en Beentjes hebben in “News in an Age of Competition: The Case of Sensationalism in Dutch Television News, 1995-2001” (2010) sensationisme in het Nederlandse nieuws bestudeerd. Hiervoor hebben ze bij drie Nederlandse nieuwsprogramma’s – *NOS Journaal*, *RTL Nieuws* en *Het Nieuws* op SBS6 – onderscheid gemaakt tussen vier categorieën die hier volgens hen aan bijdragen: *tabloid packaging*, *basic needs content*, *concreteness* en *proximity*. Zij ontdekten dat er tussen de periode 1995 en 2001 meer gebruik werd gemaakt van sensationisme en komen tot de conclusie dat er in het Nederlandse nieuws sprake is van een trend waarbij sensationele productietechnieken worden gebruikt. Sommige onderzoekers en critici vinden dit een negatief aspect: “[...] it will produce news with a generally low informational level and a homogeneous content [...]” (p. 282), maar anderen

vinden de effecten niet zozeer negatief: “[...] the pressure of the market urges journalists to take the information needs of the public very seriously.” (p. 282).

#### **2.4 Grabe, Zhou & Barnett**

In “Explicating Sensationalism in Television News: Content and the Bells and Whistles of Form” (2001) doen Grabe, Zhou en Barnett onderzoek naar sensationisme in televisienieuws, omdat het een veelbesproken, maar weinig onderzocht onderwerp is. Ze geven aan welke zorgen men uit over sensationistische journalistiek: “It violates notions of social decency; it displaces socially significant stories; and it is seen as a new-sprung drift into excessiveness.” (p. 635-636). Om het concept van sensatie te verduidelijken hebben ze twee verschillende soorten programma’s onderzocht: een “sensational tabloid news program (*Hard Copy*)” en een “proper television news magazine program (*60 Minutes*)” (p. 636). Om het verschil in gebruik van sensatie tussen beide programma’s te ontdekken hebben ze verschillende categorieën geanalyseerd, waaronder: *content*, *form*, *video manoeuvres*, *decorative effects* en *sensational and non-sensational story content*. Ze komen tot de conclusie dat: “*60 Minutes* reporters certainly pay homage to democratic ideals by focusing on socially significant news topics. Politics and economics were featured in close to half of the *60 Minutes* segments analyzed.” (p. 651).

#### **2.5 Grabe & Zhou**

In “News as Aristotelian Drama: The Case of *60 Minutes*” (2003) gaan Grabe en Zhou verder in op dramatisering van het nieuws en bestuderen ze opnieuw het Amerikaanse onderzoeksjournalistieke programma *60 Minutes*. Aan de hand van een gecombineerde kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse, hebben ze bestudeerd hoe het programma door middel van visuele en narratieve inhoud drama creëert en op welke manier bronnen en verslaggevers dramatische elementen in het nieuws benadrukken. Grabe en Zhou komen tot de ontdekking dat de manier waarop *60 Minutes* visuele en narratieve technieken, bronnen en verslaggevers inzet, sterk overeenkomt met de voorwaarden die Aristoteles aan drama heeft gesteld. Grabe en

Zhou gebruiken de zes dimensies van drama van Aristoteles – personage, plot, gedachte, vertoning, voordracht (dialogoog) en muziek – en zijn drie voorwaarden voor overtuigende argumentatie – ethos, pathos en logos – als basis voor hun analyse en hebben hier uiteindelijk een eigen methode mee gecreëerd. Hun onderzoek is wel vaker aangehaald (Scholten et. al 2007; Uns 2010; Entman 2010; Pantti 2010), maar de specifieke methode is in geen enkel ander onderzoek opnieuw gebruikt.

De onderzoeken van Breen, Uribe & Gunter, Vettehen, Nuijten & Beentjes en Grabe, Zhou & Barnett bespreken de positieve en negatieve aspecten van dramatisering en sensationisering. Men ziet het als negatief, omdat het ten koste zou gaan van de maatschappelijke taak van de journalistiek en omdat het nieuws minder informatie zou bevatten en homogener zou zijn. Aan de andere kant vindt men het positief, omdat dramatische en sensationele verhalen niet per definitie gelijk staan aan kwalitatief slechtere journalistiek: het nieuws kan nog steeds rijke achtergrondinformatie bevatten. De onderzoeken bespreken ook dramatisering en sensationisering in het algemeen. Bij Breen gaat het vooral om het feit dat verhalen worden gekozen voor hun dramatische impact in plaats van de bruikbaarheid, Uribe & Gunter bespreken vooral de tweedeling die heerst als het gaat om het gebruik van dramatisering en Vettehen, Nuijten & Beentjes bestuderen sensationisme in het Nederlandse nieuws.

Alle onderzoeken waren interessant, maar niet geschikt voor de analyse van 'Sjoemelen met Miljoenen'. In de methode van Vettehen, Nuijten & Beentjes zaten nog wel goede elementen, maar uiteindelijk is die van Grabe & Zhou toch passender, omdat *60 Minutes* en *Zembla* vergelijkbare programma's zijn. Er is voor dit onderzoek uiteindelijk gekozen voor de methode van Grabe en Zhou, omdat deze methode goede handvatten biedt voor de analyse naar 'Sjoemelen met Miljoenen'. Ze hebben een gedetailleerde retorische analyse naar een vergelijkbaar programma uitgevoerd. Daarnaast levert deze methode een goede beoordeling op van sensationisering in het nieuws en is het een goede kapstok om te bepalen of nieuws sensationeler is geworden. Door de visuele en narratieve inhoud, structurele kenmerken, personages en ethos, pathos en logos te bestuderen kan worden

onderzocht hoe *Zembla* haar informatie visualiseert. Grabe en Zhou geven aan waarom ze deze elementen in hun onderzoek hebben verwerkt: “The usefulness of Aristotle’s triad and requirements for drama is apparent in the landscape of contemporary television news. Under deadline pressures, reporters are expected to honor logos in preparing concise but clear stories using text, ambient sound, and visual images.” (Grabe en Zhou 2003, p. 317). Na het afronden van de analyse zal het duidelijk worden of de methode van Grabe en Zhou een goede retorische benadering is om een visuele boodschap te analyseren.

## 2.6 Aristoteles

Grabe en Zhou hebben zich voor hun onderzoek gericht op het ontstaan van drama in het nieuws, gebaseerd op de narratieve drieslag en zes vereisten voor drama volgens Aristoteles in *Retorica* en *Poëtica*: “The elements, lineage, and logic of news drama can be traced to the insights of Greek thinkers who practically invented drama in storytelling and also endlessly pondered the effectiveness and credibility of rhetoric.” (Grabe en Zhou 2003, p. 315-316). In het onderzoek van Grabe en Zhou staan de zes dimensies van drama en de drie voorwaarden die Aristoteles aan overtuigende argumentatie stelt centraal.

Aristoteles wordt gezien als een van de belangrijkste filosofen uit de Oudheid. Hij formuleerde een samenhangend geheel van kennis, dat vrijwel alles omspande wat waarneembaar of denkbaar was. Ook op het gebied van de metafysica, natuurkunde, biologie, politieke theorie en de retorica deed Aristoteles systematisch onderzoek, waarvan de resultaten tot aan de Renaissance door vrijwel alle wetenschappers werden gebruikt en doorgegeven aan volgende generaties (Leezenberg & de Vries 2012, p. 33). Door middel van zijn belangrijkste boeken – *Retorica* en *Poëtica* – wilde Aristoteles inzicht bieden in hoe tragedie binnen onze communicatie werkt en tot nieuwe inzichten brengt, en meer duidelijkheid scheppen over overtuigingsmiddelen.

In *Poëtica* bespreekt Aristoteles de dichtkunst, komedie en tragedie, waarin hij tragedie omschrijft als een uitbeelding van een volledige en gehele handeling van een bepaalde omvang. Om iets een geheel te noemen moet het een begin, een

midden en een eind hebben. Daarnaast moeten verhalen niet op een willekeurig punt beginnen of eindigen, maar voldoen aan de genoemde vormprincipes: een tragedie moet een eenheid van tijd, handeling en plaats bevatten en het effect van die handeling – het lijden van de personages – moet worden overgebracht op het publiek. Volgens Aristoteles moest angst en medelijden worden opgewekt totdat de catharsis – de extreme verandering in emotie die optreedt bij een personage en bij het publiek, als gevolg van sterke gevoelens – werd bereikt. Tragedie bestaat uit zes elementen: plot, personages, gedachten (de innerlijke worsteling van de personages), taal, liedkunst (muziek) en schouwspel. Het eerste, en volgens Aristoteles het belangrijkste, element is de *plot*: een uitbeelding van handelingen en samenstelling van gebeurtenissen. *Personages* zijn degenen die handelen. *Denken* gaat over de denkvormen waarin de personages iets bewijzen of een algemene bewering doen wanneer zij spreken. Dan volgt *taal*: het communiceren door middel van woorden. *Liedkunst* – of muziek – draagt bij aan de verfraaiing van de tragedie. Het schouwspel heeft het minst met de dichtkunst zelf te maken, want de tragedie komt ook tot stand zonder opvoering en acteurs. Een tragedie zonder handeling is niet mogelijk, maar zonder karakters wel.

In *Retorica* bespreekt Aristoteles de kunst van het overtuigend spreken. Overtuigende communicatie bestaat voor Aristoteles uit drie onderdelen: ethos, pathos en logos (Grabe en Zhou 2003, p. 316). *Ethos* was volgens Aristoteles het belangrijkste overtuigingsmiddel: de indruk die de spreker maakt. “Wanneer we iets op basis van het ethos van de spreker aannemen, dan nemen we iets niet aan omdat de spreker er argumenten voor geeft, maar omdat hij het is die iets zegt.” (Braet 2007, p. 50). Het publiek let op drie elementen: of de spreker een deskundige, eerlijke en welgezinde indruk achterlaat. Het is van belang dat de spreker verstand van zaken heeft, de waarheid spreekt – en hierbij geen onvolledige of eenzijdige voorstelling geeft – en de voorkeuren van het publiek deelt. “A reputation of moral integrity and factual authority supports the ethos of the speaker.” (Grabe en Zhou 2003, p. 316).

*Pathos* heeft te maken met het opwekken van emoties. Aristoteles was van mening dat een spreker hierbij drie invalshoeken moet hanteren: welke soort

personen roepen de beoogde gevoelens op, de spreker moet zich verplaatsen in degenen die het beoogde gevoel moeten koesteren en de spreker moet nagaan welke dingen emoties oproepen (Braet 2007, p. 54). "When the audience identifies with the storyteller's point of view and 'suffers with' the characters and the circumstance of the plot, pathos is fully realized." (Grabe en Zhou 2003, p. 316).

*Logos* richt zich op argumentatie: welke argumenten zet de spreker in om het publiek van zijn of haar standpunt te overtuigen? Wanneer dit voor het publiek logisch overkomt is er grote kans dat het publiek door de gepresenteerde informatie overtuigd wordt. "Consistency in the logic of the message and supporting evidence advances logos. If the message has logical appeal, the audience is likely to believe the information presented in the message." (Grabe en Zhou 2003, p. 316). Grabe en Zhou geven aan dat deze drieslag – ethos, pathos en logos – duidelijk aanwezig is in het landschap van het hedendaagse nieuws. Ethos zien zij als het belangrijkste onderdeel, omdat de geloofwaardigheid van de verslaggevers – als de verschaffers van informatie – essentieel is om het publiek in het nieuws te laten geloven (Grabe en Zhou 2003, p. 317).

## **2.7 Conclusie Grabe & Zhou**

Door onder andere de personages en inhoud te bestuderen hebben Grabe en Zhou de dynamiek van nieuwsdrama achterhaald en komen ze tot de conclusie dat *60 Minutes* dramatische technieken gebruikt die in lijn staan met de eisen van Aristoteles. Volgens de codeurs waren de verslaggevers zeer betrokken bij de verhalen: ze waren vaak in beeld, emotioneel betrokken en hun stem had een urgente toon. Ondanks het feit dat deze kenmerken drama in de verhalen juist accentueerde, ging dit niet ten koste van de journalistieke geloofwaardigheid. Logos was aanwezig doordat men duidelijke en feitelijke informatie gaf, de vijf W's werden aangehaald en doordat er undercover beeldmateriaal werd gebruikt. Er is ook sprake van Aristoteles' notie van ethos, omdat de verslaggevers geloofwaardig zijn en in de meeste gevallen waren het ook oudere blanke mannen – het demografische profiel van degenen die aan de top van de sociale orde staan. Tot slot tonen de resultaten dat pathos, of emotie, altijd aanwezig was in het programma. De bronnen en

verslaggevers – de personages in het nieuwsdrama – spelen een belangrijke rol in de verhaalvertelling. Volgens Grabe en Zhou tonen nieuwsbronnen hun leed en dilemma's op dezelfde manier als fictionele hoofdpersonen, zoals Hamlet, Anna Karenina en Heathcliff en delen ze hun gevoel met het publiek (Grabe en Zhou 2003, p. 334). De narratieve en visuele inhoud laten een patroon zien: het getoonde materiaal moet emotie naar voren brengen. Dit gebeurt door structurele kenmerken als extreme close-ups, inzoomen tijdens een emotionele verklaring, het herhalen van een aangrijpend beeld, slow motion en het ooggetuige-perspectief. Dit zijn elementen die de dramatische verhaalvertelling benadrukken.



### 3. Methode en operationalisering: kwalitatieve inhoudsanalyse

Om logos, pathos en ethos uit de Oudgriekse tijd van Aristoteles te gebruiken voor de analyse van een hedendaagse uitzending, hebben Grabe en Zhou een combinatie van een kwantitatieve en een kwalitatieve inhoudsanalyse gebruikt. Grabe en Zhou hebben voor hun onderzoek over een periode van zes maanden 27 programma's en 107 segmenten geanalyseerd. Segmenten worden gedefinieerd als: "[...] independent, complete news stories." (Grabe en Zhou 2001, p. 321). Doordat er verschillende afleveringen worden geanalyseerd, werken ze onder andere in percentages en seconden. Ze tellen ze bijvoorbeeld hoeveel seconden een verslaggever in beeld is, hoeveel procent van de afleveringen geweld bevatten of hoe objectief de verslaggevers zijn op een schaal van één tot drie. Omdat er in dit onderzoek slechts een aflevering van *Zembla* wordt geanalyseerd, zal er grotendeels kwalitatief onderzoek worden uitgevoerd. Wel is er bij een aantal onderdelen sprake geweest van kwantitatieve analyse: zo is bijvoorbeeld het aantal seconden dat er muziek te horen is geteld.

In dit hoofdstuk zal allereerst worden uitgelegd wat een inhoudsanalyse inhoudt, gevolgd door een uiteenzetting van de eigen methode die Grabe en Zhou hebben ontwikkeld om ethos, pathos en logos en de zes dimensies van drama in *60 Minutes* te analyseren. De vier categorieën waarmee ze hebben gecodeerd – *visual content*, *narrative content*, *structural features* en *characters of television news* – worden in aparte paragrafen uiteengezet. Op de volgende pagina volgt een tabel waarin de methode is samengevat, daarna volgt de precieze uitleg.

	Ethos	Pathos	Logos
<b>Visual content</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beeldmateriaal (undercover- en/of bewakingsbeelden)</li> </ul>			
<b>Narrative content</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Wrenching dilemma/conflict/contrast</i></li> <li>• <i>Friendliness/compassion, hostility, empathy/identification</i></li> <li>• Journalistieke formule (5 W's + hoe)</li> </ul>			
<b>Structural features</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Shotlengtes (close-up, medium of long shot)</li> <li>• <i>Zoom movements</i> (in- en uitzoomen)</li> <li>• Slow motion</li> <li>• Oogetuige camperaperspectief</li> <li>• Muziek</li> <li>• Sound effects</li> </ul>			
<b>Characters of television news</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aanwezigheid</li> <li>• Demografie</li> <li>• Emotionele staat (<i>happy/sad, upset/calm, apathetic/spirited</i>)</li> </ul>			

Tabel 1: methode Grabe en Zhou.

### 3.1 Inhoudsanalyse

*Content analysis* – inhoudsanalyse – wordt op verschillende manieren gedefinieerd.

Krippendorff omschrijft het als “the use of a replicable and valid method for making specific inferences from text to other states or properties of its source.” (Krippendorff 1969, p. 103). Steve Stemler schrijft in “An Overview of Content Analysis” (2001):

“Content analysis has been defined as a systematic, replicable technique for compressing many words of text into fewer content categories based on explicit rules of coding.” (Stemler 2001). Hierin haalt hij ook de definitie van Holsti aan, die de

methode omschrijft als: “[...] any technique for making inferences by objectively and systematically identifying specified characteristics of messages.” (Holsti 1969, p. 14). Met behulp van een inhoudsanalyse kunnen onderzoekers grote hoeveelheden informatie op een systematische manier bestuderen. Door deze systematische, reproduceerbare techniek is het eenvoudig om – met behulp van codering – grote hoeveelheden tekst te reduceren tot een kleiner aantal woorden. Stemler geeft aan dat deze methode vooral goed van pas komt wanneer men met grote aantallen data te maken heeft. Bij het uitvoeren van een inhoudsanalyse wordt een tekst op een systematische manier geanalyseerd. Het object van analyse kan uit allerlei soorten communicatie bestaan: bijvoorbeeld transcripten van interviews, documenten, protocollen of videobeelden (Mayring 2000). Het materiaal wordt stap voor stap geanalyseerd aan de hand van coderingen, wat uiteindelijk leidt tot het beantwoorden van de onderzoeksvraag of hypothese.

### **3.2 Visual content**

Met *visual content* verwijzen Grabe en Zhou naar het beeldmateriaal. Hierbij zijn beelden van de verslaggevers en/of geïnterviewden uitgesloten. Ze omschrijven het als volgt: “Undercover, home, or surveillance video and audio recordings about disputed or secret actions in progress provide authentic accounts of events. [...] presents the viewer with visual evidence of an unfolding plot and advances logos.” (Grabe en Zhou 2003, p. 321). Dit is vervolgens weer opgedeeld in *violence, gore, sex, compelling images, reenactment* en *repetition of video scenes (visual alliteration)*.

### **3.3 Narrative content**

Grabe en Zhou definiëren *narrative content* als: “[...] narrative strategies intended to provoke emotion or pathos through spectacle. [...] Categories were designed to document how many stories were titled and to assess whether the title was a play on words to provoke viewer attention.” (Grabe en Zhou 2003, p. 322). Er zijn drie categorieën gecreëerd om elementen van conflict aan te duiden. Ten eerste *wrenching dilemma* – een gebeurtenis die van belang is voor het plot, maar waar

geen oplossing voor is – een *conflict* – een conflict dat centraal staat in het narratief en duidelijk wordt beschreven door de voice-over – en *contrasts* – mensen en ideeën die tegenover elkaar staan en centraal staan in het verhaal. Daarnaast zijn er twee categorieën om de interactie tussen mensen te bestuderen: *friendliness* en *compassion and hostility*. De categorieën moeten centraal staan in het narratief en er moet een duidelijke omschrijving en/of geluidsfragmenten aanwezig zijn. Voor *empathy and identification* hebben Grabe en Zhou zich beziggehouden met wanneer verslaggevers gewone mensen spraken om hun kijk op de zaak en/of ervaringen te delen met de kijkers, waardoor het nieuws gepersonaliseerd wordt. Dit heeft invloed op pathos. Om logos te analyseren hebben ze zich beziggehouden met het wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe. Dit hebben Grabe en Zhou gedaan om te controleren of de berichtgeving volgens het klassieke model voor het brengen van nieuws wordt opgevolgd.

### 3.4 Structural features

“Six structural features were identified as devices with the potential to play up the spectacle of news and promote pathos. These include shot length (e.g. close-up, medium, long), zoom movements, slow motion, the eyewitness camera perspective, music and sound effects.” (Grabe en Zhou 2003, p. 323). Wanneer er sprake is van een close-up of een zoom-in wordt van de kijker aandacht vereist en kan hij of zij zich identificeren met de inhoud, terwijl long shots en uitzoomen juist afstand tussen de inhoud en de kijker creëren. Grabe en Zhou geven aan vooral geïnteresseerd te zijn in extreme close-ups – van voorhoofd tot kin, waardoor het onvermijdelijk is om je als kijker met het materiaal te identificeren – en long shots – het gehele lichaam is in beeld, waardoor er weinig mogelijkheid is om je als kijker emotioneel aan het materiaal te verbinden. Door in te zoomen wordt zowel de aandacht als drama verhoogd, terwijl uitzoomen dit juist vermindert. Grabe en Zhou hebben onderzocht hoe vaak er gebruik werd gemaakt van bepaalde shots en de lengte van deze shots. Muziek is ook een onderdeel van *structural features*: “Aristotle viewed music as ‘the greatest of the pleasurable accessories of tragedy.’” (Grabe en Zhou 2003, p. 324). Muziek heeft de mogelijkheid om een emotionele reactie op een audiovisuele

boodschap te verhogen. Er zijn drie categorieën voor dramatische potentie: 1 = niet dramatisch, 2 = neutraal, 3 = dramatisch. “In this study we define sound effects as the addition of sound other than ambient sound, voice-over narration, and music.” (Grabe en Zhou 2003, p. 324).

### 3.5 Characters of television news

Tot slot is er de categorie *characters of television news*, waarbij wordt gelet op de aanwezigheid, demografie (afkomst, geslacht, leeftijd) en emotionele staat van nieuwsbronnen: “The ability to be seen and heard, rather than being spoken for in a reporter’s narration, gives flesh and blood to the character of news sources.” (Grabe en Zhou 2003, p. 324). Vervolgens werd de emotionele staat van de bron bestudeerd en welk effect dit had op de empathie van de kijker. Dit is van belang voor de analyse van pathos. Grabe en Zhou hebben hier drie categorieën voor gecreëerd: *happy-sad* (vrolijk en lachen vs. verdriet, huilen, trillende lip), *upset-calm* (visuele en verbale tekens van boosheid of vijandigheid, zoals een verhoogde stem vs. relaxed) en *apathetic-spirited* (afstand, kil, ongeïnteresseerd vs. enthousiast meedoen). Bij alle drie is er ook een neutraal middelpunt, waarbij geldt dat de emotionele staat niet duidelijk aanwezig is. Ethos wordt gemeten door de aanwezigheid van de verslaggever. Hierbij wordt gelet op het feit of het publiek direct wordt aangesproken, hoeveel vragen er door de verslaggever worden gesteld en hoe er wordt gereageerd op de antwoorden van de bron. Hoe vaak stelt een verslaggever vragen om emotie los te trekken in plaats van feitelijke informatie? Hoe vaak worden nieuwsbronnen onderbroken? In hoeverre stuurt de verslaggever emotie? Hiervoor zijn opnieuw drie categorieën gecreëerd: 1 = onpartijdig, 2 = neutraal, 3 = emotioneel betrokken.

## 4. Casusbeschrijving: Zembla en de bouwfraude

*Zembla* is een journalistiek documentaireprogramma van de VARA, dat onder het genre televisienieuwsdocumentaire kan worden geschaard. Het programma doet al twintig jaar grondig onderzoek naar ontwikkelingen en gebeurtenissen die zich in de samenleving afspelen. “*Zembla* wil spraakmakend zijn en nieuws maken, het wil iets teweeg brengen, veranderingen in gang zetten.” (bron: zembla.vara.nl). Er is gekozen voor *Zembla*, omdat het een goede reputatie heeft opgebouwd als het gaat om onderzoeksjournalistiek en geloofwaardigheid. Daarnaast duurt een aflevering veertig minuten, waardoor er veel meer valt te analyseren dan tijdens een uitzending met korte nieuwsfragmenten van bijvoorbeeld RTL of NOS. Het bevat een achtergrondverhaal, meer dialogen en emotie, waardoor de geïnterviewden, verslaggevers en de gebeurtenissen beter bestudeerd kunnen worden. Op de website van *Zembla* staat dat ‘Sjoemelen met Miljoenen’ was genomineerd voor een Academy Award en is het – naast de vogelgriep, Srebrenica, faillissementsfraude, Uruzgan (Afghanistan) en verzuimpolitie – slechts één van de zes onderwerpen waar op de site een heel dossier over te vinden is. (bron: zembla.vara.nl).

Op 9 november 2001 werd de aflevering ‘Sjoemelen met Miljoenen’ uitgezonden, waaruit bleek dat er sprake was van grootschalige fraude in de Nederlandse bouwsector. De uitzending heeft heel wat losgemaakt en leidde uiteindelijk tot het aftreden van minister Korthals van Defensie en een Parlementaire Enquête. De bouwfraude, die zich vanaf 1990 tot rond 2000 heeft afgespeeld, wordt in de uitzending door toenmalig Kamerlid Rob van Gijzel bestempeld als het grootste schandaal uit de Nederlandse geschiedenis: “Het gaat hier, voor zover ik het kan zien, om één van de grootste fraudes, dan wel niet de grootste fraude uit de historie van Nederland. Wat netwerk betreft en wat omvang betreft.” (bron: ‘Sjoemelen met Miljoenen’).

Een kartel van Nederlands’ grootste bouwbedrijven heeft instellingen als Rijkswaterstaat, de Nederlandse Spoorwegen en Schiphol van 1990 tot 2000 voor vele honderden miljoenen guldens opgelicht – het precieze bedrag is nooit bekendgemaakt. Bij de aanleg van viaducten en spoorlijnen werd tussen de twintig

en vijftig procent te veel betaald. Dit overschot werd vervolgens verdeeld over alle bedrijven die een voorstel hadden ingediend tijdens de aanbesteding. Deze praktijken hebben jarenlang stand kunnen houden, omdat ambtenaren steekpenningen ontvingen van aannemers. Klokkenluider Ad Bos – ingenieur en voormalig technisch directeur bij bouwbedrijf Koop Tjuchem – wilde een einde maken aan deze praktijken en ging met de schaduwboekhouding – waar alles over de periode van 1988 tot 1998 tot in detail werd bijgehouden – naar Justitie. Er kon echter geen overeenstemming worden bereikt over de voorwaarden voor het overhandigen van de schaduwadministratie; Bos nam geen genoegen met het aangeboden bedrag en zag er vanaf. Omdat hij uiteindelijk toch vond dat het verhaal naar buiten moest komen, zocht hij toenadering tot de journalistiek via *Zembla*.

Na de uitzending komen er uit verschillende hoeken reacties op de beschuldigingen. De heer Brinkman – voorzitter van de werkgeversorganisatie Algemeen Verbond Bouwbedrijf (AVBB) – en ondernemer J. Jansen – voorzitter van de raad van bestuur van Heijmans – spreken de beschuldigingen tegen. Brinkman spreekt over “spookverhalen” (Vulperhorst 2005, p. 6-7). Woordvoerder de Bruijn van het Openbaar Ministerie reageerde na de uitzending als volgt: “Bos vertelt in *Zembla* over vijftig corrupte ambtenaren, maar als dat werkelijk zo zou zijn, had hij dat ook tegenover onze mensen uiteengezet. Dat is niet gebeurd. [...] Nu bedient hij zich van stemmingmakerij in de publiciteit die niets bijdraagt aan de opsporing.” (Vulperhorst 2005, p. 18). Oud-politicus Duivestein (PvdA) meldt aan *Het Parool*: “Als klopt wat in de boekhouding van Bos staat, dan is er sprake van een geheim genootschap. De enquête kan de sleutel zijn tot het blootleggen van hoe dat werkt.” (Vulperhorst 2005, p. 12). Enkele dagen na de uitzending – op 13 november – overhandigt Bos de schaduwadministratie aan Justitie, waarna er een onderzoeksteam wordt ingesteld. Op 14 november vindt er in de Tweede Kamer een debat plaats met de ministers Korthals (Defensie), Jorritsma (Economische Zaken) en Netelenbos (Verkeer en Waterstaat), waar de vermeende bouwfraude en corruptie van ambtenaren centraal staan en bepaalde projecten – zoals de aanleg van de HSL-lijn en de bouw van de Schipholtunnel – aan de orde komen. Inmiddels staan de kranten ook dagelijks vol met artikelen over de stand van zaken. Op 28 november dienen Kamerleden Leers

(CDA) en Van Gijssel (PvdA) een motie in met het verzoek een Parlementaire Enquête in te stellen naar de aard en omvang van de fraude in de bouw, de aanbestedingen en naar de vraag of Justitie hier tegen op kan treden. De motie wordt door de Kamer aangenomen.

Ik heb gekozen voor de uitzending over de bouwfraude, omdat *Zembla* hiermee een doorslaggevende rol heeft gespeeld in het lanceren van een politiek schandaal.<sup>2</sup> Het is een moment geweest in de media dat een grote impact heeft gehad. Er zijn in Nederland meerdere momenten geweest waarbij de media een grote impact hebben gespeeld: zo was er bijvoorbeeld de bonnetjesaffaire – de deal uit 2000 met crimineel Cees H. die leidde tot het aftreden van staatssecretaris Teeven en minister Opstelten van Justitie – of het drama rondom oud-politicus Aantjes, die zich tijdens de Tweede Wereldoorlog had aangemeld bij de SS, maar zijn oorlogsverleden altijd had verzwegen. Uiteindelijk is er voor deze aflevering van *Zembla* gekozen, omdat één geconcentreerde televisienieuwsdocumentaire heeft geleid tot een Parlementaire Enquête. Het is een van de belangrijkste uitzendingen van *Zembla* geweest en volgens programmamaker Jos van Dongen is het de uitzending die het meest heeft losgemaakt: “[...] dat er een discussie ontstaat dat gebeurt wel vaker, maar binnen twee dagen nam de heer Melkert de woorden Parlementaire Enquête in de mond. [...] Dat bereik je met een normale televisie-uitzending haast nooit.” (bron: ‘Sjoemelen met Miljoenen’). Deze uitzending – en *Zembla* in het algemeen – laat zien

---

<sup>2</sup> Door de veranderende communicatie- en beveiligingstechnologieën, maar ook de veranderende journalistieke cultuur, is er sinds de jaren zestig steeds vaker sprake van politieke schandalen. Er ontstond een kritische cultuur waarin onderzoeksjournalistiek werd aangemoedigd. Deze vernieuwde nadruk op onderzoek in de jaren zestig en zeventig hebben bijgedragen aan de verandering van de journalistieke cultuur waarin er werd gezocht naar geheimen en het oplossen ervan. Deze werden geaccepteerd als journalistieke activiteit (Thompson 2008, p. 110-111). De bouwfraude is een *mediated scandal*, wat door Thompson wordt gedefinieerd als: “[...] not simply scandals which are reported by the media and exist independently of them, but also constituted by mediated forms of communications.” (p. 31).



dat journalisten in staat zijn normen en waarden te onderzoeken, dingen bloot te leggen en zaken tot de status van een politiek schandaal kunnen verheffen. Na deze uitzending heeft de maatschappij het signaal gekregen om actie te ondernemen.

## 5. Analyse: Sjoemelen met Miljoenen

‘Sjoemelen met Miljoenen’ vertelt het verhaal van de bouwfraude, welke aan het licht is gekomen door klokkenluider Ad Bos. Bos – civiel ingenieur bij de firma Koop, één van de grootste bouwbedrijven in Nederland – is in het bezit van een schaduwboekhouding waaruit blijkt dat er in Nederland sprake is van een bouwkartel dat opdrachtgevers te veel laat betalen. Bos stapt naar Justitie, maar na verschillende mislukte onderhandelingspogingen klopt hij uiteindelijk aan bij *Zembla*, omdat hij vindt dat het verhaal naar buiten moet komen. Nadat de programmamakers de zaak twee jaar lang hebben onderzocht, wordt de aflevering uitgezonden en komt de bouwfraude aan het licht. Aan de hand van een voice-over wordt algemene informatie verstrekt en er is een verslaggever die interviews uitvoert met verschillende partijen. Zo krijgen we bijvoorbeeld interviews met de officier van justitie, gedupeerden, bouwbedrijven en oud-medewerkers te zien die allemaal hun verhaal mogen doen. Gedurende de aflevering – bestaande uit 33 scènes en 168 shots (een ononderbroken filmopname) – staat de schaduwboekhouding centraal en wordt deze herhaaldelijk in beeld gebracht. Er wordt ingezoomd op de gegevens die erin staan en er worden verschillende projecten – een verbouwing van de Vomar, opdrachten van Rijkswaterstaat, Rail Infrabeheer en de Gemeente Amsterdam – bestudeerd, waarna wordt uitgerekend hoeveel de bouwbedrijven er aan hebben verdiend. In de bijlagen is het volledige transcript van de uitzending te vinden, maar om een beeld te krijgen van de bevindingen, beschrijvingen en om de analyse beter te begrijpen is onderstaande tabel opgesteld waarin de aflevering uiteen wordt gezet.

Scène + tijd	Onderwerp/persoon	Toelichting
1 (0:00-03:05)	Jos van Dongen (programmamaker)	Interview met programmamaker Jos van Dongen. De bouwfraude-uitzending is de uitzending die het meest losgemaakt heeft. Deze scène telt niet mee voor analyse.
2 (03:06-04:01)	Intro	Score op de achtergrond. Voice-over, korte fragmenten uit interviews. “ <i>Zembla</i> , over het grootschalig sjoemelen met miljoenen.”
3 (04:02-05:41)	Frielink (officier van Justitie)	Interview met officier van Justitie Frielink over de gesprekken die met Ad Bos zijn

		gevoerd met betrekking tot het verkrijgen van de schaduwboekhouding.
4 (05:42-07:52)	Schiphol spoortunnel	Fraude rondom de Schiphol spoortunnel wordt uitgelegd door voice-over.
5 (07:53-08:29)	Frielink	Gesprek over de hoogte van het tipgeld.
6 (08:30-09:29)	Ad Bos (klokkenluider + oud-medewerker Koop Tjuchem)	Introductie klokkenluider Ad Bos. Oud-medewerker bij bouwbedrijf Koop Tjuchem. Hij vertelt onder andere over hoeveel er wordt gefraudeerd en over welke bedragen en percentages het gaat.
7 (09:30-11:54)	Rotteveel (woordvoerder Vomar)	Interview met de gedupeerde de heer Rotteveel van de Vomar. <i>Zembla</i> confronteert hem met de schaduwboekhouding en het gefraudeerde bedrag. Hij is zichtbaar aangeslagen.
8 (11:55-14:05)	Voorbeelden projecten + Bos	<i>Zembla</i> toont meerdere projecten waar volgens de schaduwboekhouding bij is gefraudeerd: een opdracht van het stadsdeel Osdorp, een opdracht van de gemeente Rotterdam en Rijkswaterstaat. Schaduwboekhouding is in beeld. Tussendoor is Bos nog een keer aan het woord.
9 (14:06-16:21)	Aanbesteding	Om het van de kant van de bouwbedrijven te bekijken is <i>Zembla</i> aanwezig bij een aanbesteding. Hier spreken ze twee aannemers.
10 (16:22-18:14)	Bos	Bos vertelt hoe de afspraken voor een aanbesteding worden gemaakt.
11 (18:15-19:39)	Kist (directeur-generaal NMA)	Interview met de heer Kist van de NMA (Nederlandse Mededingingsautoriteit), die verantwoordelijk is voor het straffen van de beschuldigde bouwbedrijven.
12 (19:40-20:46)	Aanbesteding	Uitslag aanbesteding.
13 (20:47-22:10)	<i>Zembla</i> contacteert bouwbedrijven	<i>Zembla</i> contacteert bouwbedrijven om in te gaan op de beschuldigingen. Deze willen geen van allen reageren.
14 (22:11-23:26)	Oud-medewerkers Koop	Statements van oud-medewerkers van bouwbedrijf Koop komen in beeld, omdat ze niet in het openbaar durven te getuigen. Ze geven aan dat ze er persoonlijk getuige van zijn geweest dat de firma Koop prijsafspraken heeft gemaakt en dat ze de schaduwboekhouding herkennen als de

		boekhouding van de firma Koop.
15 (23:27-25:08)	Verschuren (SP Groningen)	Interview met de heer Verschuren van de SP om te praten over Henk Koop. Er wordt informatie over Koop en zijn bouwbedrijf verstrekt.
16 (25:09-26:13)	Van der Wielen (woordvoerder Gemeente Amsterdam)	Interview met de heer van der Wielen van de gemeente Amsterdam. Uit de schaduwboekhouding blijkt dat er fraude is gepleegd bij het opknappen van een walmuur.
17 (26:14-28:01)	Rail Infrabeheer	Geduceerde Rail Infrabeheer wil niet op camera reageren.
18 (28:02-28:54)	Wever (woordvoerder Schiphol)	Interview met de heer Wever, woordvoerder van Schiphol.
19 (28:55-30:12)	Rijkswaterstaat	Projecten van Rijkswaterstaat worden besproken.
20 (30:13-30:55)	Bos	De verslaggever vraagt waarom Bos er toch voor heeft gekozen de schaduwboekhouding naar buiten te brengen.
21 (30:56-31:54)	Van Gijzel (Kamerlid PvdA)	Interview met Kamerlid van Gijzel, die aangeeft dat hij al anderhalf jaar bezig is met de bouwfraudezaak. Hij vindt het de grootste fraude uit de historie van Nederland.
22 (31:55-32:29)	Verschuren	Interview met de heer Verschuren. De SP brengt de firma Koop in verband met omkoping.
23 (32:30-32:56)	Bos	Bos vertelt dat er ambtenaren worden omgekocht.
24 (32:57-33:21)	Oud-medewerker Koop	Reageert op de beschuldigingen. De oud-medewerker bevestigt dat er sprake was van schenkingen en snoepreisjes.
25 (33:22-33:43)	Bos	Verslaggever vraagt hoeveel geld er omgaat in de omkoping.
26 (33:44-34:43)	Henk Koop (directeur Koop Tjuchem)	Fragment dat bouwondernemer Henk Koop aan het ontbijt zit met minister Netelenbos. Het gaat over de aanleg van de HSL-spoortunnel. Verklaring oud-medewerker Koop dat medewerkers van Rijkswaterstaat schenkingen kregen.
27 (34:44-35:30)	Bos	Uitspraken over Rijkswaterstaat en de omkoping.
28 (35:31-36:21)	Kist	De verslaggever wil weten waarom het de NMA niet lukt om de bouwbedrijven te straffen.

29 (36:22-36:32)	Frielink	De verslaggever wil weten of de zaak nu stil ligt.
30 (36:33-37:04)	Bos	De verslaggever vraagt Bos waarom hij de schaduwboekhouding niet aan Justitie wil overhandigen.
31 (37:05-37:32)	Frielink	De verslaggever vraagt of er andere mogelijkheden zijn om het materiaal te verwerven.
32 (37:33-37:48)	Van Gijzel	Van Gijzel vindt dat er strafrechtelijk onderzoek plaats moet vinden. Het kan niet langer zo doorgaan.
33 (37:49-38:13)	Outro	Aftiteling, score.

De analyse is op de volgende manier opgebouwd: allereerst is er een paragraaf over de visuele en narratieve inhoud, vervolgens de structurele kenmerken, daarna de personages en tot slot worden ethos, pathos en logos besproken. Iedere paragraaf is hetzelfde opgebouwd. Er wordt kort uitgelegd wat elke categorie inhoudt, waarbij wordt verteld waar Grabe en Zhou tijdens hun onderzoek op hebben gelet, gevolgd door hun bevindingen in *60 Minutes*. Dan volgt de analyse van 'Sjoemelen met Miljoenen', gevolgd door een deelconclusie, waarmee de bijbehorende deelvragen worden beantwoord.

### 5.1 Visuele en narratieve inhoud

“Undercover, home, or surveillance video and audio recordings about disputed or secret actions in progress provide authentic accounts of events. [...] presents the viewer with visual evidence of an unfolding plot and advances logos.” (Grabe en Zhou 2003, p. 321).

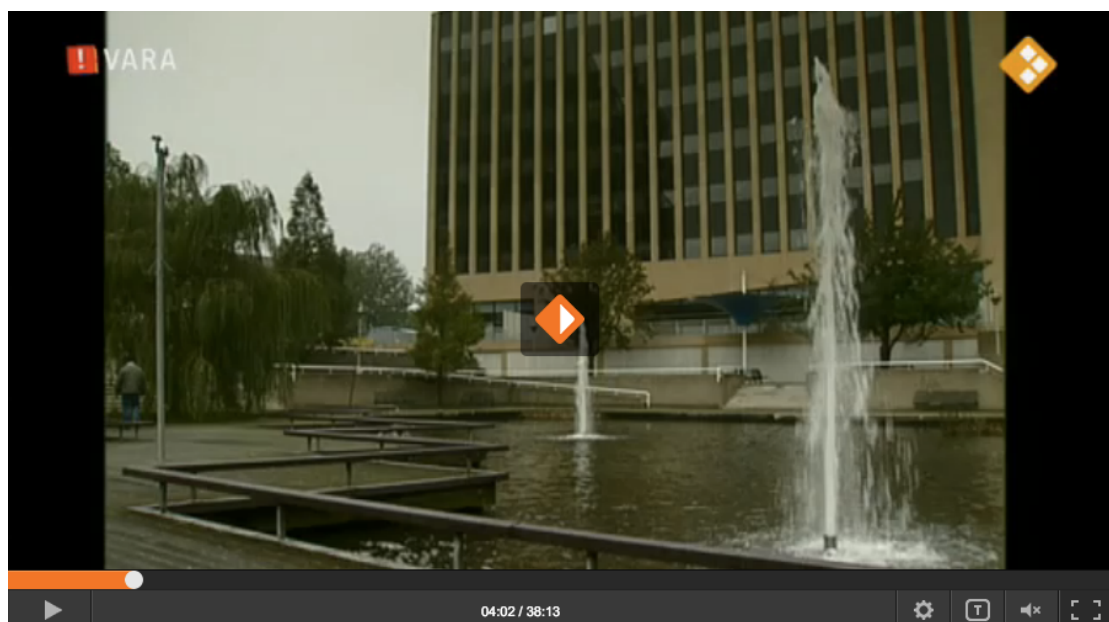
Voor de analyse van de visuele inhoud van *60 Minutes*, hebben Grabe en Zhou zich gericht op beeldmateriaal. Hierbij zijn de verslaggevers en geïnterviewden uitgesloten. Voor de narratieve inhoud hebben ze de titels van de afleveringen en verschillende conflicten bestudeerd: *wrenching dilemma*, *conflict* en *contrasts*. Ook hebben ze de persoonlijke interactie in de afleveringen onderzocht.

### 5.1.1 Bevindingen Grabe & Zhou

Over de visuele inhoud zeggen Grabe en Zhou het volgende: ten eerste worden er vaak undercover- en bewakingsbeelden gebruikt om visueel bewijs te leveren. Daarnaast bevat *60 Minutes* meer geweld en bloedvergieten dan seks, en viel het Grabe en Zhou op dat de positieve scènes veel korter waren dan de negatieve scènes. De plot van *60 Minutes* toont aan dat de informatieve journalistieke formule – wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe – in alle afleveringen wordt gebruikt en toegepast om logos te bevorderen. De meeste titels verwijzen naar een bestaande uitdrukking, literatuur, film, muziek of bekende mensen. Conflicten en worstelingen staan centraal en ook is er vaker sprake van vijandigheid, in tegenstelling tot vriendelijkheid en medeleven.

### 5.1.2 Bevindingen 'Sjoemelen met Miljoenen'

In 'Sjoemelen met Miljoenen' zijn er geen undercover- of bewakingsbeelden, maar worden gedurende de uitzending sfeerbeelden afgewisseld met interviews. Voor Grabe en Zhou tellen de interviews echter niet mee voor de visuele inhoud. Er is ook geen sprake van geweld, bloedvergieten of seks, reconstructies of entertainment. Wel heeft de negatieve emotie de overhand: het gaat namelijk om grootschalige fraude, waarbij gedupeerden en beschuldigen in beeld zijn. Hier wordt op een rustige manier over gepraat.



*Still 1: een van de sfeerbeelden uit 'Sjoemelen met Miljoenen'.*

Over de narratieve inhoud valt meer te zeggen. Ten eerste is 'Sjoemelen met Miljoenen' een pakkende titel waarmee de aandacht wordt gevestigd en duidelijk wordt dat er iets aan de hand is. Daarnaast is er sprake van de drie vormen van conflict die Grabe en Zhou hebben gecategoriseerd en valt de bouwfraude in alle drie de categorieën: *wrenching dilemma*, *conflict* en *contrasts*. Grabe en Zhou definiëren een *wrenching dilemma* als volgt: "If an issue was central to the story's plot and presented in terms of a deadlock in which a solution was not apparent." (Grabe en Zhou 2003, p. 322). De bouwfraude kan worden gezien als een *wrenching dilemma*, omdat de fraude belangrijk is voor het plot, maar er kan geen zaak worden gestart, omdat Justitie de schaduwboekhouding niet in handen heeft. Het kan tevens worden gezien als een *conflict*, wat Grabe en Zhou definiëren als: "[...] the more general presentation of *conflict* when it was central to the story's narrative and overtly described in a voice over narration." (p. 322). Omdat de fraude centraal staat in het narratief en de voice-over gedurende de hele aflevering informatie verstrekt past het binnen de definitie van conflict. Tot slot kan het worden gezien als een *contrast*, wat als volgt wordt omschreven: "If differences between people and their ideas were central to the story and played off against each other [...]." (p. 322). Binnen de aflevering staan verschillende mensen en ideeën tegenover elkaar. De officier van justitie tegenover Ad Bos bijvoorbeeld, de SP tegenover Henk Koop en de gedupeerden tegenover de frauduleuze bouwbedrijven.

Grabe en Zhou hebben vervolgens ook onderscheid gemaakt tussen *hostility*, *friendliness* en *empathy and identification*. *Hostility* heeft gedurende de uitzending de overhand. Er worden over en weer beschuldigingen gedaan: Ad Bos wijst bouwbedrijven en ambtenaren aan die zich schuldig hebben gemaakt aan fraude, de SP is vijandig tegenover Henk Koop en de bouwbedrijven waar *Zembla* een verklaring van wil ontkennen allemaal dat ze iets met de fraude te maken hebben. Op twee momenten in de uitzending is er duidelijk sprake van *empathy and identification*. Grabe en Zhou definiëren dit als volgt: "When reporters found ordinary people to share their views or experiences of an issue or event with the audience,

thus personalizing the news, we coded that narrative as prompting empathy and identification.” (Grabe en Zhou 2003, p. 322). Dit is het geval bij de aanbesteding wanneer we de aannemers te zien krijgen. Hier wordt duidelijk dat het een strijd is om een klus te krijgen en dat ze niet veel winst maken. De kijker zou zich dus kunnen verplaatsen in de aannemers en waarom er fraude wordt gepleegd. Dit is nogmaals het geval wanneer de heer Rotteveel informatie geeft over de verbouwing van de Vomar en hij er achter komt dat hij te veel heeft betaald. Ook aan de informatieve journalistieke functie is aandacht besteed: de vijf W's en hoe zijn tijdens de uitzending duidelijk aanwezig. Het gaat hier namelijk om bouwbedrijven (wie) die verantwoordelijk zijn voor grootschalige bouwfraude (wat) in Nederland (waar). Dit alles heeft zich tussen 1988-1999 afgespeeld (wanneer). Ze maakten veel meer winst (waarom) door de originele bedragen fors te verhogen (hoe).

### 5.1.3 Antwoord deelvraag 1 en 2

Na de analyse van de visuele en de narratieve inhoud kunnen de eerste twee deelvragen worden beantwoord: Bevat de visuele inhoud van *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (plot en spektakel) en dimensies van zijn drieslag (logos en pathos)? De visuele inhoud bestaat in 'Sjoemelen met Miljoenen' uit sfeerbeelden en interviews, maar in de methode van Grabe & Zhou tellen de verslaggevers en geïnterviewden niet mee voor de visuele inhoud. Logos wordt door middel van de sfeerbeelden niet ondersteund, omdat dit enkel shots zijn van gebouwen of bouwplaatsen. De kijker krijgt door middel van deze beelden namelijk geen extra informatie over de zaak: het levert geen bewijs op voor het feit dat er fraude is gepleegd. Er kan worden geconcludeerd dat de visuele beelden de plot, de logos en het pathos niet bevorderen en geen spektakel bevatten.

De tweede deelvraag: Bevat de narratieve inhoud van *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (plot, spektakel en worsteling) en dimensies van zijn drieslag (logos en pathos)? Wanneer we kijken naar de narratieve inhoud kan worden gezegd dat 'Sjoemelen met Miljoenen' een pakkende titel is. Daarnaast bevat de aflevering alle drie de vormen van conflict, zowel *hostility*, *empathy* als *identification*. Deze elementen dragen bij aan pathos. Omdat de informatieve



journalistieke functie gedurende de uitzending duidelijk aanwezig is, draagt deze bij aan logos en is het van belang voor het plot.

## 5.2 Structurele kenmerken

“Six structural features were identified as devices with the potential to play up the spectacle of news and promote pathos. These include shot length (e.g. close-up, medium, long), zoom movements, slow motion, the eyewitness camera perspective, music and sound effects.” (Grabe en Zhou 2003, p. 323).

Voor de analyse van structurele kenmerken zijn er drie elementen van belang: shotlengte, cameraperspectief en audio. Voor shotlengtes en cameraperspectief is er aandacht besteed aan (extreme) close-ups, in- en uitzoomen, long shots en hoe de kijker zich hierdoor wel of niet met het materiaal kan identificeren. Grabe en Zhou hebben gemeten hoe vaak bepaalde shots worden ingezet en hoe lang ze duren. Daarnaast speelt muziek ook een belangrijke rol, omdat het een emotionele reactie op een audiovisuele boodschap kan verhogen. De laatste categorie richt zich op geluidseffecten. Hieronder vallen non-diegetisch geluid (toegevoegd geluid), voice-over en muziek.

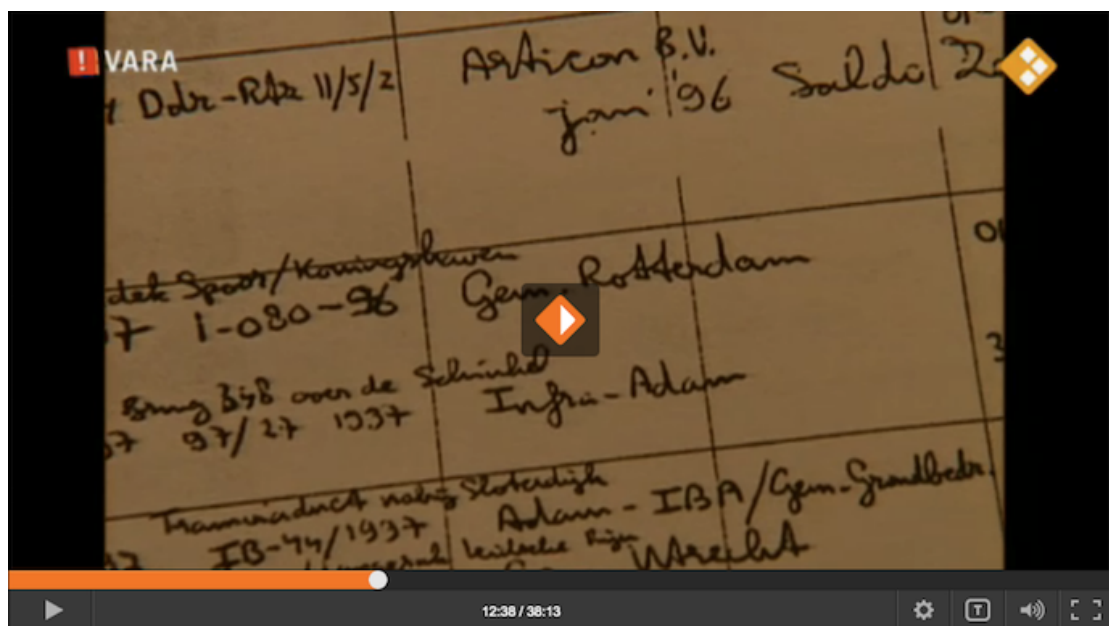
### 5.2.1 Bevindingen Grabe & Zhou

Grabe en Zhou ontdekken in *60 Minutes* een patroon die de emotionele betrokkenheid – pathos – bij het televisiekijkend publiek verhoogt. De vele extreme close-ups en long-shots geven aan dat de kijker zich door middel van visuele nabijheid met het nieuws kan identificeren. Extreme close-ups worden dan ook gemiddeld drie keer zo vaak gebruikt als long-shots en duren ook drie keer zo lang (Grabe & Zhou 2003, p. 329). Structurele kenmerken worden vooral ingezet om de emotionele staat van nieuwsbronnen te belichten: in een derde van de segmenten worden extreme close-ups op nieuwsbronnen ingezet (p. 330). Daarnaast wordt er vooral ingezoomd om de emotionele verklaringen van nieuwsbronnen te benadrukken. Er wordt vaker ingezoomd dan uitgezoomd, wat bewijst dat nabijheid

tussen kijkers en inhoud van belang is. Dit sluit aan op Aristoteles' notie van pathos. Zowel slow-motion, het ooggetuige-perspectief als muziek worden ingezet om drama te benadrukken. Grabe en Zhou komen door deze bevindingen tot de conclusie dat de verhalen in *60 Minutes* de intentie hebben om emotie op te wekken.

### 5.2.2 Bevindingen 'Sjoemelen met Miljoenen'

'Sjoemelen met Miljoenen' bevat 168 shots, waarvan 32 interview-shots en 134 shots aan sfeerbeelden. Geen een van deze shots bevat slow-motion of ooggetuige-shots. Het meest voorkomende shot is de extreme close-up (veertig keer), welke voornamelijk wordt gebruikt om de bedragen uit de schaduwboekhouding duidelijk in beeld te brengen. Hierdoor kan de kijker met eigen ogen zien op welke manier de bouwbedrijven hebben gefraudeerd. Door dit herhaaldelijk in beeld te brengen wordt de kijker overtuigd van het schandaal.



Still 2: voorbeeld van een extreme close-up van de schaduwboekhouding.

Er is twee keer sprake van een emotionele extreme close-up: in scène zeven, wanneer de heer Rotteveel wordt geconfronteerd met de verhoogde bedragen, en in scène 29, wanneer er aan officier van Justitie Frielink wordt gevraagd of de zaak nu stil ligt.



*Still 3: emotionele extreme close-up van officier van Justitie Frielink.*

Muziek wordt door *Zembla* niet ingezet om emotie op te wekken. Er is gedurende de hele uitzending (van 2287,8 seconden) slechts 159 seconden muziek te horen: tijdens de intro, (03:06-04:01) en tijdens de aftiteling (37:49-38:13). De *score* (originele muziek die geschreven is voor een programma of film) van *Zembla* heeft wel een dramatische toon, waardoor deze op Grabe en Zhou's schaal voor dramatische potentie kan worden gedefinieerd als '3': *dramatic*. De voice-over speelt een grote rol gedurende de uitzending. Hij verstrekt alle achtergrondinformatie en is de hele uitzending in bijna iedere scène te horen. Er wordt veel vaker in- (twintig keer) dan uitgezoomd (tien keer), wat aangeeft dat visuele nabijheid voor de kijker van belang is om zich te identificeren met de inhoud.

### 5.2.3 Antwoord deelvraag 3

Na de analyse van de structurele kenmerken kan de derde deelvraag worden beantwoord: Bevatten de structurele kenmerken in *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (spektakel en muziek) en pathos? Er kan worden geconcludeerd dat de aflevering grotendeels bestaat uit sfeerbeelden en interviews. De enige muziek die in *Zembla* voorkomt is de *score*, welke een dramatische toon heeft. Verder wordt er in de aflevering geen muziek gebruikt om emotie op te wekken. De voice-over speelt wel een grote rol. De extreme close-up is het meest

voorkomende shot en er wordt vaker ingezoomd dan uitgezoomd. Dit bevestigt dat visuele nabijheid van belang is, wat ook bijdraagt aan pathos. De kijker kan zich hierdoor beter met de inhoud en het nieuws identificeren.

### 5.3 Personages

“The ability to be seen and heard, rather than being spoken for in a reporter’s narration, gives flesh and blood to the character of news sources.” (Grabe en Zhou 2003, p. 324).

Voor personages hebben Grabe en Zhou gelet op de aanwezigheid, demografie (afkomst, geslacht, leeftijd) en emotionele staat van nieuwsbronnen, de emotionele staat van de bron en het effect hiervan op de kijker. Dit draagt bij aan pathos. Om dit te meten zijn drie categorieën gecreëerd: *happy-sad*, *upset-calm* en *apathetic-spirited*. Wanneer de emotionele staat niet duidelijk aanwezig is, is er sprake van een neutraal middelpunt. Om ethos te analyseren hebben ze zich gericht op de verslaggever. Bijvoorbeeld of het publiek direct wordt aangesproken, hoeveel vragen de verslaggever stelt en hoe hij of zij reageert op de antwoorden van de bron.

#### 5.3.1 Bevindingen Grabe & Zhou

Grabe en Zhou ontdekken dat de emotie van zowel de nieuwsbronnen als de verslaggevers een grote rol spelen als het gaat om drama en geloofwaardigheid. Bijna alle bronnen zijn in beeld en zijn blanke mannen tussen de dertig en zestig jaar. De bronnen zijn vaker verdrietig dan blij en boos in plaats van kalm en geanimeerd. In de montage is er hoogstwaarschijnlijk voor gekozen om negatieve emotie te selecteren, waardoor het publiek gedwongen wordt een kant te kiezen. Dit sluit aan bij pathos. De verslaggevers zijn veel in beeld en dragen bij aan de verhaalvertelling. De meesten richten zich in een monoloog (een stand-up) direct tot de kijker, stellen vragen en reageren non-verbaal op wat de bronnen zeggen. Er is sprake van een dialoog tussen bron en verslaggever in plaats van het typische nieuwsformat, waarbij de reactie van de verslaggever vaak wordt weggelaten: de

verslaggevers zijn juist het middelpunt. Er is sprake van een dramatische manier van verslaggeving. Grabe en Zhou komen tot de ontdekking dat verslaggevers centraal staan in de nieuwsverhalen en door hun gedrag – het onderbreken en het stellen van scherpe vragen – en emotionele toon bij het verhaal betrokken zijn en bijdragen aan het dramatische aspect van verhaal vertellen, zonder dat dit afdoet aan hun objectiviteit. Objectiviteit is hoog, wat bijdraagt aan de geloofwaardigheid – en dus aan ethos.

### 5.3.2 Bevindingen ‘Sjoemelen met Miljoenen’

In ‘Sjoemelen met Miljoenen’ zijn de bronnen bijna altijd in beeld. Zo worden bijvoorbeeld officier van justitie Frielink, klokkenluider Ad Bos en de heer Rotteveel van de Vomar in beeld gebracht tijdens hun interview.



*Still 4: de manier waarop de bronnen in beeld worden gebracht. Interview met klokkenluider Ad Bos.*

Een voorbeeld van bronnen die niet zichtbaar zijn, zijn de oud-medewerkers van Koop. Hun verklaringen worden voorgelezen door de voice-over, waarna deze als tekst in beeld verschijnen. Dit geldt ook voor de verklaring van de Firma Koop – zij reageren via een advocaat – en de reactie per fax van de heer Nolhuis in scène

negentien. Daarnaast zijn het allemaal blanke mannen tussen de dertig en zestig jaar.



Still 5: verklaring oud-medewerker Firma Koop

Grabe en Zhou definiëren *happy-sad* als: “A high happy rating means that the news source expressed joy and was laughing during an interview, whereas a high sad rating suggests that the news source expressed sorrow and revealed physical signs of crying, such as tears or a quivering eye, lip, or voice.” (Grabe en Zhou 2003, p. 324-325). In ‘Sjoemelen met Miljoenen’ is er geen sprake van iemand die tekenen van de kenmerken van *happy* vertoont. Het gaat hier om een miljoenenfraude, dus niemand heeft een reden om blij te zijn. Er is wel sprake van *sad*. Dit is bijvoorbeeld het geval in scène zes wanneer de verslaggever begint te stotteren op het moment dat Ad Bos vertelt over de gefraudeerde bedragen. Ook in scène zeven krijgt de heer Rotteveel van de Vomar een trillende stem wanneer hij hoort over de fraude. De bronnen laten niet altijd doorschemeren dat ze *upset* zijn, maar komen wel *calm* over: “An upset news source showed physical and verbal (e.g., raised voice) signs of anger and hostility whereas a calm source appeared relaxed and visibly composed even while providing emotional testimony.” (Grabe en Zhou 2003, p. 325). In de meeste gevallen is men niet tevreden over wat er gaande is, maar ze spreken zich er op een rustige en kalme manier over uit. Dit is het geval bij officier van justitie

Frielink. Justitie probeert al geruime tijd de schaduwboekhouding te bemachtigen, maar omdat er geen overeenkomst kan worden bereikt met Bos ligt de zaak rondom de bouwfraude stil. Hij praat hier op een kalme manier over, maar zijn gezichtsuitdrukking verraadt dat hij geïrriteerd is – *upset*. Het segment waar de meeste emotie in voorkomt is opnieuw scène zeven, waar de heer Rotteveel aan het woord is. Hij is duidelijk aangeslagen wanneer hij er achter komt dat er te veel is betaald voor de verbouwing. Ad Bos is erg *apathetic*: “A high apathetic rating of a news source means that the news source revealed distance, coldness, and disinterest in talking about the news event.” (p. 325). Ondanks het feit dat hij de fraude aan het licht heeft gebracht en de samenleving als het ware een dienst doet door dit naar buiten te brengen, komt hij afstandelijk, kil en ongeïnteresseerd over.

Grabe en Zhou hebben voor hun analyse van de verslaggever de stand-ups, vragen en reacties bestudeerd en hoe lang deze duurden. In ‘Sjoemelen met Miljoenen’ is er gedurende de hele uitzending geen verslaggever in beeld, dus de analyse van de stand-up valt weg. Er is sprake van een voice-over die (achtergrond)informatie verstrekt en tijdens de interviews is enkel de stem van de verslaggever te horen terwijl hij vragen stelt. Over de demografie van deze twee kunnen we dus niets anders zeggen dan dat het in beide gevallen een man betreft. In de meeste scènes, bijvoorbeeld scène drie, vijf en zes, wisselen de voice-over en de verslaggever elkaar af. Het komt ook voor – bijvoorbeeld in scène dertien, veertien en negentien – dat alleen de voice-over aan het woord is en in scène 25 en 28 krijgen we enkel de verslaggever te horen. Uit het transcript blijkt uiteindelijk wel dat de voice-over veel meer aan het woord is dan de verslaggever. Hij verstrekt achtergrondinformatie die van belang is om te begrijpen wat zich allemaal heeft afgespeeld en wat er gaande is. De verslaggever probeert de zaak door middel van zijn vragen te verduidelijken.

Voor de analyse van de verslaggevers hebben Grabe en Zhou hun reactie op de bronnen, hoe vaak ze bronnen onderbreken en hun emotionele staat bestudeerd. Hierbij waren objectiviteit, betrokkenheid en stembuigingen belangrijk. Ze hebben op een schaal van een tot drie onderzocht hoe betrokken de verslaggevers zijn. ‘1’ staat voor: “If a reporter was clearly unfair, biased or slanted (favorable or unfavorable) to

an idea, organization, or person, or became emotionally involved in the story.” (Grabe en Zhou 2003, p. 325). Hierbij moet de verslaggever geen emotie of betrokkenheid tonen. ‘2’ is neutraal: de verslaggever houdt op een professionele manier afstand en ‘3’: “ [...] if the journalist clearly attempted to be impartial, to offer all positions, to remain emotionally neutral, and not to favor a particular idea, organization, or person, a 3 rating was assigned. (Grabe en Zhou 2003, p. 325). De verslaggever valt binnen de laatste categorie: ‘3’. Hij en *Zembla* hebben hun best gedaan om alle kanten van het verhaal te tonen, maar de beschuldigde bouwbedrijven en ambtenaren waar ze contact mee zochten hebben ervoor gekozen niet te reageren. De verslaggever stelt veel vragen. Hij herhaalt bijna altijd wat de bronnen net hebben gezegd en zijn vragen hebben als doel te bevestigen en de zaak te verduidelijken. Hij reageert ook altijd op wat de bronnen net hebben gezegd. De verslaggever onderbreekt slechts één keer een bron. Dit is het geval in scène 28 wanneer hij spreekt met de heer Kist en wil weten waarom het de NMA niet lukt om de bouwondernemingen te pakken te krijgen. (“De bouwbedrijven zijn u te slim af?”).

Voor de analyse van *voice inflection* werken Grabe en Zhou weer met een schaal van een tot drie. Ze geven aan dat “a protruding or flagrant voice tone has been shown to heighten the importance of message content, whereas an unobtrusive voice tone presents information in a matter-of-fact manner.” (p. 326). ‘1’ staat voor: “ [...] the reporter’s voice had very little inflection and therefore revealed very little emotion and added no urgency or drama to the story.” (p. 326). ‘2’: “ [...] signaled noticeable variance in voice inflection mostly used for emphasis rather than the creation of excitement and drama.” (p. 326). En een ‘3’: “[...] the reporter’s voice tone had the potential to provoke drama, excitement, and emotion.” (p. 326). In scène zes is er duidelijk sprake van *voice inflection* schaal ‘3’. De verslaggever reageert verbaasd op het feit dat Ad Bos vertelt over de percentages die aan de bedragen worden toegevoegd. Hij begint te stotteren en de verontwaardiging is in zijn stem te horen. Verder behouden zowel de verslaggever als de voice-over gedurende de uitzending een rustige en kalme toon. Zelfs wanneer de voice-over de gefraudeerde bedragen uit de schaduwboekhouding voorleest, is zijn stem niet anders dan de manier waarop hij algemene informatie verstrekt. Dit valt onder ‘1’. Zijn stem toont



geen emotie, maar door de hoge bedragen die worden voorgelezen heeft de kijker wel door dat er iets mis is.

Een verslaggever is volgens Grabe en Zhou objectief wanneer zijn of haar persoonlijke mening niet naar voren komt: “A sense of uncertainty about the reporter’s personal opinion regarding the issue or event marks an attempt at objectivity.” (p. 325). Daarnaast moet de verslaggever aan kunnen tonen dat er moeite is gedaan om meerdere kanten van het verhaal te belichten en moet hij of zij ieder standpunt met dezelfde nadruk presenteren. Hier voegen ze nog aan toe: “A reporter might, without judgment, visually display the pursuit of an unwilling news source. Or, using a neutral tone, he or she might inform viewers that certain involved parties were not willing to comment, despite efforts to include all viewpoints in the news report.” (p. 325). Volgens de definitie en uitleg van Grabe en Zhou kan voor ‘Sjoemelen met Miljoenen’ worden gezegd dat de verslaggever objectief is. Zijn persoonlijke mening komt tijdens de interviews geen een keer naar voren en de kijker wordt hier tijdens de uitzending ook niet over in twijfel gebracht. Daarnaast wordt er met meerdere partijen gesproken om alle kanten van het verhaal te belichten. *Zembla* heeft ook contact gezocht met de beschuldigde bouwbedrijven, maar in scène dertien wordt er op een neutrale manier aangegeven dat geen van allen wilde reageren (“Woordvoerder van Lid laat weten dat Heijmans geen interesse heeft”, “Ook hier wordt het aanbod voor overleg afgewezen”, “Ook hij weigert *Zembla* over dit onderwerp te woord te staan”).

### 5.3.3 Antwoord deelvraag 4

Na de analyse van de personages kan de vierde deelvraag worden beantwoord: Representeren de personages die voorkomen in *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (dialogo en personage) en dimensies van zijn drieslag (ethos, pathos en logos)? Behalve *happy*, komen alle emoties in de uitzending aan bod, welke bijdragen aan pathos. De bronnen zijn bijna altijd in beeld en het zijn blanke mannen tussen de dertig en zestig. Tussen de geïnterviewden en de verslaggever is telkens sprake van een dialoog. Daarnaast kan er worden gezegd dat de verslaggever objectief is, omdat zijn persoonlijke mening niet naar voren komt. Dit is van belang

voor ethos. Hij is niet te betrokken en stuurt de geïnterviewden niet een bepaalde kant op met zijn vragen, maar probeert juist meer duidelijkheid te scheppen en een helder beeld te krijgen van de zaak. Tevens presenteert hij ieder standpunt met dezelfde nadruk. Tot slot is er moeite gedaan om meerdere kanten van het verhaal te belichten door de beschuldigde bouwbedrijven te benaderen voor commentaar om ook hun argumenten te horen (logos), maar hier zijn ze niet op ingegaan.

## 5.4 Ethos, pathos en logos

### 5.4.1 Ethos

Aristoteles vond ethos het belangrijkste overtuigingsmiddel. Hierbij gaat het om de indruk die de spreker maakt en of de spreker een deskundige, eerlijke en welgezinde indruk achterlaat. Daarnaast moet het publiek het gevoel krijgen dat de spreker verstand van zaken heeft, de waarheid spreekt – zonder een onvolledige of eenzijdige voorstelling te geven – en of hij/zij de voorkeuren van het publiek deelt. Grabe en Zhou hebben hiervoor gelet op de demografie van de verslaggevers, of de verslaggever in beeld is, de uitputtende vragen, het onderbreken van nieuwsbronnen en of de verslaggevers ondanks hun betrokkenheid objectief kunnen blijven. In de conclusie geven Grabe en Zhou aan dat er bij *60 Minutes* sprake was van ethos, omdat de verslaggevers geloofwaardig zijn en in de meeste gevallen oudere blanke mannen waren.

In 'Sjoemelen met Miljoenen' is de verslaggever geen enkel moment in beeld, maar aan zijn stem te horen is het een man. Om de gevonden informatie te verstrekken wordt er gebruik gemaakt van een voice-over – dit is vermoedelijk dezelfde stem. De eerste twee aandachtspunten van Grabe & Zhou over de demografie van de verslaggever en of deze in beeld is gaan dus niet op voor 'Sjoemelen met Miljoenen'. In de derde scène beginnen de gesprekken met de nieuwsbronnen en stelt de verslaggever de vragen. De verslaggever onderbreekt slechts één keer een bron: in scène 28 tijdens het gesprek met de heer Kist, directeur-generaal van de NMA. Wanneer Kist vertelt dat het niet lukt om bewijsmateriaal te verzamelen onderbreekt

de verslaggever hem met de vraag of de bouwondernemingen hem te slim af zijn. Verder stelt hij gedurende de uitzending vooral vragen om te bevestigen wat de bronnen net hebben gezegd en om duidelijkheid te scheppen, zoals: “Dus de zaak ligt nu stil”, “U kunt dus deze man niet dwingen”, “Dus 1993 is het keerpunt” en “Van Henk Koop”. Verder zijn het vooral vragen die worden gesteld om meer te weten te komen over de bouwfraude: “Waarom brengt u het nu naar buiten?”, “Wat is uw indruk bij het bestuderen van deze stukken?” en “Heeft u enig idee hoeveel geld de Spoorwegen te veel heeft betaald?”. Ondanks de betrokkenheid blijven de verslaggever en de voice-over objectief: er worden genoeg vragen gesteld om informatie te verkrijgen en te bevestigen wat de bron net heeft gezegd; niet om het antwoord of het verhaal te sturen.

De verslaggever/voice-over voldoet daarnaast ook aan de punten die Aristoteles heeft vastgesteld om ethos te analyseren. Allereerst komt hij deskundig over, omdat hij tussen de interviews en gesprekken door achtergrondinformatie over de bouwfraude verstrekt. De voice-over komt over als iemand die verstand van zaken heeft en iemand die weet waar hij het over heeft. Daarnaast komt hij ook eerlijk over, zonder hierbij een eenzijdige voorstelling te geven. Zo worden bijvoorbeeld de bedragen waarmee is gesjoemeld rechtstreeks vanuit de schaduwboekhouding aan de kijker getoond en worden de bewijsstukken een aantal keer duidelijk in beeld gebracht. Zo horen we dat er kosten met driehonderdduizend gulden, 1,1 miljoen en elf miljoen gulden zijn verhoogd. *Zembla* geeft de bouwbedrijven die aan de frauduleuze praktijken hebben meegewerkt de kans om zichzelf te verklaren tegenover de camera, maar dit weigeren ze allemaal. Dit wordt duidelijk in scène dertien: niemand wil *Zembla* over dit onderwerp te woord staan. Tot slot: er kan niet worden vastgesteld wat de kijkers precies denken, maar de voice-over, verslaggever en *Zembla* lijken de mening van de kijker te delen. Er wordt een aantal keer expliciet vermeld dat het een serieuze zaak betreft, omdat het hier gaat om belastinggeld. Het gaat dus alle kijkers aan. Zo vindt de heer Kist van de NMA het in scène elf een serieuze, kwalijke zaak, omdat het belastinggeld betreft.

De voice-over en de verslaggever maken een deskundige, eerlijke en welgezinde indruk. Tijdens het kijken van de aflevering krijg je als kijker het gevoel

dat ze verstand van zaken hebben, omdat er lang en uitgebreid onderzoek is gedaan naar de zaak en er tussen de interviews en gesprekken door veel over het onderwerp wordt verteld. Onder andere door de inbreng van Ad Bos, de schaduwboekhouding die in beeld wordt gebracht en oud-medewerkers die verklaringen afleggen krijg je als kijker een eerlijke indruk. *Zembla* heeft de beschuldigde bouwbedrijven de kans geboden om uitspraak te doen, maar er werd niet op het aanbod ingegaan. Er worden veel vragen gesteld, de nieuwsbronnen worden niet of nauwelijks onderbroken en de verslaggever blijft objectief.

#### 5.4.2 Pathos

Om emotie op te wekken – en hiermee dus pathos te creëren – moet de spreker volgens Aristoteles drie invalshoeken hanteren: de spreker moet nagaan welke personen de beoogde gevoelens oproepen, de spreker moet zich verplaatsen in degenen die het beoogde gevoel moeten koesteren en de spreker moet nagaan welke dingen deze emoties oproepen. Grabe en Zhou hebben de manier waarop emotie in de narratieve en visuele inhoud wordt opgewekt bestudeerd: de emotie van de verslaggevers en bronnen, slow motion, ooggetuige-perspectief, muziek en sound-effects, aangrijpende negatieve emotie die op de gezichten van nieuwsbronnen valt af te lezen, extreme close-ups en inzoomen tijdens emotionele getuigenissen. Grabe en Zhou bevestigen dat pathos altijd aanwezig was, omdat de bronnen en de verslaggevers – als het ware de personages – een belangrijke rol spelen in de verhaalvertelling. Daarnaast delen ze hun gevoel met het publiek en wordt de emotie op dezelfde manier getoond zoals bij fictionele personages. Door extreme close-ups, het inzoomen tijdens een emotionele verklaring, het herhalen van een aangrijpend beeld, slow motion en het ooggetuige-perspectief brengt het getoonde materiaal emotie naar voren en wordt de dramatische verhaalvertelling benadrukt.

In 'Sjoemelen met Miljoenen' is het pathos-element – met name in de scènes waarin de verslaggever met gedupeerden spreekt – aanwezig. In scène zes is er verontwaardiging in de stem van de verslaggever te horen wanneer hij Ad Bos

spreekt en er achter komt dat er in de meeste gevallen de helft te veel wordt betaald. Hij begint te stotteren. In scène zeven is er ook sprake van emotionering wanneer de verslaggever in gesprek gaat met de heer Rotteveel van de Vomar. Rotteveel is van slag wanneer hij ontdekt dat er twintig procent te veel is betaald voor een opdracht. Dit wordt versterkt doordat er wordt ingezoomd en er een close-up wordt gemaakt. Hij geeft aan dat het heel erg schrikken is en hij begint te stotteren. Ook in scène negen – wanneer we een beeld krijgen van hoe het er aan toe gaat bij een aanbesteding – is pathos te ontdekken. De verslaggever spreekt met een aantal aannemers en wanneer hij hoort dat ze bijna dagelijks en door het hele land naar een aanbesteding gaan is er verontwaardiging in zijn stem te horen. Er wordt ingezoomd op de aannemer die aan het woord is en er is sprake van een close-up om de emotie in zijn gezicht te benadrukken. Een ander voorbeeld is de officier van justitie die het zichtbaar vervelend vindt dat het niet lukt om de boekhouding te bemachtigen. Daarnaast is het gedurende de hele uitzending duidelijk dat de frauduleuze bouwbedrijven degenen zijn die de beoogde gevoelens oproepen en dat er meerdere gedupeerden zijn. Zo zijn de gemeente Amsterdam, Vomar, Schiphol en de Nederlandse Spoorwegen opgelicht, maar de kijker wordt er ook aan herinnerd dat hij of zij indirect slachtoffer is. Zoals al eerder vermeld bij het ethos-element, benadrukt *Zembla* dat het hierbij gaat om belastinggeld. Hier doet de heer Kist in scène elf uitspraak over.

In de aflevering is er op een andere manier sprake van pathos dan bij *60 Minutes*. Omdat het een voice-over betreft valt er geen emotie op de gezichten van nieuwsbronnen af te lezen, maar aan de stem van de voice-over is duidelijk te horen wanneer hij geëmotioneerd is. Er is geen sprake van slowmotion, een ooggetuige-perspectief, muziek of sound-effects, maar de emotie is wel op de gezichten van de gedupeerden af te lezen.

### 5.4.3 Logos

Logos draait volgens Aristoteles om argumentatie en welke argumenten de spreker inzet om het publiek van zijn of haar standpunt te overtuigen. Grabe en Zhou voegen hier nog aan toe dat wanneer het voor het publiek logisch overkomt er grote kans is

dat het publiek door de gepresenteerde informatie overtuigd wordt. Factoren waar ze tijdens het onderzoek op hebben gelet om logos te meten zijn: hoe de informatieve journalistieke formule – wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe – wordt nageleefd om duidelijkheid in de reportage te creëren, de agressieve ondervraging van nieuwsbronnen en visueel bewijs door undercovermateriaal en bewakingsbeelden. Grabe en Zhou komen tot de conclusie dat er in *60 Minutes* sprake was van logos, doordat men duidelijke en feitelijke informatie gaf, de vijf W's (wie, wat, waar, waarom, wanneer) en hoe werden aangehaald en doordat er gebruik werd gemaakt van undercover beeldmateriaal.

In 'Sjoemelen met Miljoenen' is er sprake van logos en is het een belangrijk onderdeel van de uitzending. *Zembla* wil de kijker ervan overtuigen dat er gedurende een lange periode grootschalige fraude is gepleegd door gerespecteerde bouwbedrijven. Er wordt in de uitzending geen gebruik gemaakt van undercover- of bewakingsbeelden. Wel worden er shots getoond waarop de precieze bedragen uit de boekhouding te lezen zijn, waaruit blijkt dat de kosten veelvuldig zijn verhoogd. Daarnaast is er bij de verslaggever sprake van agressieve ondervraging. Dit is bijvoorbeeld het geval in scène drie, wanneer hij met officier van justitie Frielink spreekt: hij vraagt wat hij met een grote bouwfraude bedoelt, of het serieus was, of de minister bij de onderhandelingen betrokken is geweest, of vijftigduizend gulden veel tipgeld is en of ze het een belangrijke zaak vonden. Ook wanneer hij klokkenluider Ad Bos spreekt om meer informatie te krijgen over de bouwfraude stelt de verslaggever veel vragen. Dit is te zien in scène zes. Wanneer er in scène 28 een gesprek plaatsvindt met directeur-generaal Kist van de NMA is er opnieuw sprake van een agressieve vraagstelling. De verslaggever wil weten waarom de schuldige bedrijven niet gepakt kunnen worden en stelt vragen als waarom het dan niet lukt, of ze wel goed genoeg zoeken en of de bouwbedrijven de NMA te slim af zijn. Tot slot wordt de informatieve journalistieke formule door de programmamakers ook nageleefd: aan alle onderdelen – wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe – wordt aandacht besteed. Wie: Gedurende de hele uitzending is het duidelijk dat het hier gaat om frauduleuze bouwbedrijven. Ze liggen onder vuur en worden in scène

dertien met naam en toenaam genoemd: HBG, Ballast Nedam, BAM, KVWS, Koop en NPM. Het wordt voor het publiek ook duidelijk wie de gedupeerden zijn. Dit zijn onder andere Schiphol, gemeente Amsterdam en de Vomar. Wat: Het gaat hier om grootschalige fraude in de bouw en uit de titel kan men opmaken dat het hier om grote bedragen – miljoenen – gaat. Volgens Kamerlid Rob van Gijzel is het zelfs een van de grootste schandalen uit de Nederlandse geschiedenis. Waar: de fraude speelt zich af in Nederland. Wanneer: de schaduwboekhouding die Ad Bos heeft afgeleverd bevat bouwopdrachten uit de periode 1988-1998; een periode van tien jaar. Waarom: de bouwbedrijven vonden het blijkbaar nodig om extra geld te verdienen en extra winst te behalen. In scène negen – waarbij de verslaggever ziet hoe het er bij een aanbesteding aan toe gaat – wordt duidelijk dat je als aannemer niet meer dan twee tot drie procent winst kunt berekenen, “anders krijg je de klus zeker niet.” Hoe: Ad Bos legt in scène tien duidelijk uit hoe de prijsafspraken tot stand komen. Er wordt een zaaltje gehoord, iedereen vertelt wat zij vragen voor een opdracht en er wordt afgesproken wie de klus krijgt. Er wordt een extra bedrag bovenop de kosten gedaan welke na afloop onderling wordt verdeeld.

Er is sprake van logos in *Zembla*. Er worden alleen geen undercover- of bewakingsbeelden ingezet, maar er wordt duidelijke en feitelijke informatie gegeven en de journalistieke formule wordt nageleefd.

## 6. Conclusie

Wanneer er wordt gesproken over nieuws als *global soap opera* of de *Foxification of news*, dan heeft men het niet in positieve zin over de dramatisering en sensationisering van het nieuws. Maar of het daadwerkelijk een negatief aspect is en of deze verandering per definitie ten koste gaat van de informatie en de maatschappelijke taak van de journalistiek – daar zijn de meningen over verdeeld. Nieuws zou eerder worden gekozen voor dramatische impact in tegenstelling tot bruikbaarheid en het wordt op een dramatische manier geordend en gestructureerd, zodat het publiek gegrepen blijft. Maar er wordt ook gezegd dat dramatische en sensationele verhalen niet per definitie gelijk staan aan kwalitatief slechtere journalistiek, omdat het niet in de weg staat van het geven van uitgebreide achtergrondinformatie.

Aan de hand van de methode van Grabe en Zhou heeft deze masterthesis gepoogd het debat over dramatisering een gevolg te geven, onderzocht of het toevoegen van drama ten koste is gegaan van de journalistieke geloofwaardigheid, of de methode van Grabe en Zhou een goede retorische benadering is om een visuele boodschap te analyseren en op welke manier *Zembla* in 'Sjoemelen met Miljoenen' overeenkomsten vertoont met de eisen die Aristoteles aan drama en overtuigende communicatie heeft gesteld. Dit is onderzocht aan de hand van de volgende hoofdvraag: Hoe visualiseert *Zembla* haar informatie en gaat het toevoegen van drama ten koste van de journalistieke geloofwaardigheid?

Na de analyse van *Zembla's* 'Sjoemelen met Miljoenen' kan worden geconcludeerd dat dramatische en sensationele verhalen niet per definitie gelijk staan aan kwalitatief slechtere journalistiek. In deze aflevering stonden elementen als ethos, pathos en logos niet in de weg van het geven van uitgebreide achtergrondinformatie en het presenteren van een goed onderbouwd en goed journalistiek verhaal. Na het bestuderen van de visuele en narratieve inhoud, structurele kenmerken, personages en ethos, pathos en logos is het duidelijk hoe *Zembla* haar informatie visualiseert en kan worden geconcludeerd dat *Zembla* in 'Sjoemelen met Miljoenen' dramatische technieken gebruikt die in lijn staan met de



bevindingen van Aristoteles. Dit wordt duidelijk na het beantwoorden van de vier deelvragen.

De eerste deelvraag: Bevat de visuele inhoud van *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (plot en spektakel) en dimensies van zijn drieslag (logos en pathos)? Het antwoord hierop is nee. De visuele beelden zijn niet bevorderend voor de plot, de logos of het pathos. Deze drie elementen worden niet ondersteund door de sfeerbeelden, omdat er alleen shots van gebouwen en bouwplaatsen te zien zijn. Er wordt bijvoorbeeld geen gebruik gemaakt van undercover- of bewakingsbeelden om extra informatie te geven.

De tweede deelvraag: Bevat de narratieve inhoud van *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (plot, spektakel en worsteling) en dimensies van zijn drieslag (logos en pathos)? Het antwoord hierop is ja. 'Sjoemelen met Miljoenen' is een pakkende titel en de uitzending bevat alle drie de vormen van conflict – *wrenching dilemma*, *conflict* en *contrast*. Dit zorgt voor spektakel, laat de worsteling zien en draagt bij aan pathos, omdat hierbij emotie wordt getoond. Daarnaast is de informatieve journalistieke functie – wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe – gedurende de uitzending duidelijk aanwezig, wat bijdraagt aan logos en belangrijk is voor de plot.

De derde deelvraag: Bevatten de structurele kenmerken in *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (spektakel en muziek) en pathos? Het antwoord hierop is ja. Er wordt gedurende de uitzending geen muziek gebruikt om emotie op te wekken. De enige vorm van muziek die te horen is, is de *score* bij de intro en de outro van het programma, welke wel dramatische impact heeft. Extreme close-ups zijn het meest voorkomende shot, wat aangeeft dat visuele nabijheid van belang is. De kijker kan zich beter met de inhoud en het nieuws identificeren, wat bijdraagt aan pathos.

De vierde deelvraag: Representeren de personages die voorkomen in *Zembla* de dramatische elementen van Aristoteles (dialogoog en personage) en dimensies van zijn drieslag (ethos, pathos en logos)? Het antwoord hierop is ja. Bijna alle emoties – behalve *happy* – komen in de uitzending aan bod, wat bijdraagt aan pathos. De bronnen zijn altijd in beeld en de dialoog tussen de geïnterviewden en de

verslaggever is altijd te horen en te zien, wat bijdraagt aan logos en bewijs is van dialoog en personage. De verslaggever is objectief en zijn persoonlijke mening komt niet naar voren. Daarnaast is hij niet te betrekken, stuurt hij niet in een bepaalde richting en er wordt direct gefilmd vanuit de schaduwboekhouding. Dit draagt allemaal bij aan logos.

Tot slot is de methode van Grabe en Zhou is een goede retorische benadering om een visuele boodschap te ontcijferen. Ondanks het feit dat een aantal kenmerken – zoals *violence*, *sex*, *gore*, undercover- en bewakingsbeelden – niet voorkwamen in ‘Sjoemelen met Miljoenen’, blijkt het toch dat de gebruikte technieken in lijn staan met de bevindingen van Aristoteles. Het verschil tussen het onderzoek van Grabe en Zhou en de analyse naar ‘Sjoemelen met Miljoenen’ is te wijten aan het gebruik van ethos, pathos en logos. *Zembla* heeft ervoor gekozen om vooral gebruik te maken van logos en een specifiekere selectie van ethos en pathos, terwijl er bij *60 Minutes* meer balans is tussen de drie elementen. Dat is door middel van de methode van Grabe en Zhou duidelijk geworden. *Zembla* maakt vooral gebruik van argumentatie om het probleem aan de kaak te stellen en bewijs te leveren aan de kijker. Er kan dus worden gesteld dat de methode universeel bruikbaar is, omdat er bij een vergelijkbaar programma andere uitkomsten mogelijk zijn. Het zou interessant zijn om te zien wat voor analyse er na vervolgonderzoek bij een ander Nederlands programma – zoals *Undercover in Nederland* of *Peter R. De Vries* – uit zou komen.

## 7. Discussie

Na het uitvoeren van het onderzoek en de analyse, zijn er een aantal verschillen tussen het onderzoek van Grabe en Zhou en dat van mij. Ik begon eerst – net als Grabe en Zhou – met een combinatie van een kwalitatieve en kwantitatieve inhoudsanalyse. Uiteindelijk heb ik ervoor gekozen om het kwantitatieve deel weg te laten, omdat mijn corpus veel kleiner is (één aflevering versus 27 afleveringen). Ook bij de verschillende soorten shots is er een groot verschil. Bepaalde shots die ontzettend vaak voorkomen in ‘Sjoemelen met Miljoenen’ maken geen onderdeel uit van het schema van Grabe en Zhou. Zo waren de meest voorkomende shots – naast de extreme close-up – een *pan* (de camera wordt op een horizontale manier van links naar rechts, of andersom, verplaatst), een *medium-shot* (kadert het lichaam ter hoogte van het middel) en een *tight-frame* (wanneer personages aan de rand van het beeld worden geplaatst; ze passen precies in het frame). De *pan* kwam werd in totaal 29 keer gebruikt en het *medium-shot* 27 keer. De extreme close-up en de *pan* werden vaak in combinatie met elkaar gebruikt om de bedragen uit de schaduwboekhouding duidelijk in beeld te brengen. Hierdoor kon de kijker met eigen ogen zien op welke manier de bouwbedrijven hebben gefraudeerd en werd de kijker overtuigd van het schandaal. Het *medium-shot* werd gedurende de hele uitzending gebruikt tijdens de interviews. Ook werd er soms tijdens de interviews gebruikt gemaakt van een *tight-frame*.

Er is zeker mogelijkheid tot vervolgonderzoek. Andere Nederlandse programma’s zoals *Undercover in Nederland* of *Peter R. de Vries* staan bekend als programma’s waar meer sensatie in plaatsvindt en waar bijvoorbeeld wel gebruik wordt gemaakt van bewakingsbeelden en undercovercamera’s. ‘Sjoemelen met Miljoenen’ was vrij sober en leunde meer op logos en minder op pathos, dus het zou interessant zijn om te zien wat voor analyse er bij een spannender programma uit zou komen. Het is ook aantrekkelijk om te kijken naar het culturele aspect: wat is het verschil in nieuws in de Verenigde Staten en Nederland? Is het een cultureel verschil of ligt het aan de omroep en/of het programma?

## Literatuurlijst

- Braet, A. (2007). *Retorische kritiek. Hoe beoordeel je overtuigingskracht?* Den Haag: Sdu uitgevers.
- Breen, M. (1983). Television News is Drama: The Dramatic Thrust Theory of Television News. *Media Information Australia*. 29, 42-51.
- Bilteyst, D., Peeren, Y. (2003). *Nieuws, democratie en burgerschap: Onderzoek over hedendaagse nieuwsmedia*. Gent: Academia Press.
- Entman, R.M. (2010). Improving newspapers' economic prospects by augmenting their contributions to democracy. *The International Journal of Press/Politics*. (15)1, 104-125.
- Grabe, M.E., Zhou, S. (2003). News as Aristotelian Drama: The Case of 60 Minutes. *Mass Communication and Society*, 6(3), 313-336.
- Grabe, M.E., Zhou, S., Barnett, B. (2001). Explicating Sensationalism in Television News: Content and the Bells and Whistles of Form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 45(4), 635-655.
- Grossman, L. (1997). Why local TV news is afwul. *Columbia Journalism Review*. 36(4), 21-22.
- Holsti, O.R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Reading: Addison-Wesley.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Newbury Park: Sage.
- Lewis, M.A. (1976). The Blind Spot of US Foreign Intelligence. *Journal of Communication*. 26(1), 44-55.
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*. 1(2). <<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2385>>
- Pantti, M. (2010). The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality. *European Journal of Communication*. (25)2, 168-181.
- Rubin, B. (1977). *International News and the American Media*. Beverly Hills: Sage.
- Scholten, O., Vasterman, P., Ruigrok, N., Takens, J., Prins, J. (2007) *Media en*

- Mabel: Een onderzoek naar de berichtgeving in vijf landelijke dagbladen over de affaire Mabel Wisse Smit.* Amsterdam: Het Persinstituut.
- Stark, S. D. (1997). Tabloids invade TV news. *Washington Monthly*. 29(6), 38-41.
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*. 7(17). < <http://pareonline.net/getvn.asp?v=7&n=17>>
- Thompson, J. B. (2008). *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Unz, D.C. (2010). 17 Effects of presentation and editing on emotional responses of viewers: The example of TV news. *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*. Oxon: Routledge, 294-309.
- Uribe, R., Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? *European Journal of Communication*. (22)2, 207-228.
- Vettehen, P.H., Nuijten, K., Beentjes, J. (2010). News in an Age of Competition: The Case of Sensationalism in Dutch Television News, 1995-2001. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. (49)3, 282-295.
- Vulperhorst, L. (2005). *Bijlagen Verzwegen onderneming: Ondernemers, overheid en het einde van het bouwkartel (2001-2005)*. Amsterdam: Uitgeverij van Genneep.