



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Zijn er landelijk en regionaal andere normen voor beladen taal? Hoe landelijke en regionale krantenredacties omgaan met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur
Prent, Rikke

Citation

Prent, R. (2023). *Zijn er landelijk en regionaal andere normen voor beladen taal?: Hoe landelijke en regionale krantenredacties omgaan met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur.*

Version: Not Applicable (or Unknown)

License: [License to inclusion and publication of a Bachelor or Master Thesis, 2023](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3665255>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Stijladviezen voor beladen taal: landelijk en regionaal?

Hoe gaan regionale en landelijke krantenredacties om met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur



Scriptieopzet

Dr. Jaap de Jong & Dr. Peter Burger

Rikke Prent

s3572617

20 maart 2023

8529 woorden



Universiteit
Leiden

Voorwoord (volgt nog)

Abstract (volgt nog)

Inhoudsopgave

Voorwoord (volgt nog)	2
Abstract (volgt nog)	3
1. Inleiding	5
1.1 <i>Probleemstelling en hoofdvraag</i>	5
1.2 <i>Maatschappelijke relevantie</i>	6
1.3 <i>Wetenschappelijke relevantie</i>	7
1.4 <i>Indeling onderzoek</i>	7
2. Theoretisch kader	8
2.1 <i>Journalistieke codes</i>	8
2.2 <i>Stijlboeken in de journalistiek</i>	9
2.3 <i>De kracht van taal</i>	11
2.4 <i>Racisme in de journalistiek</i>	12
2.4.1 <i>'Beladen taal'</i>	13
2.4.2 <i>'Othering'</i>	14
2.5 <i>Landelijke en regionale medialandschap</i>	16
2.5.1 <i>De landelijke kranten</i>	16
2.5.2 <i>De regionale kranten</i>	17
2.6 <i>Theoretisch kader samengevat</i>	18
3. Methode	20
3.1 <i>Inhoudsanalyse</i>	20
3.2 <i>Semigestructureerde diepte-interviews</i>	21
3.3 <i>Selectie onderzoekseenheden</i>	22
3.4 <i>Analyse onderzoeksgegevens</i>	23
3.5 <i>Betrouwbaarheid en validiteit</i>	24
4. Verwachte resultaten	26
Bronnenlijst	28
Bijlage 1: Eerste opzet topiclijst (nog niet af)	33
Bijlage 2: Eerste opzet interviewschema (nog niet af)	35
Bijlage 3: AVG-formulier (volgt nog)	37

1. Inleiding

1.1 Probleemstelling en hoofdvraag

Het Nationaal Museum van Wereldculturen bracht in 2020 ‘Words Matter’ uit. Een onderzoekspublicatie over het maatschappelijke en politieke debat omtrent de vraag of bepaalde woorden nog wel van deze tijd zijn. In de publicatie is een lijst toegevoegd met mogelijk gevoelige woorden in de museale sector. Voorbeelden uit deze lijst zijn: ‘blank’, ‘allochtoon’ en ‘slaaf’. Alle drie termen die steeds meer als ‘beladen’ worden ervaren door hun negatieve connotaties (Tropen Museum et al., 2020). Veel woorden uit deze lijst zijn inmiddels niet meer te vinden in onder andere musea, waaruit op te maken is dat de culturele sector zichzelf een verantwoordelijke rol toeschrijft in dit maatschappelijke en politieke debat (Tropen Museum et al., 2020).

Maar hoe zit dat eigenlijk met kranten? Voelen zij zich verantwoordelijk om deel te nemen aan dit debat over welke woorden nog kunnen en welke niet? Uit een recent interview met hoofdredacteurs van verschillende landelijke kranten (2023) komt naar voren dat hier geen duidelijk antwoord op is. Zo liet *NRC*-hoofdredacteur René Moerland weten dat de krant goed verslag wil doen en “niet het maatschappelijke debat wil vormen met activistisch taalgebruik. *NRC* wil het pluralisme in de samenleving laten zien en verslaggeving doet soms pijn” (Geerdink, 2023). Dit is een van de redenen waarom de krant de keuze wit-blank aan de redacteurs zelf over laat (NRC, 2023). *Volkscrant*-hoofdredacteur Pieter Klok zegt te streven naar progressief taalgebruik, zo volgt de redactie de wetenschappelijke trend waarin ‘slaaf’ wordt vervangen door ‘slaafgemaakte’ (de *Volkscrant*, 2021). Maar ook in deze krant kunnen auteurs uiteindelijk zelf hun woorden kiezen (Geerdink, 2023). *Trouw* is de eerste krant in Nederland waarin het woord ‘blank’ niet meer te vinden is. Hoofdredacteur Cees van der Laan benoemde dat wanneer je blank gebruikt, je je associeert met rechts-extremisme, “en daar willen we ver weg van blijven. Gebruik dus liever ‘wit’” (*Trouw*, 2023). Ingezonden brieven van lezers waarin het woord blank staat, worden zelfs gewijzigd in wit. Ook de kranten *Algemeen Dagblad* en *Financieel Dagblad* gebruiken momenteel consequent ‘wit’ (Geerdink, 2023). Een eensgezinds antwoord op de vraag of kranten zich verantwoordelijk voelen is er dus niet, al blijkt wel dat steeds meer kranten ook hun stijladviezen rondom beladen taal beginnen aan te passen.

Deze behoefte aan vernieuwende regels rondom beladen taal, is een ontwikkeling die al een langere tijd speelt. De samenleving is namelijk in beweging en de maatschappelijke en politieke druk tot verandering is groot. Dit heeft te maken met een nieuwe generatie makers, denkers, schrijvers en activisten die van zich laat horen, het veranderende straatbeeld waarin diversiteit steeds belangrijker wordt en de groeiende mondigheid van gemarginaliseerde personen en (inter)nationale bewegingen

zoals 'Black Lives Matter' en 'Kick Out Zwarte Piet' (Samuel, 2021). Er wordt vandaag de dag steeds meer aandacht besteed aan inclusiviteit en diversiteit. Ook in de taal, waar 'inclusieve taal' bij veel media op dit moment de norm is. Dit is taal die bijdraagt aan een meer inclusieve maatschappij waarin de gelijkwaardigheid van mensen wordt vergroot en diversiteit gerespecteerd (Taalunie, 2021). Een belangrijke stap, "taal heeft namelijk de kracht om in- en uit te sluiten" (WOMEN INC 2022, 6). Door deze beweging worden sommige woorden die vroeger 'normaal' waren, nu als 'ouderwets' of zelfs 'pijnlijk' ervaren. Neem bijvoorbeeld de lekkernij 'zoen' die nog geen tien jaar geleden 'n-woord-zoen' heette, of het spel 'Katan' dat voorheen 'Kolonisten van Katan' werd genoemd. Woorden en normen over taalgebruik zijn voortdurend in beweging (Tropenmuseum et al., 2020) en het gebruik van beladen taal is dan ook steeds meer een onderwerp van gesprek (Waszink, 2022). De voorbeelden aan het begin van deze alinea laten zien dat dit ook voor kranten geldt. In ieder geval voor landelijke kranten, want hoe gaan regionale kranten eigenlijk om met beladen taal en welke verantwoordelijkheid schrijven zij zichzelf toe? Hebben zij überhaupt wel stijladviezen voor beladen taalgebruik en hoe verschillen deze van die van landelijke krantenredacties? Deze scriptie houdt zich met deze vragen bezig, de volgende onderzoeksvraag is geformuleerd:

'Hoe gaan regionale krantenredacties om met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties?'

Onder beladen taal wordt in dit onderzoek naar de volgende woorden verwezen: 'blank', 'slaaf' en 'allochtoon'. Bovenstaande onderzoeksvraag leidt tot twee deelvragen:

1. Welke afspraken of adviezen hebben de regionale en landelijke kranten opgesteld voor 'blank', 'slaaf' en 'allochtoon' in hun stijlboeken? En hoe zijn ze gemotiveerd?
2. Welke opvattingen hebben regionale krantenredacties over de rol van de krant betreffende hun stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties?

Om antwoord te geven op de onderzoeksvraag wordt ten eerste een kwalitatieve inhoudsanalyse toegepast om de stijlboeken van acht kranten te analyseren op welke adviezen zij hebben voor de woorden 'blank', 'slaaf' en 'allochtoon'. Vervolgens worden er acht semigestructureerde diepte-interviews afgenomen met eind- en hoofdredacteuren van regionale en landelijke krantenredacties.

1.2 Maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek kan krantenredacties laten inzien hoe belangrijk het is om stijladviezen voor beladen taal met betrekking tot afkomst en huidskleur op te stellen, te gebruiken en aan te passen op de

huidige maatschappij. Mediamakers hebben namelijk een grote invloed op hoe wij elkaar zien. In het geval van geschreven journalistiek, geven journalisten hun visie op de werkelijkheid en vormen die tegelijkertijd voor hun publiek (WOMEN INC, 2017). Journalisten bepalen ook hoe 'de ander' wordt omschreven (Samuel, 2021). Taal in de media speelt dus een belangrijke rol in de beeldvorming van diverse groepen in onze samenleving en journalisten dienen zich hier bewust van te zijn.

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Hoewel er al onderzoeken bestaan over 'racistisch' en 'beladen' taalgebruik in de media, is het aantal Nederlandse studies dat stijlgidsen heeft onderzocht, vrij beperkt. Opgenhaffen en De Jong (2019) benoemen dat een analyse van stijlgidsen nuttig kan zijn om inzicht te krijgen in een specifieke nieuwsorganisatie of genre. Daarnaast kan worden onderzocht hoe het taalbeleid en bepaalde gevoelige journalistieke thema's in de loop van de jaren zijn geëvolueerd (Opgenhaffen & De Jong, 2019). Deze studie, die de stijladviesen voor de beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur onderzoekt, draagt daarom bij aan het wetenschappelijke debat. Daarbij is de vergelijking van stijladviesen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur tussen regionale en landelijke krantenredacties nog nooit eerder gedaan. Dit terwijl regionale kranten, net zoals landelijke kranten, zich bewust moeten zijn van hun verantwoordelijkheid ten opzichte van de maatschappij en zich ook dienen te houden aan een ethische code (Deuze 2005, 494).

In 2016 is er wel een soortgelijk onderzoek gedaan door Verhulsdonk, toentertijd masterstudent aan de Universiteit Leiden. Verhulsdonk onderzocht op welke manier er bij *de Volkskrant* werd omgegaan met adviezen over discriminerend taalgebruik op het gebied van gender, ras en etniciteit. Omdat Verhulsdonk zich alleen richtte op *de Volkskrant* en in deze scriptie die krant niet wordt meegenomen, verschillen de onderzoeken van elkaar.

1.4 Indeling onderzoek

In het tweede hoofdstuk, het theoretisch kader, wordt relevante theorie besproken met betrekking tot het onderwerp 'stijladviesen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur'. Het derde hoofdstuk gaat dieper in op de methode van dit onderzoek, namelijk een kwalitatieve inhoudsanalyse en semigestructureerde diepte-interviews. Ten slotte volgt een hoofdstuk dat de voorlopige resultaten van dit onderzoek bespreekt.

2. Theoretisch kader

Om de onderzoeksvraag van deze scriptie te beantwoorden, is het nuttig om eerst vast te stellen welke kernwaardes we aan de journalistiek toeschrijven en hoe deze in de loop der jaren zijn veranderd. Dit is belangrijk voor dit onderzoek, omdat deze verandering invloed heeft op de stijladviezen voor beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Ten tweede wordt theorie besproken over stijlboeken in de journalistiek. Dit is een essentieel onderdeel van de theorie omdat deze scriptie aan de hand van stijlboeken van acht kranten beladen taal die betrekking heeft op huidskleur en afkomst onderzoekt. Het is daarom zinvol om te weten waarvoor deze boeken dienen en hoe ze bijdragen aan een identiteit van een nieuwsorganisatie. Ten derde wordt de kracht van taal behandeld. Een cruciaal onderwerp van dit onderzoek, omdat zo kan worden vastgesteld wat voor gevolgen stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur kunnen hebben. Ten vierde wordt ingegaan op racisme en 'othering' in de journalistiek; problemen die al langer spelen en ook al veel onderzocht zijn. Desalniettemin zal duidelijk worden dat het nog steeds een belangrijk onderwerp is, waar iets aan gedaan kan worden door middel van stijladviezen voor beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Tot slot volgt een analyse van het regionale en landelijke medialandschap en worden de kranten die in deze scriptie onderzocht zullen worden, kort besproken.

2.1 Journalistieke codes

In het artikel 'What is journalism?' (2005) heeft Mark Deuze de klassieke kernwaarden van de journalistieke beroepsideologie herschreven. De kernwaarden waren volgens Deuze (2005, 453): objectiviteit, autonomie, urgentie, ethiek en het bieden van een publieke service. In de context van de huidige culturele en technologische ontwikkelingen, worden deze kernwaardes uitgedaagd door het bevorderen van multiculturalisme en nieuwe media. Door multiculturalisme worden media-professionals geconfronteerd met hun verantwoordelijkheden in de hedendaagse samenleving. Als nieuwsorganisaties streven naar meer integratie, moet dit verder gaan dan representatie; redactionele organisatiepatronen, normen en waarden en het vertellen van verhalen spelen hierin een belangrijke rol. Bovendien leidt een multiculturele samenleving tot een verschuiving in de focus van nieuwswaarden van de media-professionals. De multiculturele samenleving waarin de positie van minderheden opnieuw bepaald zal moeten worden, is nu het referentiepunt voor journalisten (Deuze 2005, 452). Anderson et al. (1994, 19) benoemen dat een van de belangrijkste rollen van de journalistiek het bevorderen van het publieke debat over diverse kwesties is, waarbij verschillende standpunten worden belicht en gehoord. Bovendien moet de journalistiek de hele samenleving

aanspreken. Berichtgeving over minderheden sluit hierbij aan, iets dat volgens Deuze (2005) ook de multiculturele samenleving stimuleert. Alleen is het belangrijk dat deze berichtgeving wel op een juiste manier gebeurt. Stijladvies voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur kunnen hierbij helpen.

Dijk (1983) benadrukte drie decennia geleden al waarom het belangrijk is dat journalisten over etnische minderheden en het onderbelichte probleem 'racisme' berichten. Dit gebeurde toentertijd niet door de 'informatiecirkel'. Deze cirkel houdt in dat doordat journalisten weinig opzochten over racisme, ze er ook weinig over wisten. Hun meningen en houdingen over racisme werden daarom gespecificeerd en het probleem werd minder gezien, herkend en dus ook minder als nieuwsonderwerp geselecteerd (Dijk 1983, 26). Dat terwijl journalisten een fundamentele rol spelen in het proces van 'delen' en invloed hebben op het 'relevant maken' van problemen. Pas als de journalist uit deze cirkel breekt, door zich bijvoorbeeld goed in te lezen, bestaat de mogelijkheid dat het publiek de informatie krijgt die noodzakelijk is als basis voor de verandering van eigen opvattingen over racisme. Dijk (1983) stelt dat journalisten deze voortrekkersrol moeten vervullen. De theorie van Dijk (1983) sluit dus goed aan bij de opvatting van Deuze (2005) dat berichtgeving over minderheden de multiculturele samenleving stimuleert.

De klassieke kernwaarden van journalistiek worden dus uitgedaagd door het bevorderen van multiculturalisme. Deze uitdaging heeft invloed op hoe kranten naar etnische minderheden verwijzen. Hierdoor kunnen stijladvies voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur goed van toepassing kunnen zijn. Wat stijlgidsen stijladvies zijn en waarvoor ze dienen, wordt in de volgende paragraaf besproken.

2.2 Stijlboeken in de journalistiek

Veel media-instituten hebben bepaalde regels voor hun taalgebruik; deze zijn vastgelegd in een 'stijlboek' of 'stijlgids' (Cameron, 1996). Volgens Bell en Keer (2021) worden stijlboeken ook wel de 'bijbels' van het mediagebruik genoemd. In deze boeken staan regels die "bijdragen aan een consistent, correct, duidelijk en beknopt taalgebruik" (Cameron 1996, 319). Regels in een stijlgids laten bijvoorbeeld zien welke varianten er voor een woord zijn en welke variant de voorkeur heeft. Het hebben van een stijlboek vereenvoudigt daarom het werk van redacteurs, omdat op deze manier stijlkwesies minder vaak besproken hoeven te worden. Stijlgidsen van een nieuwsorganisatie laten ook zien welke variant van taal en stijl zij bijvoorbeeld gebruiken voor het verwijzen naar minderheden (Opgenhaffen & De Jong, 2019). In de stijlgids van *NRC* staat er over 'allochtoon' en 'autochtoon' het volgende:

“We vermijden de termen ‘allochtoon’ en ‘autochtoon’, dit zijn sociaalwetenschappelijke containerbegrippen. Bij beschrijvingen van individuen of groepen in eigen berichtgeving geven wij er echter de voorkeur aan om concreter te zijn en – indien relevant – te spreken van “Marokkaanse (Turkse, Surinaamse, etc.) Nederlanders” of mensen van “Marokkaanse (Turkse, Surinaamse, etc.) afkomst” (NRC Code | onze-beginselen, z.d.).

Er wordt van journalisten verwacht dat zij zich aan deze stijladviezen houden; er bestaan zelf sancties bij niet-naleving (Opgenhaffen & De Jong, 2019). Het is aan de eindredactie de taak om eventuele afwijkingen te vinden en aan te passen. Volgens Cameron (1996) is er één groep die zich niet aan deze strikte regels hoeven te houden; de columnisten (319).

Naast dat stijlboeken van fungeren als regels die bijdragen aan een correct, consistent, duidelijk en beknopt taalgebruik, wordt er aan de hand van dit boek ook een institutionele stem en identiteit van een nieuwsorganisatie geproduceerd (Cameron, 1996). Cameron (1996) stelt dat via stijlboeken kleine maar significante contrasten kunnen worden geconstrueerd, die deel uitmaken van wat een krant zijn kenmerkende ‘stem’ is. Conboy (2006, 9) benadrukt ook het belang van de stijl van een medium in het ideologische pact met de lezer, waarbij de stijl van het medium nauw aansluit bij de stijl van het publiek. Een conservatieve krant gebruikt bijvoorbeeld ander taalgebruik dan een liberale krant. Deze contrasten kunnen bijvoorbeeld duidelijk worden gemaakt aan de hand van hoe kranten verwijzen naar minderheden, maar ook door het innemen van een standpunt dat de lokale perceptie van de wereld en zijn inwoners weerspiegelt. Etnocentrisch taalgebruik, taal waarmee andere culturen worden beoordeeld, kan een teken zijn van xenofobie, maar dat hoeft niet zo te zijn (Cameron, 1996).

Opgenhaffen en De Jong (2019) benoemen dat met de tijd, normen en waarden veranderen. Daarom moeten nieuwsorganisaties blijven inspelen op de veranderende taalgevoeligheid en stijlvoorkeuren van hun kritische lezers (Opgenhaffen & De Jong, 2019). Cotter (2014) merkt ook op dat de identiteit van nieuwsmedia niet vaststaat, omdat zij voortdurend moeten afwegen welke woorden wel en niet te gebruiken om hun identiteit te behouden en aan te passen aan maatschappelijke veranderingen. Deze veranderende opvattingen in de maatschappij zorgen ervoor dat een stijlboek zijn regels aanpast (Cotter, 2014). Dit geldt ook voor nieuwsorganisaties, als zij dit niet doen riskeren zij namelijk hun gezag en positie te verliezen (Opgenhaffen & De Jong, 2019). We hebben in de inleiding gelezen dat veel landelijke kranten hun stijladviezen aanpassen, maar de vraag is of regionale kranten hier ook aan meedoen.

Stijlboeken -en gidsen van nieuwsorganisaties vereenvoudigen dus het werk van redacteuren en dragen bij aan de identiteit van een krant. Ze kunnen altijd aangepast worden, gezien de

veranderende normen en waarden van een maatschappij. Dit geldt ook voor stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur.

2.3 De kracht van taal

Taal is een van de meest krachtige instrumenten die we als mens bezitten. Het stelt ons in staat om te communiceren, ons te uiten, te begrijpen en te verbinden. Volgens Sneller en Verbiest (2000, 15) is taal een krachtig middel “omdat taal en samenleving in verband staan met elkaar”. De Caluwe (2001) beaamt dit; volgens hem is taal aan de ene kant een spiegel van de maatschappij, anderzijds zou taal ook invloed kunnen hebben op de manier waarop we tegen die maatschappij aankijken en de wereld om ons heen ervaren (De Caluwe, 2001). Ook staat taal in relatie tot de maatschappij omdat er in de samenleving altijd sprake is van een ‘dominant vertoog’. Dit begrip verwijst naar het spreken van een bepaalde groep, bijvoorbeeld de overheid. Woorden en rederingen uit het dominante vertoog zijn alomtegenwoordig in geschreven en gesproken tekst. Deze woorden en rederingen kunnen hierdoor een dwingend karakter krijgen en “andere concepten van denken over relevante onderwerpen blijken onzinnig, onrealistisch of zelfs immoreel” (Verhaeghe 2020, 16). De dominantie van een vertoog wordt onder andere bepaald door degene met een gezaghebbende stem. Dit wordt ook bevestigd door Guerin (2002, 30), die stelt dat taalgebruik niemand iets kan doen zonder dat er sprake is van macht. Ook Samuel (2021) haakt hierop in, hij voegt hieraan toe dat taal de opvattingen van de dominante machtsgroep die in de beschrijving van ‘de ander’ zijn eigen superioriteit versterkt.

Naast dat taal en maatschappij in relatie staan tot elkaar, stuurt taal ook onze blik op de werkelijkheid. Taal bevat namelijk impliciete boodschappen, roept associaties op, verleidt en beangstigt ons (Verhaeghe 2020, 16-18). Ook maakt onze identiteit deel uit van een talig geconstrueerde werkelijkheid en vormt taal een werktuig waarmee die werkelijkheid vorm kan krijgen (Blussé, 2022). Taal vertegenwoordigt namelijk ons denken en is ook in staat ons denken te beheersen (Andrews, 1996). Iemand kan bijvoorbeeld besluiten om geen ‘blank’ meer te gebruiken omdat het woord een negatieve lading heeft gekregen. Deze keuze komt voort uit het proces dat taal ons aan het denken zet en het er zelfs voor kan zorgen dat we iemand zijn taalgebruik aanpast. Denken over taal is denken over manieren van waarnemen, benoemen, waarderen, besluiten wat meetelt en wat niet (Brinkgeve & Koenen 2020, 164).

Taal is dus machtig; de woorden die we gebruiken en de manier waarop we ze gebruiken hebben veel invloed op hoe we naar de wereld kijken. Ook heeft taal de macht om in- en uit te sluiten (WOMEN INC 2022, 6). Wil je de wereld veranderen? Dan begin je bij taal (Brinkgeve & Koenen, 2020).

Het mooie en bijzondere aan taal is dat het niet statisch is; taal is nooit af en verandert continu. Deze transformatie is een sociaal proces waaraan iedereen deelneemt (Brinkgeve en Koenen, 2020). Echter, Koenen stelt (2020, 157) dat zolang verandering wordt uitgedrukt in taal van het dominante vertoog, het onmogelijk is om veranderingen te introduceren. Maar wanneer moet taal eigenlijk veranderen?

Dit is nodig wanneer taal een wereld is doorgedrongen waar het niet past en schade toebrengt (Brinkgeve en Koenen, 2020). Het 'n-woord' is hier een goed voorbeeld van, omdat dit woord refereert naar het koloniale verleden en het gebruik ervan vandaag de dag mensen kwetst. Ook de woorden 'blank', 'slaaf' en 'allochtoon' passen steeds minder in onze wereld, alhoewel niet iedereen het daar mee eens is. Woorden die te beladen zijn geraakt worden dus steeds vaker in de ban gedaan. Deze woorden maken plaats voor nieuwe die recht doen aan hun ervaringen. Sommigen zijn het niet eens met het aanpassen van woorden; tegenstanders vinden het een 'belachelijk sentiment' of een poging om de geschiedenis te herschrijven. Tropen Museum et al., (2020, 13-14) benoemen dat het daar niet om gaat; "voor voorstanders gaat het om het verwijderen van bepaalde woorden uit een breder maatschappelijk vocabulaire; woorden die zijn ontstaan uit racistische en discriminerende discoursen, die volgens hen hebben bijgedragen aan de negatieve manier waarop sommige groepen worden gezien en vertegenwoordigd". Door woorden te veranderen worden wezenlijke problemen, zoals racisme, niet opgelost. Maar het is wel een stap in de goede richting naar een veilige, respectvolle, toegankelijke en inclusievere samenleving (Samuel 2020, 3).

Taal is dus machtig omdat het in relatie staat tot de maatschappij en onze werkelijkheid vormt. Taal moet zich, net zoals stijladvies, aanpassen wanneer het niet meer in de huidige samenleving past.

2.4 Racisme in de journalistiek

Taal stuurt dus onze blik op de werkelijkheid en volgens Dijk (1983) zijn media van invloed op hoe de samenleving tegen 'minderheden' aankijkt. Teun A. Van Dijk is gespecialiseerd in discoursanalyse en heeft veel studies gedaan naar enige vorm van racisme in de nieuwsmedia. Zo stelt Dijk (1991, 69) dat pers die rechts neigt te zijn, grotendeels negatievere koppen heeft over ethische affaires dan pers van linkse nieuworganisaties. Ook worden vluchtelingen vaak gerepresenteerd in termen van het hebben of veroorzaken van problemen. Minderheden worden geassocieerd met stereotypen die te maken hebben met 'criminaliteit' en 'geweld' en worden nauwelijks gebruikt als bron (Dijk, 1991). Over het algemeen worden niet-westerse allochtonen in de pers beoordeeld op basis van hun uiterlijk en ethische kenmerken (Dijk 1991, 26).

Media zijn dus van invloed op hoe de maatschappij tegen minderheden aankijkt.

2.4.1 'Beladen taal'

Alvorens de stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur onderzocht gaan worden, is het belangrijk om eerst vast te stellen dat de woorden: 'blank', 'slaaf' en 'allochtoon' in deze scriptie onder 'beladen taal' vallen. Maar waarom zijn deze woorden beladen?

De keuze tussen 'blank' en 'wit' bij het beschrijven van iemands huidskleur wordt beschouwd als beladen taal omdat volgens Waszink (2022) beide woorden niet alleen betekenissen hebben die verwijzen naar de kleur van mensen of objecten, maar ook figuurlijke betekenissen hebben die vaak positief zijn. Beide woorden worden geassocieerd met termen als 'helder', 'licht' en 'transparant', die op hun beurt weer figuurlijk worden verbonden met begrippen als 'rein' en 'onschuldig'. Blank heeft een positieve neutraliteit (Kanobana 2021, 272), terwijl het woord vaak in verband wordt gebracht met het beladen koloniale verleden. Nzume (2017) bevestigt dit, het woord blank werd in het koloniale verleden door witte mensen gebruikt als het tegengestelde van mensen die werden aangesproken met het n-woord. Zwarte mensen hadden toentertijd een inferieure status en de blanke persoon was het toppunt van de civilisatie (Nzume 2017, 17). Een andere reden waarom blank vaker in de ban wordt gedaan, is omdat 'blank-zwart' een ongelijkwaardig paar is. Daarbij wordt in het Engels ook van 'white-black' gesproken als het om huidskleur gaat. Echter, op dit laatste punt is ook kritiek. 'White' zou refereren naar 'white power' en 'white supremacy' (Waszink 2022, 85). Hoewel in de 20^e eeuw blank nog het meest gebruikte woord was om te verwijzen naar witte mensen (*Welk woord is ouder: wit of blank, z.d.*) heeft wit tegenwoordig de voorkeur. In de inleiding werden er voorbeelden gegeven van kranten die nu (liever) 'wit' gebruiken. Waszink (2022) stelt dat zulke beslissingen altijd ophef veroorzaken. Ze vraagt zich af of zulke beslissingen wel zo nadrukkelijk gecommuniceerd moeten worden, aangezien het contraproductief kan zijn (Waszink 2022, 86).

Ook 'slaaf' wordt als beladen taal ervaren. In Nederland wordt met dit woord meestal verwezen naar de periode van slavernij waarin zwarte volkeren werden geëxploiteerd. Daarom neigt men sinds de laatste jaren voor 'mensen in de slavernij' of '(tot) slaafgemaakte' om explicieter te maken hoe het er echt aan toeging (Waszink 2022, 90). Tropenmuseum et al., (2020, 142) stellen dat "bovendien de term 'slaaf' iemand menselijkheid niet erkent, maar diegene reduceert tot niets meer dan iemands eigendom" (Tropen Museum et al., 2020, 142). Maar ook over de alternatieven voor het woord 'slaaf' zijn de meningen verdeeld. Voorstanders vinden onder andere 'slaafgemaakte' beter omdat het uitdrukt dat er vóór de slaven besloten werd. Tegenstanders stellen bijvoorbeeld dat het woord 'slaaf' duidelijk aangeeft hoe het er echt aan toeging en niet hoe het had moeten zijn (Waszink 2022, 91). Alternatieven voor 'slaaf' zijn nog niet algemeen, het is dan ook niet van veel kranten bekend, met uitzondering van *de Volkskrant*, wat hun stijladviezen voor dit onderwerp zijn.

Tot slot de laatste term die onder beladen taal wordt gezien in dit onderzoek. Het gaat hier om het woord 'allochtoon'. Dit woord is al geruime tijd in gebruik, maar wordt ook al lang bekritiseerd. Want hoewel allochtoon iedereen betreft met een niet-Nederlandse ouder, worden vooral mensen met een niet-westerse achtergrond, dat wil zeggen Europa (exclusief Turkije), Noord-Amerika, Oceanië, Indonesië, en Japan, als allochtoon gezien (Waszink 2022, 97). In de publicatie van het Nationaal Museum van Wereldculturen (2020) staat beschreven dat allochtoon geassocieerd wordt met een wereldbeeld waarin bepaalde groepen gestigmatiseerd, achtergesteld en uitgesloten worden. "Allochtoon is geen neutraal begrip, de term verwijst vaak naar 'moslim' en 'migranten'. Beide woorden zijn in de huidige Europese samenleving nauw verbonden met islamfobische en xenofobische wereldbeelden en dragen dus een ideologische uitsluiting met zich mee" (Tropen Museum et al., 2020). Ook worden etnische minderheden met een migrantenerfgoed van drie generatie terug nog steeds als allochtoon, immigrant of buitenlanders beschouwd (Kanobana 2021, 271). Het schijnt dat officiële instanties ook onderscheid maken/maakten tussen westerse en niet-westerse allochtonen. Sinds 2016 is de term 'allochtoon' daarom door veel overheidsinstellingen en media vervangen door 'persoon met een migratieachtergrond' (Waszink 2022, 104). WOMEN INC (2022) stelt voor om in plaats van 'allochtoon' een dubbele nationaliteit te gebruiken, zoals Turkse Nederlander. Gebruik dit alleen als het functioneel of gewenst is.

De woorden 'blank', 'slaaf' en 'allochtoon' worden in dit onderzoek dus als beladen taal beschouwd.

2.4.2. 'Othering'

'Racisme' kent vele definities en het zou een hele studie op zich zijn om die allemaal te behandelen. In dit onderzoek wordt daarom aan de betekenis van Tulkens et al. (2016) gehouden, zij stellen dat racisme te maken heeft met alle negatieve uitingen, generalisaties, beledigingen vanwege etniciteit, nationaliteit, religie en cultuur (Tulkens, et al. 2016, 4). Racisme beperkt zich niet tot fysieke of etnische kwaliteiten, maar kan ook sociale en culturele aspecten omvatten. Voorheen was racisme openlijk en expliciet, bijvoorbeeld door de 'Apartheid', maar wettelijke en activistische interventies hebben dit verminderd (Guerin, 2002). Op dit moment is er sprake van het 'nieuwe racisme' (Dijk 1991). Dit is racisme dat democratisch en respectvol wil zijn en ontkent dat het racisme is. Minderheden zijn binnen deze vorm niet 'slecht', maar 'anders' door bijvoorbeeld een verschillende cultuur. Het nieuwe racisme is vaak discursief; het wordt uitgedrukt en bevestigd via taal zoals stereotypen, dagelijkse gesprekken, films, tv-programma's, tekstboeken en nieuwsreportages in de pers. Deze uitingen van taal kunnen dienen om systematische ongelijkheid en onrechtvaardigheid in stand te houden (Dijk 1991, 28). Hoewel het nieuwe racisme ver weg wil blijven van het openlijke

geweld, heeft deze vorm ook veel invloed op het marginaliseren en buitensluiten van minderheden. Het nieuwe racisme kan als 'normaal', 'natuurlijk' en 'gemeenschappelijk' lijken waardoor het zelfs meer pijn kan doen dan het traditionele racisme (Van Dijk 2000, 34).

Binnen zowel het traditionele als nieuwe racisme wordt er vaak een scheidslijn tussen 'wij' ('in-groups') en 'zij' ('out-groups') gecreëerd. Hierbij wordt er positief over 'wij' geschreven, terwijl 'zij' als negatief worden geportretteerd door middel van keuze van specifieke thema's, onderwerpen, woorden en zinnen. Met deze constructie wordt er onbewust een kloof tussen een groep mensen benadrukt (Dijk, 2000). De 'out-group' wordt geportretteerd als 'the other'. Coupland (2010, 244) verwijst met 'the other' of 'othering' naar het proces waarbij individuen of sociale groepen worden gepresenteerd als afstandelijk, vreemd of afwijkend. Dit wordt vaak gedaan aan de hand van taal, zoals namen of stereotype beschrijvingen, die groepen mensen homogeniseren. 'The other' kan ook worden gevormd door ras, klasse of nationaliteit (Fürsich 2000, 57). Het begrip 'othering' is relevant in de mediakritiek, maar Fürsich stelt dat we niet alleen met de bewustwording van dit begrip discriminerend taalgebruik in de journalistiek kunnen aanpakken. Om problematische representaties van 'de ander' te vermijden, is het nodig om een zelf-reflectieve, open en kritische houding aan te nemen (Fürsich 2002).

'The other' wordt dus vaak negatief geportretteerd door de media en de discoursen van media spelen binnen dit proces een prominente rol. Volgens Dijk (1983) produceren discoursen namelijk de etnische afspiegeling van witte mensen; dit geldt in het bijzonder voor de dagelijkse pers (Dijk, 1991). Alles rondom een nieuwsitem, zoals de structuur van headlines, thematiek, achtergrondinformatie en de selectie van nieuwswaarde, wordt namelijk indirect gecontroleerd door de groep die aan de macht is in de samenleving; in Nederland is dit de witte bevolking (Dijk, 1983). Deze controle heeft te maken met dat er voornamelijk witte mensen in de media, onder andere in de journalistiek, werken. Gelukkig zijn steeds meer bedrijven zich hier bewust van en wordt hier wat aan gedaan; door bijvoorbeeld meer cultureel diverse mensen aan te nemen. Echter, dit neemt niet weg dat de witte bevolking nog steeds beter georganiseerd en overtuigender gelegitimeerd is dan andere bevolkingsgroepen in onze samenleving. Volgens Dijk (1991, 32) "blijven groepen alleen dominant als ze de middelen hebben om hun dominantie te reproduceren, zowel economisch, als sociaal, cultureel en ideologisch gezien. Voor reproductie van racisme is het essentieel dat de middelen voor ideologische reproductie, zoals educatie en media, worden gecontroleerd bij de dominante witte groep" (Dijk 1983, 32). Dit sluit goed aan bij paragraaf 2.3 over de kracht van taal; daar werd namelijk gesteld dat taalgebruik niemand iets kan doen zonder dat er sprake is van macht en dat taal de opvattingen van de dominante machtsgroep versterkt in de beschrijving van 'de ander'.

De witte bevolking heeft dus de content en structuren voor ideologische en etnische representatie in handen. Hierdoor controleert zij ook de definitie die 'wij' geven aan de etnische situatie (Dijk, 1993). Op deze manier speelt pers een centrale rol in het beïnvloeden van kennis, meningen en houdingen van het publiek tegenover bijvoorbeeld minderheden (Dijk 1983).

Het is belangrijk om te vermelden dat Dijks studies (1991) (1983) inmiddels meer dan drie decennia teruggeschreven zijn. Zoals ook in de inleiding staat, beweegt de Nederlandse samenleving toe naar een plek waar kritischer gekeken wordt naar vormen van racisme met betrekking tot machtsstructuren, representatie en taal. Niet alle theorie van Dijk kan dus zomaar worden toegepast op de huidige samenleving. Echter, dit neemt niet weg dat in 2021 ruim 1 op de 10 Nederlandse inwoners van 15 jaar of ouder aangaf dat hij of zij zich in de afgelopen 12 maanden gediscrimineerd heeft gevoeld (Kloosterman, 2022). Racisme en discriminatie zijn dus zeker nog geen opgeloste problemen.

Het is dus van belang dat krantenredacties zich bewust zijn van de betekenis van het 'nieuwe racisme' en dat ze met hun discours 'othering' tegen moeten gaan. Meer (cultureel) diverse mensen aannemen en stijladviezen die betrekking hebben op ras en afkomst opstellen kunnen hieraan bijdragen.

2.5 Landelijke en regionale medialandschap

Het Nederlandse medialandschap bestaat uit zowel landelijke als lokale en regionale media. Media dienen bij te dragen aan het goed functioneren van een democratische samenleving. Een essentiële vereiste voor de burger om adequaat een mening te kunnen vormen, is een uitgebreide, onafhankelijke en een gevarieerd aanbod van media (Vergeer, 2005). Onder regionale media vallen volgens Costera-Meijer (2013, 13) alle "regionale dagbladen, regionale publieke omroepen, lokale omroepen, huis-aan-huisbladen, nieuwsbladen, nieuwssites en nieuwsaggregatiesites onder het lokale medialandschap". Zowel landelijke als regionale media worden maatschappelijke functies toegeschreven. Ze kennen een educatieve en socialiserende functie, verschaffen de samenleving feitelijke nieuwsberichtgeving, informeren burgers over zaken die plaatsvinden en leveren kritiek op de overheid en de politiek (Costera-Meijer, 2013). In de regionale, en lokale, media zijn berichten te vinden over gebeurtenissen van geografische nabijheid. Deze gebeurtenissen hebben volgens Vergeer (2005) vaak directe consequenties voor de inwoners.

2.5.1. De landelijke kranten

In dit onderzoek worden acht kranten onderzocht. Voor dat dit gedaan wordt is het belangrijk om een beeld te krijgen van desbetreffende kranten. Waar staan ze voor en wat is hun publiek? De landelijke

kranten die in dit onderzoek worden meegenomen zijn *Financieel Dagblad*, *NRC*, *Reformatorisch Dagblad* en *Trouw*.

In het *Financieel Dagblad* lees je voornamelijk financieel nieuws over aandelen, de beurs, vastgoed en het zakenleven. De krant heeft minder maatschappelijk nieuws (Van Den Houten, 2021). *Financieel Dagblad* omschrijft zichzelf als een betrouwbare krant met diepgravende artikelen over politiek, economie en het bedrijfsleven. Het is hun ambitie om leidend te zijn voor mensen die de toekomst willen vormgeven. Ze richten zich op lezer die beslissers zijn in het private en publieke domein in Nederland (Hoofredactie, 2023).

De tweede landelijke krant is *NRC*. Zij kenmerkt zichzelf als een krant voor de hoogopgeleide lezer met een kritische blik en een grote maatschappelijke betrokkenheid (BT, 2023). Er wordt gesteld dat *NRC* niet links of recht is; de krant is liberaal en maakt zich sterk voor grondrechten en burgerrechten (Mediacourant, 2017).

De derde landelijke krant is *Reformatorisch Dagblad*. Dit is een christelijke kwaliteitskrant met een gereformeerde signatuur. De krant stelt dat ze betrouwbare informatie en duiding bij het nieuws biedt. *Reformatorisch Dagblad* wil mensen boeien, inspireren en verdieping bieden. Daarnaast zet ze mensen aan tot meningsvorming en discussie en bekennt kleur (Reformatorisch Dagblad, z.d.).

De vierde landelijke krant is *Trouw*, van oorsprong de protestantse verzetskrant tijdens de Tweede Wereldoorlog. De krant besteed aandacht aan democratie, duurzaamheid en alle vormen van religie, filosofie en levensbeschouwing. Daarnaast benoemt *Trouw* dat het idealen ontleent aan traditie, zoals het streven naar gerechtigheid, vrijheid, vrede, naastenliefde. Ze trachten naar verbinding met hun lezers (Redactie, 2019). De krant richt zich op lezers die maatschappelijk betrokken zijn en zich interesseren in milieu, onderwijs, opvoeding en levensbeschouwing (Van Den Houten, 2018).

2.5.2. De regionale kranten

Vervolgens worden de regionale kranten besproken. Ten eerste *Het Parool*, dit is de regionale krant van Amsterdam. De krant omschrijft haar journalistiek als “doorspekt met die typisch Amsterdamse mentaliteit die onze lezers energie geeft” (Parool, z.d.). De krant biedt een onafhankelijk geluid uit de metropool; de plek waar Amsterdam, Nederland en de wereld in elkaar schuiven. *Het Parool* heeft een nationale uitstraling en een kosmopolitische blik. In de stad vervullen ze een bindende rol en zijn ze op zoek naar bepalende verhalen in het land en in de wereld (Parool, z.d.).

De tweede regionale krant is het *Noordhollands Dagblad*. De krant zet zichzelf neer als ‘de kwaliteitskrant’ van Noord-Holland en houdt de lezer op de hoogte van het laatste en meest opmerkelijke nieuws uit de regio’s: West-Friesland, Schagen, Kennemerland, Den Helder, De Zaanstreek, Waterland en Alkmaar (Mediahuis, 2023).

Friesch Dagblad is de derde regionale krant die onderzocht wordt. Dit is een christelijke krant gemaakt voor mensen die nieuwsgierig zijn naar wat er in hun dorp of stad in Friesland en in het rest van het land en de wereld gebeurt. Het dagblad zoekt verhalen die betekenisvol zijn en de redactie probeert deze zo eerlijk, evenwichtig, kritisch en opbouwend mogelijk te brengen. De krant is gemaakt voor lezers die graag meediscussiëren over wat de samenleving beter maakt en zelf graag de handen uit de mouwen steken (Friesch Dagblad, z.d.).

De vierde regionale krant is het *Algemeen Dagblad*. Deze krant heeft zowel een landelijke als regionale titel. In dit onderzoek wordt *AD* als regionale krant meegenomen. *AD* heeft zeven regionale titels: *Rotterdams Dagblad*, *AD Haagsche Courant*, *Utrechts Nieuwsblad*, *Amersfoortse Courant*, *Groene Hart* en *Rivierenland*. Sinds 2016 is het *AD* samengevoegd met de regionale kranten *Brabants Dagblad*, *BN de Stem*, *Eindhovens Dagblad*, *De Gelderlander*, *De Stentor*, *PZC* en *Tubantia*. Dat wil zeggen dat *AD* het algemene deel ‘levert’ voor de regionale kranten, die elk hun eigen voorpagina en katern maken. Sinds die samenvoeging hebben zij één stijlboek, zodat de afspraken over taal voor alle kranten gelden. Het aanbod aan onderwerpen in *AD* is groot. De krant heeft geen politieke of religieuze achtergrond, iets dat hun betrouwbaar en onafhankelijk maakt (Van Den Houten, 2018).

2.6 Theoretisch kader samengevat

Concluderend kan gesteld worden dat de klassieke kernwaarden van de journalistiek uitgedaagd worden door het bevorderen van multiculturalisme. Journalisten worden hierdoor geconfronteerd met hun verantwoordelijkheden. In een multiculturele samenleving zal de positie van minderheden opnieuw bepaald moeten worden. Dit heeft invloed op de stijladviezen voor beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Stijladviezen worden doorgaans aangepast in het stijlboek van de krant. Dit is een belangrijk boek waarin adviezen staan die bijdragen aan consistent, correct, duidelijk en beknopt taalgebruik. Daarnaast wordt er aan de hand van het stijlboek ook een institutionele stem van de krant uitgedragen, bijvoorbeeld door de manier waarop er wordt verwezen naar etnische minderheden. Omdat normen en waarden veranderen doen kranten er goed aan, willen ze relevant zijn voor een divers publiek, in te spelen op de veranderende taalgevoeligheid van de maatschappij. Daarom kunnen stijlboeken -en adviezen altijd aangepast worden. Dit is belangrijk want woorden die vroeger normaal waren, kunnen nu voor sommigen als pijnlijk worden ervaren; zoals de woorden ‘blank’, ‘slaaf’ en ‘allochtoon’. Een andere reden waarom het belangrijk is dat stijladviezen mee veranderen met de tijd, is omdat taal machtig is. Taal staat namelijk in verband met de samenleving en stuurt onze blik op de werkelijkheid. Ook speelt taal een grote rol in het uitoefenen van racisme via de journalistiek. Nieuwsorganisaties maken aan de hand van taal een onderscheid tussen ‘in’ -en ‘out-groups’ en dragen hierdoor bij aan ‘othering’. Echter, de pers in

Nederland wordt gedomineerd door witte mensen en daarom bepaalt deze groep grotendeels de betekenis die 'wij' geven aan de etnische situatie. Het is ook duidelijk geworden dat zowel regionale als landelijke kranten maatschappelijke functies worden toegeschreven. Daarom is het van belang om een inzicht te geven in hoe zij omgaan met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur.

3. Methode

In dit hoofdstuk wordt de methode van deze scriptie toegelicht. De aanpak van dit kwalitatieve onderzoek wordt behandeld en de respondenten van het interview worden aangekondigd. Ook wordt de selectie van de onderzoekseenheden nader toegelicht. Door middel van kwalitatief onderzoek wordt beoogd antwoord te geven op de onderzoeksvraag: *'Hoe gaan regionale krantenredacties om stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties?'*. Hiervoor worden de stijlguides -en adviezen onderzocht door middel van een kwalitatieve inhoudsanalyse. Daarnaast zullen er acht semigestructureerde diepte-interviews met eind- of hoofdredacteurs van regionale en landelijke kranten worden afgenomen. Er worden vier eind- of hoofdredacteurs van regionale en vier eind- of hoofdredacteurs van landelijke kranten geïnterviewd.

3.1 Inhoudsanalyse

Indien de acht kranten de stijlguides voor het interview willen opsturen, zullen de stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur worden geanalyseerd door middel van een kwalitatieve inhoudsanalyse. Er is gekozen voor deze methode omdat een kwalitatieve inhoudsanalyse patronen blootlegt, mogelijke oorzaken in kaart brengt en categorieën benoemt (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). Bovendien kan via deze methode tekstuele data aan de hand van thema's worden gestructureerd en inhoudelijk worden geïnterpreteerd (Pleijter, 2006). De methode geeft antwoord op hoe-vragen, dus bijvoorbeeld in dit onderzoek: *hoe staan de stijladviezen voor het gebruik van 'blank' opgeschreven?'*. De kwalitatieve inhoudsanalyse is een cyclisch proces waarin bepaalde stappen verschillende malen worden herhaald. Je kijkt naar het materiaal, bedenkt iets, kijkt nog een keer en stelt je gedachten bij. Vervolgens ga je coderen: doorgaans worden er codes uit de inhoud geëxtraheerd (Koetsenruijter & Van Hout, 2018). Wat het stappenplan voor het coderen zal zijn, wordt verder toegelicht in paragraaf 3.4 over het analyseren van onderzoeksgegevens.

Bij de inhoudsanalyse worden de volgende vragen gesteld:

1. Bestaan er adviezen over het gebruik van de woorden 'blank', 'slaaf' en 'allochtoon'?
2. Wat zijn de expliciete adviezen?
3. Hoe staan de adviezen opgeschreven?
4. Hoe verschillen deze adviezen met die uit andere (regionale en landelijke) stijlboeken van kranten uit dit onderzoek?

Deze analyse is nuttig, omdat het nieuwsdiscours namelijk uit regels, routines en standaardisatie voortvloeit. Kranten gebruiken bewust bepaalde taalnormen die deel uitmaken van hun journalistieke identiteit en ideologie (Cotter 2012, 212). Door middel van deze analyse kan ik tijdens het interview gericht vragen stellen over deze adviezen. De resultaten zullen vervolgens worden gerapporteerd in een apart hoofdstuk.

3.2 Semigestructureerde diepte-interviews

Dit onderzoek is een kwalitatief onderzoek dat antwoord geeft op de volgende onderzoeksvraag: *‘Hoe gaan regionale krantenredacties om met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties?’*. Een kwalitatief onderzoek leent zich volgens Koetsenruijter en Van Hout (2018, 35) voor verkenning en verdieping. Stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur zullen voor landelijke krantenredacties niet nieuw zijn, waardoor dit onderzoek verdiepend kan zijn. Aan de andere kant zijn stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur voor regionale krantenredacties (waarschijnlijk) wel een recente ontwikkeling, waardoor dit onderzoek ook als verkennend kan gelden. Naast de definitie van kwalitatief onderzoek van Koetsenruijter en Van Hout (2018), bestaan er nog meer betekenissen, zoals die van Boeije:

“Kwalitatieve onderzoeksmethoden zijn strategieën voor de systematische verzameling, organisatie en interpretatie van tekstueel materiaal dat is verkregen door gesprekken of observaties met het doel concepten te ontwikkelen die ons helpen om sociale verschijnselen in hun natuurlijke context te begrijpen met nadruk op betekenissen, ervaringen en gezichtspunten van alle betrokkenen” (Boeije 2014, 22).

Evers (2015) benoemt zes kenmerken van kwalitatief onderzoek doen, die ook van toepassing op deze scriptie zullen zijn: directe waarneming in de situatie, de onderzoeker is nadrukkelijk aanwezig bij de dataverzameling, de inductieve werkwijze domineert meestal, het perspectief van de respondenten staat centraal, er is sprake van een holistische of contextuele benadering en de onderzoeker legt in de weergave van het verhaal van de resultaten de nadruk op patronen, begrippen, thema's, perspectieven of strategieën van de respondenten (Evers 2015, 8-9).

Er is in deze scriptie gekozen voor de methode semigestructureerde diepte-interviews. Dit zijn interviews die gedeeltelijk gestructureerd zijn. Dit betekent dat er flexibiliteit is om af te wijken van de vooraf opgestelde vragenlijst. Dit kan gebeuren wanneer de geïnterviewde informatie verstrekt waarop verder gevraagd moet worden. Bovendien heeft de geïnterviewde zelf de vrijheid om af te

wijken van de vragenlijst (Verhoeven, 2011). Een kwalitatief interview lijkt veel op een normaal gesprek, maar er zijn enkele verschillen. Het eerste verschil is dat het interview wordt gebruikt als onderzoeksinstrument. Het tweede verschil is dat de onderzoeker het onderwerp voor het interview bepaalt en kiest welke personen er worden geïnterviewd. Dit kunnen zowel vreemden als bekenden zijn. De onderzoeker leidt het interview en stelt gericht thema's aan de orde. Het antwoord op vragen staat niet van tevoren vast en de respondenten hebben grotendeels de vrijheid om te bepalen welke informatie ze willen geven en hoe uitgebreid ze dit doen (Evers, 2015). Volgens Galletta (2013) bestaan semigestructureerde diepte-interviews uit drie fasen. In het eerste deel worden en vrij algemene vragen gesteld om de respondent de ruimte te geven om te vertellen over onderwerpen die relevant zijn voor het onderzoek. In het middensegment wordt er dieper ingegaan op het gesprek door meer specifieke vragen te stellen. Tijdens de laatste fase, de conclusie, wordt er langzaam naar het einde van het interview toegewerkt. De onderzoeker analyseert vervolgens de elementen uit het eerste deel van het interview opnieuw om theoretische verbanden te vinden (Galletta, 2013).

Verhoeven (2011, 148) stelt dat kwalitatieve diepte-interviews “worden gebruikt om de onderliggende motieven van de respondenten te bevragen, waarbij de ervaringen van de respondent van belang zijn en er tijdens het interview ook aandacht is voor gevoelige onderwerpen.” Hier is ook sprake van bij dit onderzoek, er wordt namelijk dieper ingegaan op de achterliggende motieven van stiladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Daarnaast is beladen taalgebruik een gevoelig onderwerp dat vaak als ‘ongemakkelijk’ wordt ervaren. Maar het is wel een belangrijk subject, sommige mensen voelen zich namelijk niet begrepen of gediscrimineerd in onze samenleving als gevolg van het taalgebruik van bepaalde media, waaronder dat van kranten.

3.3 Selectie onderzoekseenheden

In totaal zullen er acht eind -of hoofdredacteurs worden geïnterviewd, waarvan er vier werkzaam zijn bij regionale kranten en vier bij landelijke kranten. Ik heb gekozen voor deze verdeling omdat er op deze manier een eerlijke vergelijking kan worden gemaakt tussen regionale en landelijke kranten. De groep landelijke kranten is door middel van een ‘selective sampling’ samengesteld. Bij deze selectie is gelet op waar de kranten gepubliceerd worden, of ze een bepaalde identiteit hebben en of er al eerder onderzoek naar is gedaan. In eerste instantie was er naar alle landelijke kranten een mail gestuurd met de vraag of ze wilden deelnemen aan het interview. Alle kranten hadden daar positief op gereageerd, behalve *De Telegraaf*. Helaas, want mijn verwachting is dat deze krant minder inclusieve stiladviezen over beladen die betrekking op afkomst en huidskleur heeft. Daarna is besloten om de landelijke kranten *Financieel Dagblad*, *NRC*, *Reformatorisch Dagblad* en *Trouw* mee te nemen in de selectie. Het *Financieel Dagblad* is gekozen omdat er naar deze krant nog weinig

onderzoek is gedaan. *NRC* hoort bij de selectie omdat deze krant het aan de redacteuren zelf over laat hoe zij met bepaalde stijladvies voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur omgaan. Ik ben benieuwd hoe dit in zijn werk gaat en of het voor frictie zorgt. Het *Reformatorisch Dagblad* is interessant omdat deze krant reformatorisch is het interessant is om te onderzoeken of dit invloed heeft op de stijladvies voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Als laatste landelijke krant is er gekozen voor *Trouw*, een krant die waarde hecht aan gerechtigheid (Redactie, 2019) en de enige krant in Nederland die het woord ‘blank’ in ingezonden brieven aanpast naar ‘wit’. Bij de selectie van de regionale kranten is er gebruik gemaakt van ‘convenience sampling’. Er zijn veel regionale kranten benaderd (tien op precies te zijn), maar er hebben maar een paar kranten geantwoord. Daarom bestaat de selectie uiteindelijk uit de volgende kranten: *Algemeen Dagblad regionaal*, *Noordhollands Dagblad*, *Het Parool* en *Friesch Dagblad*. Een goede selectie aangezien de kranten allemaal uit een andere regio komen en geen een krant onder dezelfde groep, zoals DPG Media of Mediahuis, hoort.

De personen die geïnterviewd zullen worden, vervullen taken op de redactie waarbij ze te maken krijgen met stijladvies voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Vaak zijn dit eind- en hoofdredacteuren. Echter, het is per krant verschillend wie zich hiermee bezighoudt. In de correspondentie met de krant over het interview, is expliciet gevraagd naar de persoon die met dit onderwerp bezig is en hier veel kennis over beschikt. Figuur 1 is een schematisch overzicht van de personen die bevestigd hebben mee te willen werken aan dit onderzoek.

Figuur 1. Schematisch overzicht van respondenten

Naam	Nieuwsmedium	Functietitel
Perry Feenstra	Financieel Dagblad	Hoofdredacteur
Monique Snoeijen	NRC	Adjunct-hoofdredacteur
Gijsbert Bouw	Reformatorisch Dagblad	Hoofdredacteur
Cees van der Laan	Trouw	Hoofdredacteur
Rita Schroën	Het Parool	Eindredacteur
Ellis van der Weijden	Algemeen Dagblad (regionaal)	Eindredacteur
Jan T Hart	Noordhollands Dagblad	Adjunct-hoofdredactie
Peter Halbersma	Friesch Dagblad	Chef regioredactie

3.4 Analyse onderzoeksgegevens

Wanneer de interviews afgenomen zijn, worden ze getranscribeerd met behulp van het programma Good Tape. Dit is een software specifiek voor journalisten. Echter, geen een systeem is perfect en daarom zal na het transcriberen het een en ander nog met de hand moeten worden verbeterd. Voor het analyseren en coderen van de interviews zal gebruikt worden gemaakt van de software Atlas.ti. Dit softwareprogramma kan goed gebruikt worden voor het analyseren van gegevens van een kwalitatief onderzoek. Het coderen wordt gedaan aan de hand van de 'grounded theory approach'. Koetsenruijter en Van Hout (2018) stellen dat dit een strategie is om theorie af te leiden uit data. Deze manier van coderen verloopt via drie fasen. De eerste fase is open coderen: de interviews worden geanalyseerd en categorieën worden opgeschreven in de kantlijn. Dit levert een ongeordende lijst met codes op. De tweede fase is axiaal coderen: er wordt nagegaan wat belangrijke en minder belangrijke elementen in het onderzoek zijn en er wordt orde in de ongeordende lijst aangebracht. Axiaal coderen reduceert de lijst, dingen die op elkaar lijken worden bij elkaar gezet onder een noemer. Hierdoor vermindert het aantal begrippen en komen ze hiërarchisch tot elkaar in relatie te staan. De laatste fase is selectief coderen, de nadruk ligt hier op integratie en het leggen van verbanden tussen categorieën. Relaties tussen codes worden van gegevens voorzien en worden vergeleken met de literatuur. Ook wordt het eindverslag geschreven waar de bevindingen in worden geplaatst in het kader van de gekozen benadering en probleemstelling (Koetsenruijter & Van Hout 2018, 151-152).

3.5 Betrouwbaarheid en validiteit

Betrouwbaarheid en validiteit zijn belangrijk om de kwaliteit van een onderzoek vast te stellen. Hierdoor wordt duidelijk dat de bevindingen van dit onderzoek niet toevallig zijn (Verhoeven 2011, 318). Ook wordt gekeken hoe goed de onderzoeksmethode heeft gemeten hoe regionale en landelijke krantenredacties omgaan met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Om te zorgen dat deze scriptie valide is, zal van tevoren worden vastgelegd welke informatie verzameld moet worden door middel van een topiclijst en een interviewschema. Er zullen duidelijke en begrijpelijke vragen worden gesteld om sociaal-wenselijke antwoorden te voorkomen, ook worden suggestieve vragen vermeden. De topiclijst en het interviewschema worden opgesteld aan de hand van de theorie en zullen voor elk interview hetzelfde zijn. Echter, de respondent kan afwijken van de vragenlijst. Het is namelijk een semigestructureerd interview. Daarnaast zullen de interviews opgenomen en schriftelijk uitgewerkt worden, zodat er een nauwkeurige analyse kan plaatsvinden.

Om het onderzoek betrouwbaar te maken, zullen alle interviews onder dezelfde omstandigheden afgenomen worden. Bovendien zal het aantal afgenomen interviews representatief

zijn om een antwoord te geven op de vraag hoe regionale krantenredacties omgaan met beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties.

4. Verwachte resultaten

In dit onderzoek wordt de volgende hoofdvraag onderzocht ‘*Hoe gaan regionale krantenredacties om met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties?*’. Dit wordt onderzocht aan de hand van twee deelvragen:

1. Welke afspraken of stijladviezen hebben de regionale en landelijke kranten opgesteld voor ‘blank’, ‘slaaf’ en ‘allochtoon’ in hun stijlboeken? En hoe zijn ze gemotiveerd?
2. Welke opvattingen hebben regionale krantenredacties over de rol van de krant betreffende hun stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties?

Om antwoord te geven op de eerste deelvraag worden de stijlgidsen van de kranten geanalyseerd door middel van een kwalitatieve inhoudsanalyse. De verwachting is dat de landelijke kranten meer stijladviezen over de woorden ‘blank’, ‘slaaf’ en ‘allochtoon’ zullen hebben. Dit wordt verwacht omdat landelijke kranten zich waarschijnlijk verantwoordelijker voelen door hun grotere bereik dan regionale kranten. Echter, de verwachting is dat *AD regionaal* en *Het Parool* vergelijkbare adviezen zullen hebben als die van de landelijke kranten. Dit wordt vermoed omdat van *AD* bekend is dat zij consequent ‘wit’ gebruiken (Villamedia, 2023), waaruit geconcludeerd kan worden dat deze krant bezig is met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Van *Het Parool* wordt dit verwacht omdat zij door hun sociaaldemocratisch verleden als linkse krant worden gezien en dat invloed kan hebben op hun taalgebruik (Van Den Houten, 2021).

Het verwachte resultaat van deelvraag 2 is dat uit de acht semigestructureerde diepte-interviews zal blijken dat de landelijke krantenredacties zichzelf een grotere en verantwoordelijkere rol toeschrijven als het gaat om de stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Ook dit kan worden verklaard omdat de landelijke kranten een groter bereik hebben dan de regionale kranten. En ook bij deze vraag wordt verwacht dat de resultaten van *AD regionaal* en *Het Parool* meer zullen lijken op die van de landelijke kranten.

De daadwerkelijke resultaten die uit de kwalitatieve inhoudsanalyse en acht semigestructureerd interviews zullen komen, worden uiteindelijk in dit hoofdstuk besproken. Beide deelvragen worden verdeeld in thema's, waarbij de relevante informatie per thema wordt besproken. Bovendien zullen er passages uit de stijlgidsen en citaten van de geïnterviewden worden aangehaald, die samen een goed beeld geven van de diverse opvattingen die zijn aangetroffen. Deze deelthema's zullen gezamenlijk bijdragen aan het beantwoorden van de hoofdvraag, zoals uiteengezet in het

conclusiehoofdstuk. De interviews zullen gecodeerd worden en worden opgenomen in de bijlage, zodat citaten in hun context kunnen worden gelezen.

Bronnenlijst

- Anderson, L. (2022, 20 juni). *Hoe divers zijn we eigenlijk in de journalistiek?* - Campus DPG Media - Medium. Medium. <https://medium.com/mediamakersvanmorgen/hoe-divers-zijn-we-eigenlijk-in-de-journalistiek-dc039caab46c>
- Anderson, R., Dardenne, R., Killenberg, G., & Anderson, R. M. (1994). *The Conversation of Journalism: Communication, Community, and News*. Praeger. Praeger.
- Andrews, E. (1996). Cultural Sensitivity and Political Correctness: The Linguistic Problem of Naming. *American Speech*, 71(4), 389. <https://doi.org/10.2307/455713>
- Bell, K. M., & Keer, G. (2020). Representing Queer Communities: News Media Stylebooks and LGBTQ Visibility. *Handbook of Global Media Ethics*, 1233–1252.
- Benders, L. (2023, 23 januari). *Een (a)selecte steekproef in je scriptie | Uitleg & voorbeelden*. Scribbr. <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/steekproef-in-je-scriptie/>
- Boeije, H. R. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*.
- Brinkgeve, C., & Koenen, E. (2020). Het zoeken naar goede woorden. In *Taalkracht* (pp. 163–172). ISVW Uitgevers.
- Cameron, D. (1996). Style policy and style politics: a neglected aspect of the language of the news. *Media, Culture and Society*, 18.
- Cotter, C. (2012). Style and standardization in news language. In *News Talk Investigating the Language of Journalism*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511811975>
- Cotter, C. (2014). Revising The “Journalist’S Bible”. How News Practitioners Respond To Language And Social Change. In *Mediatization and Sociolinguistic Change* (pp. 371–394). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110346831.371>
- Coupland, N. (2010). “Other” representation. In *Society and Language Use* (7de editie, pp. 241–260). John Benjamins Publishing.

- De Caluwe, J., & Van Santen, A. (1999). *Gezocht: Functiebenamingen (M/V): wegwijzer voor vorming en gebruik van Nederlandse functiebenamingen*. SDU.
- De Puttenaer. (2021, 28 april). *Wat is het verschil tussen verschillende kranten*. deputtenaer.nl.
<https://www.deputtenaer.nl/lokaal/partnercontent/681284/wat-is-het-verschil-tussen-verschillende-kranten>
- De Quay., R. (2023, 10 januari). Trouw kiest vanaf nu consequent voor ‘Wit’ – hoe staan andere media daarin?? *Villamedia.Nl*.
- de Volkskrant. (2021, 27 september). *Stijlboek*. volkskrant.nl. <https://www.volkskrant.nl/cultuur-media/stijlboek~b3c91bf7/>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 6(4), 442–464.
<https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Dijk, T. A. V. (1983). *Minderheden in de media: Een analyse van de berichtgeving over etnische minderheden in de dagbladers (Dutch Edition)*. SUA.
- Dijk, T. A. V. (1991). *Racism and the Press (Critical Studies in Racism and Migration)*. Routledge.
- Drunen., A. S. (2014). *They are not like us: How media and audiences frame muslims* [PhD-thesis]. Universiteit van Amsterdam.
- Evers., J. (2015). *Kwalitatief interviewen: Kunst én kunde*. Boom Lemma uitgevers.
- Fürsich, E. (2010). How can global journalists represent the ‘other’? A critical assessment of the cultural studies concept for media practice. *Journalism*, 2(1), 57–84.
<https://doi.org/10.1177/146488490200300102>
- Galletta, A. (2013). *Mastering the Semi-Structured Interview and Beyond: From Research Design to Analysis and Publication*. NYU Press.
- Geerdink., F. (2021, 26 maart). *Waarom het n-woord nog voluit in de krant staat*. oneworld.nl.
<https://www.oneworld.nl/lezen/analyse/waarom-het-n-woord-nog-voluit-in-de-krant-staat/>
- Gosselink, M. (2020). Heel goed dat het Rijks die termen verwijderd, maar wat is er mis met “Eskimo”? De strijd om taal in het museum. In *Taalkracht* (pp. 47–57). ISVW Uitgevers.

- Guerin, B. (2003). Combating prejudice and racism: new interventions from a functional analysis of racist language. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 13(1), 29–45.
<https://doi.org/10.1002/casp.699>
- Hoofdredactie Trouw. (2023, 7 januari). Het woord blank hoort niet meer thuis in Trouw. *Trouw.Nl*. Geraadpleegd op 17 januari 2023, van <https://www.trouw.nl/opinie/het-woord-blank-hoort-niet-meer-thuis-in-trouw~b1fc317c/>
- Kanobana, S. R. (2021). A Black Perspective on the Language of Race in Dutch. *Journal of Linguistic Anthropology*, 31(2), 271–274. <https://doi.org/10.1111/jola.12325>
- Kloosterman, M. A. R. (2022, 3 juli). *Gediscrimineerd gevoeld?* Centraal Bureau voor de Statistiek. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/statistische-trends/2022/gediscrimineerd-gevoeld-?onepage=true#:~:text=2.-,Discriminatie%3A%20algemeen%20beeld,ruim%201%2C6%20miljoen%20mensen.>
- Koetsenruijter, W., & Van Hout, T. (2018). *Methoden voor journalism studies* (Tweede druk). Boom uitgevers.
- Mediacourant. (2017, 11 augustus). *„NRC Handelsblad is niet links en niet rechts“*; Mediacourant.nl. <https://www.mediacourant.nl/2017/08/nrc-handelsblad-is-niet-links-en-niet-rechts/>
- Mediahuis. (2023, 6 januari). *Noordhollands Dagblad - Mediahuis*. <https://www.mediahuis.nl/merken/noordhollands-dagblad/>
- Nederlandse vereniging van journalisten. (z.d.). *Code voor de journalistiek*. nvj.nl. Geraadpleegd op 28 februari 2023, van <https://www.nvj.nl/themas/journalistieke-praktijk/ethische-regels/code-journalistiek>
- NRC Code | onze-beginselen*. (z.d.). NRC. <https://nrccode.nrc.nl/onze-beginselen>
- Nzume, A. (2017). *Hallo witte mensen (Dutch Edition)* (01 editie). Amsterdam University Press.
- Opgenhaffen, M., & de Jong, J. (2019). Style and Style Guides. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570>

- Pleijter, A. R. J. (2006). *Typen en logica van kwalitatieve inhoudsanalyse in de communicatiewetenschap*.
- Redactie. (2019). *Over Ons*. trouw.nl. <https://www.trouw.nl/achter-de-schermen/over-ons~b7aea298/>
- Reformatorisch Dagblad*. (z.d.). <https://www.erdeemediagroep.nl/merken/reformatorisch-dagblad>
- Samuel., M. (2021). Waarden voor een nieuwe Taal. *Codedi.Nl*. https://codedi.nl/wp-content/uploads/2021/04/WAARDEN_VOOR_EEN_NIEUWE_TAAL.pdf
- Sanders., E. (2023, 12 januari). Eerst was “wit” een activistische term, nu is “blank” dat. *Nrc.Nl*. <https://file:///Users/rrp/Zotero/storage/HGAHSTKL/eerst-was-wit-een-activistische-term-nu-is-blank-dat-a4154073.html>
- Service | Friesch Dagblad*. (z.d.). Friesch Dagblad. <https://frieschdagblad.nl/service/Over-ons>
- Sneller, A. A., & Verbiest, A. (2000). *Wat woorden doen*. Coutinho.
- Steenhuis, P. (2023). Dit zijn niet mijn woorden. In *Taalkracht*. ISVW Uitgevers.
- Taalunie. (2021, 21 december). *Waarom inclusief taalgebruik belangrijk is voor de samenleving?* taalunie.nl. <https://taalunie.org/actueel/263/waarom-is-inclusief-taalgebruik-belangrijk-voor-de-samenleving>
- Tropen Museum, Afrika Museum, Museum Volkenkunde, & Wereldmuseum. (2020). Woorden doen ertoe : Een incomplete gids voor woordkeuze binnen de culturele sector. In *tropenmuseum.nl*. Nationaal Museum voor Wereldculturen. https://file:///Users/rrp/Desktop/WordsMatter_DEF_Totale_PDF_NL_0.pdf
- Tulkens, S., Hilte, L., Lodewyckx, E., Verhoeven, B., & Daelemans, W. (2016). The Automated Detection of Racist Discourse in Dutch Social Media. *Computational Linguistics in the Netherlands Journal*, 6, 3–20. <https://www.clinjournal.org/clinj/article/view/61>
- Vaessen, J., de Hoog, S., Ghijsen, E., O., W., Toprak, B., Bendahman, C., Vuyk, T., & Tastachova, N. (2017). BEPERKT ZICHT : De rol van mediamakers in beeldvorming. In *WOMEN INC*. Stichting

- WOMEN Inc. <https://www.womeninc.nl/wp-content/uploads/2020/06/beperkt-zicht-de-rol-van-medi makers-in-beeldvorming.pdf>
- van Daalen, R. (2020). Oude woorden en nieuwe verhoudingen : Andere woorden, andere werelden. In *Taalkracht* (pp. 35–41). ISVW Uitgevers.
- Van de hoofdredactie. (2023, 3 februari). *De journalistieke beginselen van het FD*. FD.nl. <https://fd.nl/specials/1335996/de-journalistieke-beginselen-van-het-fd>
- Van Den Houten, A. (2021, 28 april). *Wat is het verschil tussen verschillende kranten*. De Puttenaer | Nieuws uit de regio Putten. <https://www.deputtenaer.nl/lokaal/partnercontent/681284/wat-is-het-verschil-tussen-verschillende-kranten>
- Van Dijk, T. (2000). New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach. *Cottle, S., Ed., Ethnic Minorities and the Media*, 34–49.
- Verhaeghe, P. (2020). Over woorden en dingen. In *Taalkracht* (pp. 11–23). ISVW Uitgevers.
- Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek?: Praktijkboek voor methoden en technieken*. Boom Lemma.
- Waszink., V. (2022). *Dat mag je óók (al niet meer) zeggen: Welke woorden kunnen? En welke juist niet?* Genootschap Onze Taal.
- Welk woord is ouder: wit of blank?* (z.d.). Onze Taal. <https://onzetaal.nl/taalloket/wit-en-blank>
- Welke Krant Past Bij Mij? Beste Kranten Nederland 2023! & raquo; BT*. (2023, 6 februari). BesteTesten.nl | Alle Best Geteste Producten in 1 overzicht! <https://bestetesten.nl/beste-kranten/>
- WOMEN INC. (2022). *De incomplete stijlgids*. <https://www.womeninc.nl/wp-content/uploads/2022/10/WI-Stijlgids-2022.pdf>
- Young, L., Fitzgerald, S., & Fitzgerald, S. (2018). *The Power of Language: How Discourse Influences Society*. Van Haren Publishing.

Bijlage 1: Eerste opzet topiclijst (nog niet af)

Introductie

- Voorstellen onderzoeker:
- Aanleiding onderzoek
- Aankondigingen anonimiteit

Doel: geïnterviewde informeren over het onderzoek en praktische zaken voorleggen

Inleiding:

- Functie geïnterviewde
- Rol taal
- Beladen taal
- Verandering taal

Doel: beginnen met een breed onderwerp over taal en taalverandering. Bevragen over wat taal inhoudt in de functie van de geïnterviewde.

Beladen taal

- Definitie beladen taal in dit onderzoek
- Maatschappelijke relevantie
- Verandering beladen taal

Doel: op een laagdrempelige wijze erachter komen wat hun kennis en werkwijze is met beladen taalgebruik.

Opvattingen beladen taalgebruik

- Meningen beladen taalgebruik in de krant
- Persoonlijke ervaringen

Doel: bevragen over persoonlijke opvattingen over beladen taalgebruik in de krant en rol van krant met dit onderwerp.

Stijlboeken en stijladviezen

- Rol stijlboeken en stijladviezen op de redactie
- Stijladviezen voor beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur
- Opstellen stijladviezen beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur
- Verandering stijlboeken en stijladviezen voor dit onderwerp
- Omgang stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur

Doel: bevragen over persoonlijke opvattingen over eigen stijlboeken en stijladviezen over beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur.

Rol krant beladen taalgebruik

- Institutionele stem krant
- Verantwoordelijkheid
- Bewustzijn
- Vooruitstrevendheid

Doel: bevragen over wat de rol van de krant is qua beladen taalgebruik

'Blank'

- Omgang woorden en stijladviezen voor 'wit' of 'blank'
- Opstellen stijladviezen voor deze woorden

Doel: bevragen hoe krant omgaat met deze woorden en welke opvattingen hierover zijn

'Slaaf'

- Omgang stijladviezen voor 'slaaf' of alternatieven van dit woord
- Opstellen stijladviezen voor het woord 'slaaf'

Doel: bevragen hoe krant omgaat met deze woorden en welke opvattingen hierover zijn

'Allochtoon'

- Omgang stijladviezen voor 'allochtoon'
- Opstellen stijladviezen voor het woord 'allochtoon'

Doel: bevragen hoe krant omgaat met deze woorden en welke opvattingen hierover zijn

Afsluiting

- Commentaar publiek
- Advies formuleren
- Toekomstvisie stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur
- Belang kwestie

Doel: afsluitende vragen worden gesteld om richting het einde te gaan. Ook wordt gevraagd aan de geïnterviewde of de persoon zelf nog aanvullingen heeft.

Bijlage 2: Eerste opzet interviewschema (nog niet af)

Het interviewschema is opgesteld zodat elk interview op dezelfde manier kan worden afgenomen. Omdat de interviews semigestructureerd zijn, is er de mogelijkheid om af te wijken van deze vooraf opgestelde interviewvragen.

Voorstellen:

“Ten eerste: heel erg bedankt dat jullie willen meewerken met mijn onderzoek. Mijn naam is Rikke en ik ben masterstudent Journalistiek en Nieuwe Media in Leiden. Ik ben 24 jaar oud en woon in Amsterdam.

Sinds februari ben ik bezig met mijn masterscriptie, dat gaat over stijlregels voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur. Ik heb diversiteit en inclusiviteit altijd al een interessant onderwerp gevonden. Zeker omdat de laatste jaren deze onderwerpen steeds belangrijker zijn geworden. Ook in de media en journalistiek, aangezien deze sector een grote invloed heeft op hoe de samenleving tegen bepaalde groepen aankijkt. Daarom worden ook steeds meer worden in de ban gedaan omdat ze een beladen verleden hebben en mensen pijn kunnen doen. Voor deze aanpassingen bestaan voor- en tegenstanders en ik ben benieuwd hoe dat bij kranten zit. Daarom onderzoek ik met deze scriptie hoe krantenredacties omgaan met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben voor afkomst en huidskleur. Ik maak hier de vergelijking tussen regionale en landelijke krantenredacties, omdat ik het gevoel heb dat regionale kranten zich hier minder over uitspreken dan landelijke kranten.”

Hoofdvraag:

Hoe gaan regionale krantenredacties om met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur in vergelijking met landelijke krantenredacties?

Introductie:

“Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen hoe regionale en landelijke krantenredacties omgaan met stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur en of hier verschil in zit.

Ik zal verschillende vragen stellen rondom dit onderwerp om zo een accuraat mogelijk beeld te kunnen schetsen hoe jullie omgaan met deze stijladviezen. Belangrijk is om te weten dat het om uw mening gaat en er geen goed of fout bestaat.

Deze scriptie wordt achteraf gepubliceerd, dat wil zeggen dat die vindbaar is in de catalogus van Universiteit Leiden. Daarom moet ik vragen of je er akkoord mee gaat als je je naam in mijn onderzoek te komen, of niet.”

Inleiding:

- Functie geïnterviewde:
 - o “Ik zal tijdens dit interview verschillende vragen aan stellen die betrekking hebben op mijn onderwerp. Belangrijk om te weten is dat er geen goed of fout bestaat.”
- Rol taal:
 - o “Zoals je als journalist misschien wel weet, heeft taal veel macht. Taal staat namelijk in verbinding met de maatschappij, schetst een werkelijkheid en heeft invloed op hoe wij denken over bepaalde onderwerpen.”

- Beladen taal:
 - Hiermee wordt taal bedoeld die mensen uitsluit en pijn doet. Meestal komt dit door het beladen verleden van een woord.
- Verandering taal:
 - “Het veranderen van taal is een proces dat nooit zal ophouden. Taal moet zich aanpassen wanneer het niet meer past in een maatschappij en mensen pijn doet. Dit is belangrijk, aangezien taal macht heeft.”

Beladen taal:

- Definitie beladen taal in dit onderzoek:
 - “In deze scriptie worden de stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur onderzocht. Er vallen drie woorden onder ‘beladen taal’, namelijk: blank, slaaf en allochtoon. Dit zijn alle drie termen die een beladen verleden hebben. Blank herinnert ons aan het koloniale verleden en betekent ‘onschuldig’ en ‘rein’. ‘Slaafgemaakte’ wordt steeds vaker gebruikt in plaats van ‘slaaf’ omdat dit beter laat zien hoe het er echt aan toeging. Onder allochtoon zien we vaak alleen niet-westerse mensen, zoals Turkse en Marokkaanse Nederlanders. Ook overheidsinstanties maken dit onderscheid. Ik ben benieuwd naar jullie stijladviezen wat betreft deze drie woorden.”
- Maatschappelijke relevantie:
 - “Ik hoop met dit onderzoek kranten te laten inzien dat het belangrijk is om stijladviezen voor beladen taal op te stellen, te gebruiken en aan te passen op de huidige maatschappij.
- Verandering beladen taal:
 - ““Zoals ik ook in de introductie aangaf, worden steeds meer woorden aangepast omdat ze niet meer van deze tijd zijn. Dit kan ik goed laten zien aan de hand van het woord ‘blank’ dat twintig jaar geleden nog als normaal werd beschouwd, maar vandaag de dag steeds minder gebruikt wordt omdat het verwijst naar het koloniaal verleden. Andere voorbeelden van zulke woorden zijn, ‘Katan’ ‘Jodenkoek’ en ‘Zoen’ die eerst anders heette. We bewegen als maatschappij naar een plek toe waar niemand wordt buitengesloten of wordt gediscrimineerd. Hier hoort bij dat we sommige woorden moeten aanpassen, omdat die soms verwijzen naar een tijd waar groepen werden gemarginaliseerd, uitgebuit en gediscrimineerd. Niet iedereen is het eens met deze aanpassingen, tegenstanders vinden dat hierdoor de geschiedenis ‘herschreven’ wordt of claimen dat we steeds maar weer dingen moeten aanpassen en het nooit ophoudt.”

Opvattingen beladen taalgebruik:

- Mening beladen taalgebruik in de krant:
 - Hoe kijk jij tegenover beladen taalgebruik in krant X?
 - Als je dit tegenkomt in een artikel, ben jij degene die dit aan mag passen of iemand erop wijst?
- Persoonlijk ervaringen:
 - Kan je je een situatie herinneren waarin het ging over beladen taalgebruik?

Stijlboeken en stijladviezen:

- Rol stijlboeken en stijladviezen op de redactie:
 - Welke rol spelen stijlboeken op de redactie?
 - Wie dienen zich hieraan te houden?
 - Door wie worden ze gemaakt?
- Stijladviezen voor beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur:

- Welke stijladviezen bestaan er voor beladen taalgebruik (blank, slaaf en allochtoon)?
- Waarom bestaan die, of bestaan die niet?
- Opstellen stijladviezen voor beladen taalgebruik die betrekking hebben op afkomst en huidskleur:
 - Wie stellen deze stijladviezen op?
 - Hoe wordt dat bepaalt?
- Verandering stijlboeken en stijladviezen voor dit onderwerp:
 - Passen jullie de stijlboeken -en adviezen wel eens aan?
 - Wanneer bijvoorbeeld? Waarom wel en waarom niet?
 - En hoe zit dat met de woorden blank, slaaf en allochtoon?
- Omgang stijladviezen voor beladen taal die betrekking hebben op afkomst en huidskleur
 - Hoe wordt er met deze stijladviezen omgegaan?
 - Is er wel eens commentaar opgekomen door iemand die het er niet mee eens was?
 - Wat als iemand zich er niet aan houdt?

Rol krant beladen taalgebruik:

Blank:

Slaaf:

Allochtoon:

Afsluiting:

Bijlage 3: AVG-formulier (volgt nog)