

De oriëntatiefunctie van Zuid-Afrikaanse kranten in de context van de parlamentsverkiezingen

Een onderzoek naar de berichtgeving over politiek in *Business Day, The Star, Beeld & Daily Sun* in aanloop naar de verkiezingen van 2009 en de rol die rassenscheiding daar nog in speelt.

**Judith Hoogland
Noordwes-Universiteit, Potchefstroomkampus - Skool vir
kommunikasiestudies
Christelike Hogeschool Ede – Journalistiek**

De oriëntatiefunctie van Zuid-Afrikaanse kranten in de context van de parlementsverkiezingen

**Een onderzoek naar de berichtgeving over politiek in *Business Day*, *The Star*, *Beeld* &
Daily Sun in aanloop naar de verkiezingen van 2009 en de rol die rassenscheiding daar
nog in speelt.**

**Begeleider: J.D Froneman
Judith Hoogland
Potchefstroom, mei 2009**

Voorwoord

Twee jaar hebben mijn voorbereidingen op deze reis naar Zuid-Afrika geduurd. Zodra ik hoorde van de mogelijkheid om op dit prachtige continent af te studeren heb ik mijn zinnen hierop gezet. Het kreeg steeds meer vorm, het werd reëler en opeens was het zover. Op 25 januari stonden we op Schiphol om voor vier maanden te gaan wonen in, wat blijkt, één van de interessantste landen ter wereld. Het had niet beter uit kunnen pakken. Mijn verwachtingen waren hoog, maar in het echt was het nog beter. Het prachtige land, het heerlijke weer en de geweldige reizen.

Ik heb ontzettend veel geleerd van de journalistiek in het land, maar ook kreeg ik steeds meer inzicht in de politieke situatie van Zuid-Afrika. Dacht ik bij aankomst nog dat ik er nooit iets van zou begrijpen; met veel lezen, praten en ontzettend goed om me heen kijken, kreeg ik langzamerhand steeds meer grip op de zaak. Nu zit het er bijna op en het is een tijd geweest om nooit te vergeten. Zuid-Afrika heb ik in mijn hart gesloten, dit is het tweede land waar ik heb gewoond.

Alleen had ik het nooit kunnen doen en daarom wil ik een aantal mensen speciaal bedanken voor hun steun in voorbereiding op, en tijdens mijn verblijf hier.

Allereerst de Christelijke Hogeschool Ede en in het bijzonder de heer Johan Snel, voor zijn begeleiding in voorbereiding op de reis en mijn afstuderen. Ten tweede professor Johannes Froneman van de Northwest University, voor zijn wekelijkse gesprekken, waardoor ik steeds helderder kreeg wat ik nou eigenlijk aan het doen was. Voor zijn kritische blik en zijn suggesties, wat ongetwijfeld tot een beter eindresultaat heeft geleid.

Speciale dank heb ik voor Lenie Noordegraaf. Ik had hier met niemand liever willen zitten dan met haar. We hebben ontzettend veel gelachen, veel te veel gepraat, hard gewerkt, ontzettend veel gezien en ook af en toe een traan gelaten. Bedankt voor het luisterend oor, de goede raad en het enorme relativeringsvermogen, wat ik af en toe goed kon gebruiken.

Ook wil ik al mijn familieleden en vrienden bedanken voor de berichtjes, mails, kaarten en sms'jes. Het is leuk, leuker, leukst om van thuis te horen als je zo ver weg zit.

Tot slot, maar zeker niet in de laatste plaats, dank ik mijn familie. Ik heb geen woorden voor de onvoorwaardelijke steun die ik van thuis heb gekregen. Papa, mama, Hannah en Timon, jullie zijn het allerbelangrijkst. Dat ben ik meer en meer gaan inzien nu ik zo ver weg van thuis ben. Ik kan niet wachten jullie weer te zien!

INHOUDSOPGAVE

Voorpagina	1
Titelpagina	2
Voorwoord	3
Inhoudsopgave	4
1 INLEIDING	6
1.1 Achtergrond en probleemstelling	6
1.2 Algemene onderzoeksvraag	7
1.3 Specifieke onderzoeksvragen	8
1.4 Doelstellingen	8
1.5 Onderzoeksmethode	8
1.6 Theoretische benadering, nieuwsselectie	9
1.6.1 Oriëntatiefunctie van de media	9
1.6.2 Agenda-setting	10
1.6.3 Newsframing	10
1.7 Hoofdstukindeling	10
2 NIEUWSSELECTIE IN VERKIEZINGSTIJD	12
2.1 Inleiding	12
2.2 De oriëntatiefunctie van de media	12
2.3 Agenda-setting	14
2.4 Newsframing	15
2.5 Tot slot	16
2.6 Theoretische stelling	17
3 ANALYSE VAN DE POLITIEKE BERICHTGEVING	18
3.1 Politiek in hedendaags Zuid-Afrika	18
3.1.1 In de sporen van de apartheid	18
3.1.2 ANC als belangrijkste politieke agenda-setter	18
3.1.3 De rol van de oppositie	18
3.2 Business Day	19
3.2.1 Algemene informatie	19
3.2.2 Balans	20
3.2.2.1 Zuma-aanklachten	21
3.2.2.2 Brengt Cope verandering?	23
3.2.2.3 De strijd van de DA	24

3.3	The Star	24
3.3.1	Algemene informatie	24
3.3.2	Grote diversiteit	25
3.3.2.1	De zaak Zuma	27
3.3.2.2	Gezondheidszorg	28
3.3.2.3	Politiek en religie	29
3.4	Beeld	30
3.4.1	Algemene informatie	30
3.4.2	Persoonlijk	31
3.4.2.1	Zuma en de kerk	32
3.4.2.2	Vryheidsparkmonument in Pretoria	33
3.5	Daily Sun	34
3.5.1	Algemene informatie	34
3.5.2	Nieuwsgierigheid en sensatie	35
4	HUIDSKLEUR, STEMGEDRAG EN MEDIA	38
4.1	Inleiding	38
4.2	Wat de kranten niet zeggen	38
4.3	ANC leidt de peilingen	39
4.4	Beeld roept op tot actie	41
4.5	Het belangenconflict tussen ANC en DA	42
5	CONCLUSIES, DE PRAKTIJK IN CONTEXT VAN DE THEORIE	45
5.1	Inleiding	45
5.2	Theoretische stelling	45
5.3	Oriëntatie door Business Day	45
5.4	Oriëntatie door The Star	46
5.5	Oriëntatie door Beeld	47
5.6	Oriëntatie door de Daily Sun	47
6	BIBLIOGRAFIE	49
7	POLITIEKE BERICHTEN 18-03-2009 t/m 24-03-2009	Bijlage1
8	BERICHTEN PER THEMA	Bijlage2
9	EEN AANTAL RELEVANTE BERICHTEN	Bijlage3

HOOFDSTUK 1

Inleiding

1.1 Achtergrond en probleemstelling

Zuid-Afrika is een land met vele culturen. De diversiteit is groot en het land heeft met de apartheid nog vers in het geheugen veel te maken met de nasleep van deze geschiedenis. Want hoewel huidskleur, geslacht of religie er grondwettelijk gezien niet meer toe doen, de verschillen zijn ver van verdwenen uit de samenleving en dus ook uit de politiek. Tegen deze achtergrond brengen parlementaire verkiezingen extra veel spanningen met zich mee.

Voor het zuidelijkste land van het Afrikaanse continent staat 2009 voor een groot deel in het teken van deze verkiezingen. De grootste partij, het *African National Congress* (ANC) heeft sinds 1994 zijn ruime meerderheid in het parlement weten te behouden en is daarmee al veertien jaar aan de macht. Door een scheuring in de partij in december 2008 zorgde de nieuw ontstane partij *Congress Of The People* (Cope) voor enige spanning.

De verkiezingen vonden plaats op 22 april van het jaar 2009. Er werd gesproken van de belangrijkste verkiezingen sinds 1994 en de spanning liep even heel hoog op toen bleek dat het ANC wel eens hard zou kunnen gaan vallen in de strijd. De campagne van de grootste oppositiepartij, de *Democratic Alliance* (DA) was er voornamelijk op gericht om een tweederde meerderheid van het ANC te voorkomen. Met deze 66,6 procent zou de partij namelijk in staat zijn zonder tegenwicht de grondwet te wijzigen en op die manier erg veel macht naar zich toe trekken.

De verkiezingen zijn inmiddels achter de rug en het ANC heeft met 65,9 procent van de stemmen de tweederde meerderheid net niet gehaald. Toch is de val van de partij beperkt gebleven en heeft Cope niet het tegenwicht kunnen bieden waar van tevoren rekening mee werd gehouden. De Westkaap is het enige gebied in Zuid-Afrika dat een andere partij als provinciaal bestuur heeft gekozen. Hier heeft de DA met 48,78 procent van de stemmen het zeggenschap gekregen.¹ Dit verschil met de rest van het land heeft voornamelijk te maken met het relatief grote aantal blanken en gekleurden dat in deze omgeving woont.

Dit onderzoek richt zich op de berichtgeving van vlak voor de verkiezingen in vier grote Zuid-Afrikaanse dagbladen. Welke thema's met betrekking tot de politiek krijgen voor de verkiezingen veel aandacht in *Business Day*, *The Star*, *Beeld* en de *Daily Sun*? In mijn

¹ Independent Electoral Commission (2009), 'Results report 22 april 2009 all provinces', <http://www.elections.org.za/NPEPWStaticReports/reports/ReportParameters.aspx?catid=7> (9 mei 2009).

onderzoek zal ik specifiek letten op welke manier je aan de berichtgeving kunt merken dat het stemgedrag van Zuid-Afrikanen nog steeds beïnvloed wordt door de voormalige rassenscheiding.

Democratische landen hebben vaak een groot aanbod aan kranten. Zo verschilt het wereldbeeld van kranten, of de interesses van de lezers. Religie speelt een rol, of politieke gekleurdheid. Dit is in zowel Nederland als in Zuid-Afrika het geval. In Zuid-Afrika speelt echter nog een ander aspect een belangrijke rol. Deze maatschappij is het toonbeeld van de multiculturele samenleving. De samenstelling van de bevolking heeft door de eeuwen heen grote veranderingen ondergaan en is ontzettend divers. De apartheid, het rassenscheidingsstelsel dat van 1948-1994 duurde, heeft de variëteit van de samenleving altijd extra benadrukt en daardoor zijn de vele culturen ver van elkaar af komen te staan.

Je ziet de rassenverschillen nog erg duidelijk in de samenleving. De bevolkingsgroepen wonen en leven grotendeels nog steeds gescheiden van elkaar. Er zijn veel verschillende talen die voor een groot gedeelte ook aan ras verbonden zijn en ook politiek gezien zijn de verschillen in stemgedrag duidelijk.

Dit onderzoek is relevant omdat burgers in een democratie zich grotendeels laten oriënteren door de media. In het bijzonder rond de verkiezingen komt dit goed tot uitdrukking, want dan maakt de bevolking aan de hand van deze informatie de balans op. Zij bepaalt dan wie het roer overneemt. Welke keuzes een krant maakt in de berichtgeving; waar de nadruk op ligt en welke standpunten aan de orde komen, heeft grote invloed op de oriëntatie. Verschillen tussen kranten laten verschillen tussen lezers zien. Dit onderzoek richt zich op een hele jonge democratie, waar het verleden nog een grote rol speelt in het stemgedrag van de Zuid-Afrikaanse burgers. Welke verschillen zijn er tussen de kranten en wat zegt dit over de oriëntatie van de lezers?

1.2 Algemene onderzoeksvraag

Hoe berichten vier grote Zuid-Afrikaanse dagbladen (*Daily Sun*, *The Star*, *Beeld* en *Business Day*) over de politiek in aanloop naar de verkiezingen van 2009?

1.3 Specifieke onderzoeksvragen

- 1) Welke rol spelen de oriëntatiefunctie van de media, agenda-setting en newsframing in de berichtgeving rondom de verkiezingen?
- 2) Hoe zie je de doelgroep van de kranten terug in de berichtgeving?
- 3) Wat zijn de hoofdthema's van de kranten in verkiezingstijd en wat zegt dit over de achtergrond van de krant?
- 4) Hoe zie je in de kranten terug dat het stemgedrag van Zuid-Afrikanen nog steeds beïnvloed wordt door rassenscheiding?

1.4 Doelstellingen

Door middel van literatuurstudie kijken in welke mate je de berichtgeving door kranten kunt interpreteren en begrijpen.

Door middel van literatuurstudie en de achtergronden van de kranten de subjectiviteit van kranten en dus ook de berichtgeving in de kranten beter begrijpen.

Door middel van kwalitatieve inhoudsanalyse de berichtgeving rond de verkiezingen vergelijken en interpreteren.

1.5 Onderzoeksmethode

Dit onderzoek betreft een kwalitatieve inhoudsanalyse. Dat houdt in dat ik de resultaten van mijn onderzoek interpreteer en er een conclusie aan verbind. Ik begin met een theoretisch raamwerk. Welke benaderingen zijn van toepassing op mijn onderwerp en waarom? Ook zal ik iets zeggen over de kranten en de achtergronden; doelgroep, lezersaantal, oplage, verspreiding en culturele achtergrond. Op die manier is de berichtgeving in de kranten beter te plaatsen in de context. Hierna zal ik een analyse maken van de berichtgeving door de vier kranten van 18 maart 2009 tot en met 24 maart 2009. Ik zal specifiek kijken naar de manier waarop je in de kranten terugziet dat de rassenscheiding invloed heeft op het stemgedrag van Zuid-Afrikanen. De verschillen tussen de kranten spelen een belangrijke rol.

Niet alleen de berichtgeving, maar de hele presentatie door beeld, bijschriften, commentaren en columns is van belang.

Tot slot zal ik mijn conclusie trekken uit de theoretische en praktische analyse en een antwoord op mijn onderzoeksvraag formuleren.

Er zijn verschillende redenen aan te wijzen waarom ik uit het grote aanbod deze kranten heb gekozen. Een doodeenvoudige reden is de beschikbaarheid van de kranten in Potchefstroom. Omdat ik gedurende een periode van een enkele weken de kranten tot mijn beschikking moet hebben, was het verstandig om kranten te kiezen die hier te verkrijgen zijn.

Mijn keus voor deze kranten heeft echter ook een andere reden. Omdat ik in mijn onderzoek extra aandacht besteed aan de culturele verschillen in het land zijn ook de achtergronden van de kranten van belang. Om een goede vergelijking te maken is het goed om kranten te nemen met totaal verschillende achtergronden; doelgroep, lezersaantal, oplage, verspreiding etc.

De *Daily Sun* is een krant voor de zwarte arbeidersklasse. Deze groep bleef lange tijd onbereikbaar voor kranten, maar met de komst van deze tabloid kwam hier verandering in.

The Star was lange tijd de grootste krant in het land, maar staat met de komst van de *Daily Sun* al lange tijd op de tweede plek. De krant heeft een gemengd lezerspubliek, maar bereikt de arbeidersklasse nauwelijks.

Beeld is de enige krant in dit rijtje in de Afrikaanse taal. Het lezerspubliek is dan ook voornamelijk blank.

De laatste krant, *The Business News* is de meest 'serieuze' krant. Het is een krant die zich voornamelijk richt op het zakennieuws en het grootste gedeelte van het lezerspubliek is dan ook afkomstig uit de economische wereld.

1.6 Theoretische benadering

Nieuwsselectie

1.6.1 Oriëntatiefunctie van de media

De media hebben een oriënterende functie. Dat houdt in dat de media evenwichtig bericht moeten geven over gebeurtenissen in de samenleving zodat de burger in staat is zelfstandige keuzes te maken. Losstaande feiten zijn niets waard. De achtergrond, context en geschiedenis van een nieuwsfeit zijn minstens zo belangrijk. In de aanloop naar verkiezingen in een democratie (waartoe Zuid-Afrika ook gerekend wordt), speelt deze

functie een extra belangrijke rol. De burger krijgt dan de mogelijkheid om zijn stem te laten horen en een 'oordeel' te vellen.²

1.6.2 Agenda-setting

Het aandeel van de media op de publieke en politieke agenda is groot. De media bepalen voor een groot deel waarover gepraat wordt. Lange tijd werd het begrip bestudeerd in de context van verkiezingscampagnes. Politici gebruiken de media om hun meest belangrijke standpunten bij de kiezer over te brengen. Het begrip is echter iets genuanceerder, want behalve de media, hebben ook het publiek en de politiek invloed op de onderwerpkeuzes. Publiek en politiek bepalen bewust en onbewust een groot deel van de media-agenda.³

1.6.3 Newsframing

Eerder (bij de oriëntatiefunctie van de media) schreef ik al dat losstaande feiten niets waard zijn. Er is context en geschiedenis nodig om een nieuwsfeit te interpreteren en te plaatsten. Door middel van een frame maak je het mogelijk om onderwerpen, ervaringen of informatie te ordenen.⁴ In de journalistiek is dit onvermijdelijk, maar er schuilt ook gevaar in. Zelfs het gebruik van bepaalde woorden kan bepaalde gevoelens en gedachten bij het publiek oproepen. Door bijvoorbeeld te spreken over een genocide, vijand of oorlog wordt er al een subjectieve werkelijkheid geschapt. Het kan dan gebeuren dat het beeld dat ontstaat eenzijdig of zelfs verkeerd is.⁵

1.7 Hoofdstukindeling

Dit eerste hoofdstuk bepaalt de koers van mijn onderzoek. Ik geef zo overzichtelijk mogelijk weer wat ik doe en waar ik op uit ben. Het kan worden gebruikt als handleiding voor het lezen van deze scriptie.

In het tweede hoofdstuk behandel ik de theorieën die betrekking hebben op mijn onderwerp en onderzoek. Door middel van literatuuronderzoek bepaal ik in hoeverre de theorieën met betrekking op de nieuwsselectie een rol spelen in de berichtgeving rond de verkiezingen.

² Van Vlastuin, Evert (1998), Die joernalistieke oriëntasiefunksie van Beeld, Rapport en Die Kerkbode ten opsigte van homoseksualiteit, aborsie en dobbelary (Potchefstroom) naar De Beer (1993:14), De Vries (1979: 22), Velema (1984b:7), Witteveen (1992: 41, 245, 255) pag. 35-36.

³ McQuail, Dennis (2000), McQuail's Mass Communication Theory (London: SAGE Publications, 4th edition; eerste druk 1983) pag. 455-456.

⁴ McQuail, Dennis (2000) naar Goffman 1974) pag. 343-344.

⁵ McQuail, Dennis (2000) pag. 343-343.

In het derde hoofdstuk begint mijn kwalitatieve inhoudsanalyse. Ik behandel de achtergronden van de vier kranten om aan te geven dat die een groot aandeel hebben in de nieuwsselectie van de verkiezingen. Ik vergelijk de vier kranten en interpreteer de inhoud van de kranten.

In het vierde hoofdstuk zal ik een analyse maken van de kranten en hun berichtgeving over de rol van rasverschillen in de Zuid-Afrikaanse politiek.

In het laatste hoofdstuk probeer ik een antwoord te formuleren op mijn hoofdvraag en vergelijk ik de uitkomsten van mijn literatuuronderzoek met de uitkomsten van mijn kwalitatieve inhoudsanalyse.

In de bijlagen voeg ik op volgorde toe: Een overzicht van de politieke berichten op data in de week van analyse; een indeling van de onderwerpen per thema; een selectie van berichten die een belangrijke bijdrage hebben geleverd aan mijn analyse.

Hoofdstuk 2

Nieuwsselectie in verkiezingstijd

2.1 inleiding

Nieuwsselectie is voor de media behalve onvermijdelijk ook nog eens een enorme verantwoordelijkheid. Bovendien is het nooit objectief. In dit hoofdstuk behandel ik, op basis van literatuuronderzoek, drie theorieën die te maken hebben met nieuwsselectie en die een voorname rol spelen bij de berichtgeving in verkiezingstijd. De oriëntatiefunctie van de media, het proces van agenda-setting en de theorie van newsframing. Aan het eind van dit hoofdstuk wordt beschreven waarom deze processen en theorieën van belang zijn voor dit onderzoek.

2.2 De oriëntatiefunctie van de media

Het bestaan van een democratisch rechtssysteem staat of valt met de participatie van de burgers. Het systeem verwacht dat geïnteresseerde en gemotiveerde burgers zichzelf inlichten en oriënteren in een onoverzichtelijke hoeveelheid standpunten en informatie. Zij moeten zelf in staat zijn om het slechte te herkennen. De rol en invloed van kranten in dit proces is groot doordat de burgers zich voornamelijk oriënteren met behulp van de media.⁶

De pers heeft de taak verwarring te voorkomen. Om de lezer goed te oriënteren moet er samenhang zijn in de berichtgeving. Aan losse informatie heeft de lezer niets en daarom zijn achtergrond, context en geschiedenis onmisbaar.⁷

Om de functie goed te kunnen uitvoeren moeten de media evenwichtig en gebalanceerd bericht geven. De verhoudingen moeten kloppen. In de westerse democratieën is de balans vaak scheef doordat de media in deze samenlevingen geneigd zijn om veel meer te berichten over de negatieve gebeurtenissen. Deze zijn namelijk uitzonderlijk en daarom nieuwswaardig. Maar doordat de negatieve berichtgeving overheerst en de media het oriëntatiepunt zijn, krijgt het publiek de indruk dat de negatieve gebeurtenissen de norm zijn.⁸

Het onderstaande voorbeeld geeft duidelijk weer wat Van Vlastuin bedoeld:

⁶ Van Vlastuin (1998) naar: Witteveen (1992: 41, 245, 255) pag. 35, 36.

⁷ Van Vlastuin (1998) naar: De Vries (1979: 22), Velema, (1984b: 7) pag. 35.

⁸ Van Vlastuin (1998) naar: Hiebert *et al* (1988: 261), McLuhan (1970: 24), De Beer (1996: 15-16), Snyman (1971: 333-335) pag. 40.

“Toen de kapitein eens in het logboek had genoteerd: “De stuurman was vandaag dronken”, schreef hij, de stuurman, er bij de eerstkomende gelegenheid in: “De kapitein was vandaag nuchter.””⁹

De moeilijkheid bij dit principe is dat de gewone dingen geen nieuws zijn. Het is onrealistisch om te proberen een compleet beeld te scheppen van de maatschappij. In feite werkt het vertellen van nieuws alleen, wanneer het publiek op de hoogte is van de ‘normale’ situatie.

Binnen een democratie zijn de media erop gericht het publiek verantwoordelijke en goed overwogen keuzes te laten maken. Het is daarom belangrijk dat de diversiteit van de samenleving goed weergegeven wordt. Dat houdt in dat nieuws niet eenzijdig mag zijn en dat de verschillen in de samenleving binnen de media goed vertegenwoordigd zijn. Er moet een goede balans moet zijn tussen de verschillende, heersende standpunten.¹⁰

Deze belangrijke taak van de media maakt dat informatie functioneel en bruikbaar moet zijn voor het publiek. Wanneer dit niet het geval is, is er al snel sprake van berichtgeving om de sensatie. Een goed voorbeeld hiervan is de berichtgeving rondom zelfmoorden. Uit onderzoeken blijkt dat wanneer de pers hier uitgebreid over bericht, het aantal zelfdodingen toeneemt. Deze berichtgeving draagt niet bij aan verantwoorde keuzes. In dit geval zullen de media terughoudend en niet te gedetailleerd moeten zijn.¹¹

Hoewel elk medium, en dus ook elke krant in feite diezelfde oriënterende taak hebben binnen een democratie, zijn er toch grote verschillen aan te wijzen. Dat heeft voornamelijk te maken met de verschillende wereldbeelden van deze media. Het wereldbeeld heeft grote invloed op de nieuwsselectie en bepaalt voor een belangrijk deel welke richting het publiek wordt opgestuurd.¹²

De oriëntatiefunctie is een enorme verantwoordelijkheid. Het betekent dat de media een groot wapen in handen hebben waarmee ze veel invloed kunnen uitoefenen op de publieke opinie.¹³ Dit blijkt uit een ander communicatieproces, namelijk agenda-setting.

⁹ Van Vlastuin (1998) citeert Stappers (1983: 28) pag. 40.

¹⁰ Van Vlastuin (1998) naar: Van Cuilenburg (1993: 320), Reddy (1994: 138), Rivers *et al* (1980: 178-183), McQuail (1988: 117, 118), De Beer (1996: 12), Dowry (1996: 56), Christinans *et al* (1983: 11), Hiebert *et al* (1988: 265) pag. 35, 36.

¹¹ Van Vlastuin (1998) naar: Fink (1988: 36), Day (1991:203) pag. 42.

¹² Van Vlastuin (1998) pag. 37.

¹³ Van Vlastuin (1998) naar: Devolder (1952: 149) pag. 38.

2.3 Agenda-setting

Hoewel de media hun publiek lang niet alles wat er gebeurt ook daadwerkelijk vertelt, vraagt dit publiek zich toch zelden af of dat wat ze lezen wel echt het nieuws is. Daar gaan zij gewoon vanuit.¹⁴ Door de nieuwsselectie die de media toepassen, kunnen zij dus invloed uitoefenen op de vorming van de openbare mening. Dit proces wordt agenda-setting genoemd.¹⁵ Het is een veelbesproken onderwerp in de theorie van de massacommunicatie omdat het begrip op zoveel verschillende manieren kan worden uitgelegd. Dat komt doordat onderzoeken die zijn gedaan naar de werking van agenda-setting vaak discutabele uitkomsten hebben; want hoewel er overeenkomsten waargenomen worden tussen de onderwerpen in de media en die op de publieke agenda is een oorzakelijk verband moeilijk aan te tonen.¹⁶

Tot 1972 was agenda-setting slechts een theoretisch concept, maar daar kwam verandering in met een onderzoek van McBombs & Shaw.¹⁷ Zij testten het proces in 1968 tijdens de presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten. De onderzoekers selecteerden een groep van honderd zwevende kiezers en vergeleken de media waartoe zij beschikking hadden met een lijst die de kandidaten moesten samenstellen van de, volgens hen, grootste problemen in het land. De uitkomst liet zien dat er overeenkomsten waren tussen de antwoorden van de ondervraagden en de belangrijkste onderwerpen in de media. Een oorzakelijk verband kon echter niet worden vastgesteld, want wie beïnvloed wie?¹⁸

Sommigen geven dan ook de voorkeur aan een bredere definitie van agenda-setting.¹⁹ Agenda-setting is een proces waarin de media, publieke en politieke agenda elkaar en hun omgeving onderling beïnvloeden.

Het is duidelijk dat de media beïnvloed waar het publiek over denkt en praat, maar in hoeverre de publieke opinie daadwerkelijk beïnvloed wordt door de media is nog altijd onduidelijk. Daarvoor verschillend de uitkomsten van de onderzoeken nog teveel van elkaar.²⁰

¹⁴ Haskell, D.M (2007) Evangelicals in Canadian national TV-news, 1994-2004. A frame analysis of reports from global, CBC and CTV television networks and a survey of national television journalists, (Potchefstroom) pag. 57.

¹⁵ Serfontein, Lynette Mitzi (1995) Die beeld van die ANC soos gereflecteer in Beeld en The Star vanaf 1989 tot 1993, (Potchefstroom) naar: McBombs&Shaw (1972) pag. 20.

¹⁶ Serfontein (1995) pag. 20.

¹⁷ Serfontein (1995) naar: McBombs&Shaw (1972) pag. 21.

¹⁸ Haskell (2007) naar: McBombs&Shaw (1972), pag. 57.

¹⁹ Haskell (2007) naar: Manheim&Albritton (1984), Manheim (1987) pag. 61.

²⁰ Haskell (2007) pag. 61.

Een groot aantal onderzoekers heeft geprobeerd te onderzoeken wie nu eigenlijk de media-agenda bepaald. Dus wie nu eigenlijk de echte agenda-setter is. Agenda-setting is een ingewikkeld proces waarbij niet altijd bewust wordt gehandeld. Het is een wisselwerking tussen media, politiek en publiek. Wel blijkt uit veel onderzoeken dat een aantal partijen en methoden veel invloed hebben op de media-agenda. Zo hebben de president of andere hoge ambtbekleders de grootste invloed op de agenda van het nationale nieuws.²¹ Actiegroepen en belangenorganisaties eisen vaak aandacht op de agenda door grote evenementen te organiseren of persberichten uit te geven. Op die manier krijgen hun politieke ideeën meer bekendheid.²² Uit verschillende onderzoeken is gebleken dat het geen uitzondering is wanneer meer dan vijftig procent van de inhoud van kranten oorsprong vindt in persberichten en persconferenties. Deze besparen de journalisten de tijd en het geld voor eigen onderzoek.²³

Naast deze grote partijen, die bewust en onbewust invloed uitoefenen op de media-agenda, zijn het ook de verschillende media die elkaars agenda beïnvloeden. Zo geven grote, landelijke media vaak de aanzet voor kleinere en bijvoorbeeld regionale media.²⁴

2.4 Newsframing

Een krant heeft simpelweg te weinig pagina's om alles wat er gebeurt te vertellen. Bepaalde verhalen worden daarom genegeerd. Voor de overige verhalen geldt dat ze 'verpakt' moeten worden in een beperkt aantal woorden. De enige mogelijkheid voor journalisten om dit te doen is door gebruik te maken van een frame.²⁵

'Nieuws is het venster van de wereld'.²⁶ Door het frame of venster vertelt het nieuws ons wat we moeten en willen weten. Je kunt framing dan ook definiëren als "het actief rangschikken en organiseren van onze levenservaringen om het te kunnen begrijpen".²⁷

Framing is nodig voor zowel het publiek, de lezers als voor de journalisten zelf. Voor het publiek om het nieuws snel en gemakkelijk te begrijpen en voor journalisten om grote hoeveelheden informatie snel te herkennen, te onderscheiden en te verwerken.²⁸

²¹ Haskell (2007) naar: Gonzenbach (1996), Hart (1987), Iyengar & Kinder (1987), Wanta (1997), Wanta, Stephenson, Turk&McCombs (1989), Atwater & Fico, (1986) pag. 59, 60.

²² Haskell (2007) naar: Ansager (2000), Andsager&Smiley (1998), Westley (1976) pag. 60.

²³ Haskell (2007) naar: Sigal (1973), Turk (1986), Berkowitz (1987), McCombs (1994), Wilcox&Nolte (1997) pag. 60, 61.

²⁴ Haskell (2007) naar: Reese&Danielian (1989), Trumbo (1995), Stempel (1985) pag. 61.

²⁵ Haskell (2007) pag. 64.

²⁶ Haskell (2007) citeert Tuchman (1978: 1) pag. 63.

²⁷ Haskell (2007) citeert Goffman (1974: 21) pag. 62

Er zijn verschillende stadia te onderscheiden in het proces van framing. Als eerste stap wordt het frame 'opgebouwd'. Dit gebeurt wanneer journalisten verhalen vertellen. Zij construeren het frame door de selectie, invalshoek en woordkeuze. Hierna komt de fase waarin het frame aarde vindt in de samenleving door middel van de publicatie en verspreiding van de journalistieke verhalen. Het frame kan nu 'inburgeren' en het wordt onderdeel van ons denken. Het eindigt als een 'maatschappelijk frame'; journalisten gebruiken het om nieuwe informatie in te kaderen en andere verhalen te vertellen. Op die manier worden zij 'consumenten' van hun eigen product.²⁹

Dat newsframing daadwerkelijk invloed heeft op de publieke opinie blijkt uit het onderzoek van Nelson. Hij wilde weten hoe tolerant de bevolking tegenover de blanke superioriteitsbeweging Ku Klux Klan stond. De onderzoekers schreven twee artikelen voor twee nieuwssites. De 'verzonnen' nieuwsverhalen gingen over een toespraak die de KKK hield op een universiteitscampus. Het ene artikel was geschreven vanuit het frame van de vrijheid van meningsuiting en de andere vanuit het frame van orde handhaving. Het onderzoek liet zien dat de tolerantie tegenover de beweging groter was bij de lezers van het artikel waarbij de vrijheid van meningsuiting het frame vormde.³⁰

Een frame wordt gevormd wanneer bepaalde aspecten van een onderwerp aanzienlijk meer aandacht krijgen dan andere (bijv. de vrijheid van meningsuiting). Op die manier lijkt dat belangrijk en betekenisvol. Het publiek onthoudt die facetten. Een logisch gevolg is dat informatie die wel een rol speelt, maar buiten het verhaal wordt gelaten onbekend blijft bij het publiek en dus automatisch onbelangrijk wordt.³¹

Omdat het van belang is voor de democratie, moet het publiek op de hoogte gehouden worden van de gebeurtenissen in de samenleving, maar omdat wij gewoonweg niet de tijd hebben om alles bij te wonen, te zien en te horen, willen we dat de journalisten alleen de belangrijke informatie doorgeven, de relevante informatie. We verwachten een zo objectief mogelijk verslag, zodat we zelf onze eigen mening kunnen vormen.³²

2.5 Tot slot

Deze drie theorieën en processen zijn van toepassing op mijn onderzoek omdat zij te maken hebben met de invloed van de media op de publieke opinie. Omdat mijn onderzoek

²⁸ Haskell (2007) naar: Gitlin (1980: 7) pag. 63.

²⁹ Haskell (2007) naar: Sheufele (1999) pag. 68.

³⁰ Haskell (2007) naar: Nelson (1997) pag. 73-74.

³¹ Haskell (2007) naar: Entman (1993: 52), Severin&Tankard (2001) pag. 64.

³² Haskell (2007) pag. 66.

zich voornamelijk richt op de berichtgeving rond de verkiezingscampagnes is het onmogelijk de theorieën rond nieuwsselectie buiten beschouwing te laten. Verkiezingen zijn één van de grootste mediaspektakels in een democratie. Het publiek moet op basis van de mediaoriëntatie bepalen of de aftredende regering het goed gedaan heeft. Newsframing speelt hierin een belangrijke rol, omdat het ervoor zorgt dat het publiek niet met enorme bergen aan losse informatie opgezadeld wordt. De agenda-setting van de media bepaalt voor een gedeelte de punten waar de burgers belang aan hechten wanneer zij de regering beoordelen.

2.6 Theoretische stelling

Kranten oriënteren hun lezers door aan bepaalde thema's meer of minder aandacht te besteden. Daardoor wordt een bepaalde nieuwsagenda gesteld. Doordat berichten en commentaren telkens op een bepaalde manier binnen de stijl en doelstellingen van een krant worden aangeboden ("geframed"), schept de krant telkens een ander beeld van de werkelijkheid.

HOOFDSTUK 3

Analyse van de politieke berichtgeving

3.1 Politiek in hedendaags Zuid-Afrika

3.1.1. In de sporen van de apartheid

Wat erg van belang is om bij de politieke situatie in Zuid-Afrika in acht te nemen is de invloed van de recente geschiedenis. De apartheid heeft grote en diepe sporen achtergelaten in de Zuid-Afrikaanse samenleving en de politiek. De democratie staat nog in de kinderschoenen en het land kampt met ‘basale’ problemen zoals criminaliteit, armoede en werkloosheid. In wezen richten alle politieke partijen zich op deze problemen en wil elke partij hetzelfde; namelijk een land waar de bevolking in vrede, gelijkheid en vrijheid kan samenleven.

De geschiedenis heeft voor verwijdering gezorgd tussen de verschillende bevolkingsgroepen in Zuid-Afrika. Dat is terug te zien in het stemgedrag van de kiezers. Voor een belangrijk deel bepaalt huidskleur nog steeds op welke partij je stemt. De enige partij die een gelijk verdeelde aanhang heeft is de nieuwe politieke partij COPE.

3.1.2 ANC als belangrijkste politieke agenda-setter

In Zuid-Afrika is de regering geen coalitie van verschillende partijen. Het ANC heeft sinds 1994 (toen de eerste democratische verkiezingen werden gehouden) steeds met een enorme meerderheid de verkiezingen gewonnen en heeft daarmee al bijna vijftien jaar de macht in handen. Het verschil met bijvoorbeeld Nederlandse media zit hem dan ook voornamelijk daarin, dat er bij politiek nieuws altijd al meerdere partijen mee te maken hebben. In Zuid-Afrika is het slechts het ANC. De oppositie is veel kleiner en heeft veel minder macht. Bijna alle regelgeving komt dan ook van het ANC. De media moet daarin meegaan en dat zie je terug. Politiek nieuws is geen nieuws zonder het ANC erbij te betrekken.

Het ANC heeft daarmee de grootste invloed op de (politieke) agenda van de media. Het proces tegen presidentskandidaat Jacob Zuma eist veel aandacht op in alle kranten.

3.1.3 De rol van de oppositie

In een land als Zuid-Afrika speelt de oppositie een andere rol dan in bijvoorbeeld Nederland. Dit heeft als voornaamste reden dat de staat in Zuid-Afrika door één partij

gedomineerd wordt. Volgens klassieke theorieën kan er in dat geval niet gesproken worden van een 'gezonde' democratie omdat hierin nooit twee keer op rij één partij wint met een percentage hoger dan zestig procent. Dit heeft als achtergrond dat democratie een systeem is gebaseerd op conflicten. De oppositie kan dan ook niet de rol aannemen die hen in de theorie wordt toegeschreven.³³

In Zuid-Afrika is de taak van de oppositie het best te omschrijven als 'terugvechten'. De oppositiepartijen moeten alles op alles zetten om de regering met beide benen op de grond te houden. Zij zijn immers in staat met de grote meerderheid, misbruik te maken van hun macht. Vlak voor de verkiezingen van 1998 hield toenmalig partijleider van de *Democratic Party* (nu: DA), Tony Leon, een toespraak op de University of the Orange Free State waarin hij de rol van de oppositie omschreef in dertien punten, waarvan er een aantal extra kenmerkend zijn voor de Zuid-Afrikaanse oppositie. Zo noemt hij het ontmaskeren van corruptie als een van de taken en waarschuwt hij ervoor dat de oppositie zich niet de mond moet laten snoeren. Ook moeten de oppositiepartijen ervoor zorgen dat de overheid haar macht niet misbruikt en is samenwerking tussen oppositiepartijen noodzakelijk om iets te kunnen bereiken, ondanks dat de verschillen tussen de partijen soms groot zijn.³⁴

3.2 Business Day

3.2.1 algemene informatie

De *Business Day* is een krant die zich voornamelijk richt op zakenmensen. Economisch nieuws staat hoog op de agenda; Bedrijven, beursnieuws en de economische politiek. Want hoewel de *Business Day* ook gewoon het nieuws brengt, zijn de verhalen toch vaak vanuit een economisch frame geschreven. Zoals in het bericht 'NPA 'set to drop charges against Zuma'. Hoewel dit nieuws is wat in alle kranten terugkomt, geeft de *Business Day* de economische gevolgen ook weer, omdat deze van belang is voor haar doelgroep:

"It is understood the business leaders, thus far unidentified, warned that putting a president on trial could destabilise the economy. The ANC and its allies argued it was not in the national interest that Zuma be prosecuted, citing potential violence and general instability. For its part, business has warned that a president on trial would destabilize the economy."³⁵

³³ Leon, Tony (1998) The place and role of opposition politics and parties in South Africa, (Bloemfontein: Acta Varia, University of the Orange Free State) op basis van Przeworski (1991: 95) pag. 3.

³⁴ Leon (1998) pag. 1-24.

³⁵ Brown, Karima, Omarjee, Hajra en Musgrave, Amy, NPA 'ste to drop charges against Zuma', Business Day, (wo. 18 maart 2009), voorpagina.

De krant is één van de duurdere kranten van Zuid-Afrika (R9,50) en de verspreiding is dan ook niet zo groot als die van de *Daily Sun* en *The Star*. Bovendien ligt het lezersaantal een stuk lager doordat één exemplaar door veel minder mensen gelezen wordt dan de andere kranten. Dit komt doordat de krant heel erg specifiek inspeelt op de individuele behoeftes van de lezer. Van maart tot september 2005 had de *Business Day* dagelijks gemiddeld 96 000 lezers.³⁶

De *Business Day* heeft een consequente en herkenbare indeling, waarin je het zakelijke karakter goed terugziet. Nationaal en internationaal economisch nieuws krijgt voorhang boven het andere nieuws en dagelijks heeft de krant een bijlage (*Companies&Markets*) met bedrijven- en beursnieuws. De laatste twee pagina's brengen opiniestukken en analyses.

3.2.2 Balans

De *Business Day* is een kritische krant, waarin goed onderbouwde verhalen staan. Dit merk je voornamelijk in de opiniestukken en analyses. De auteurs van deze stukken schrijven heldere, goed opgebouwde betogen. Het niveau is hoog en vaak zijn de schrijvers dan ook academici of specialisten. De krant informeert niet alleen, zij heeft als doel de lezer kritisch te laten kijken naar de maatschappij waarin hij leeft, zodat hij hier goed geïnformeerd een mening over kan vormen.

De toekomst van Zuid-Afrika, de democratie en de maatschappij is een belangrijk aandachtspunt in de berichtgeving. Bij elke gebeurtenis betreft de krant de gevolgen die dit heeft op voor de positie van het land, haar politiek en natuurlijk de economie. In het volgende voorbeeld, een opinieartikel over Cope's partijleider Mvume Dandala, zie je deze zorg voor het Zuid-Afrika duidelijk terug:

"There is a palpable hunger for leadership and vision among the citizens of this country at this time. There is an amazing readiness for political engagement and participation. But credible political alternatives are hard to come by."³⁷

Hoewel het ANC de grootste agenda-setter is van het politieke nieuws in de Zuid-Afrikaanse media, zie je in de *Business Day* een grote balans tussen de berichtgeving over de regeringspartij en de stem van de oppositie. Buiten dat de oppositiepartijen ruim vertegenwoordigd zijn in de berichtgeving rondom het ANC zijn er ook een aantal artikelen

³⁶ Jones, Nicola, Vanderhaeghen, Yves en Viney, Dee, *The rise of the Daily Sun and its contribution to the creation of post-apartheid identity*, in: *Power, politics and identity in South African media*, (red. Adrian Hadland e.a.; Cape Town: HSRC Press) pag. 167-183 naar South African Advertising Research foundation.

³⁷ Sam Maluleke, Tinyikio, Survival is the first priority in the lion's den of SA politics, *Business Day*, (vrij. 20 maart 2009) pag. 11 (opinion&analysis).

waarin niet de regeringspartij, maar juist de oppositiepartijen centraal staan. De *Business Day* heeft op de agenda voornamelijk veel aandacht voor de nieuwe partij Cope en de grootste oppositiepartij de DA. Zo schrijft Tony Leon, voormalig partijleider van de DA, in aanloop naar de verkiezingen wekelijks over de campagnes. Hoewel dit iedere week over een andere politieke leider gaat (dus niet alleen over de DA), is het opvallend dat deze artikelen geschreven worden door de voormalige oppositieleider. De overige, kleinere partijen komen in de berichtgeving ook ter sprake, alleen vaak wel in combinatie met het ANC, de DA of Cope.

De krant probeert zo gebalanceerd mogelijk verslag te doen van het nieuws. Door veel te citeren en aanhalingstekens te plaatsen schept de krant een afstand tussen de meningen van de auteur (en dus de krant) en de persoon die in het artikel wordt aangehaald. Ook worden vaak meerdere personen in een artikel aangehaald om de meningen tegenover elkaar te zetten. Dit gebeurt in de *Business Day* meer en regelmatig dan in de andere kranten. De krant probeert op die manier te bereiken dat de lezer zo breed mogelijk georiënteerd wordt en zelf een oordeel kan vellen over gebeurtenissen.

3.2.2.1 Zuma-aanklachten

Op woensdag 18 maart openen de *Business Day* en *The Star* met het bericht dat het National Prosecution Authority (NPA) overweegt om de aanklachten tegen ANC-leider Jacob Zuma in te trekken:

“In a dramatic twist to the corruption case facing African National Congress (ANC) president Jacob Zuma, the National Prosecution Authority (NPA) is preparing to drop all corruption, fraud and racketeering charges against him in the next few days.”³⁸

In de week die volgt blijft dit thema een belangrijke rol spelen in de berichtgeving. Vooral in de opiniestukken is veel aandacht voor de kwestie. De *Business Day* is in de zaak voornamelijk geïnteresseerd in de geloofwaardigheid en houdbaarheid van het Zuid-Afrikaanse rechtssysteem. Dit frame kiest de krant dan ook in vrijwel alle artikelen. Het NPA speelt een belangrijke rol in de berichtgeving, Zijn gezag staat immers op het spel. In vergelijking met de andere kranten ligt de nadruk in de *Business Day* veel meer op het NPA. Het lijkt de krant er niet zoveel toe te doen hoe deze zaak voor Jacob Zuma en het ANC afloopt, veel belangrijker is de reputatie van het NPA en hoe deze wordt aangetast door de zaak:

³⁸ Brown, Karima, Omarjee, Hajra en Musgrave, Amy, NPA ‘ste to drop charges against Zuma’, *Business Day*, (wo. 18 maart 2009) voorpagina.

“The stakes are considerably higher for the NPA. Indeed it is no exaggeration to say that the justice system as a whole will be affected for years to come by the way in which Zuma’s bid to have the charges scrapped is handled. (...) The NPA’s credibility has been severely undermined in recent years, through internal errors of judgment and due to outside interference for blatantly political ends, from more than one quarter. (...) Of course, if the NPA is now in possession of evidence proving that state institutions were abused to concoct a case against Zuma, it is duty-bound to call the whole thing off. But it had better be prepared to justify the decision and lay all of its cards on the table.”³⁹

“The NPA had had to fend off assertions that it was a puppet in the hands of Zuma’s enemies when it started its probe into his affairs. Now it has to explain the reasons for dropping the case as its reputation is on the line.

The irony is that while opposition parties will accuse the NPA of giving in to political interference, some of its reasons for dropping the case will point to political meddling under the previous administration.”⁴⁰

“A statement from the NPA in which the decision is explained will, on its own, not suffice. We need to know whether parties in addition to or other than Zuma need to be prosecuted for corruption and obstruction of justice. We need to know whether everyone in the NPA and the judiciary acted without fear, favour or prejudice. In other words, I hope that neither the decision to prosecute Zuma nor the decision to drop or continue with corruption charges are a product of political manipulation.”⁴¹

De berichtgeving is ook in dit geval veelzijdig, gebalanceerd en heeft daardoor een neutraal karakter. Ook hierin komen de oppositiepartijen ruimschoots aan het woord. Tot twee maal toe komt de krant met een groot artikel waarin de meningen van de oppositiepartijen ten opzichte van dit onderwerp breed uiteen worden gezet:

The Democratic Alliance (DA) said that there was “no good reason” for the NPA not to proceed with its prosecution.

“it is possible that Zuma is pressurizing the NPA to drop the charges against him in return for a guarantee that there will be no purge of NPA officials should he become state president. This, of course, would amount to political blackmail,” said DA leader Helen Zille.”⁴²

“Lekota told reporters in Johannesburg that much had been done by the ANC to prevent Jacob Zuma from having his day in court, including scrapping the Scorpions and firing former national director of public prosecutions Vusi Pikoli.

“Should the NPA accede to the demand to drop Zuma’s corruption charges, it would have betrayed the people’s yearning for equality before the law.”

Lekota said the ANC had created a different set of rules for its leaders and the public.”⁴³

³⁹ Auteur onbekend, Zuma charges, Business Day, (vrij. 20 maart 2009) pag. 10 (opinion&analysis).

⁴⁰ Brown, Karima, Omarjee, Hajra, NPA prepares to announce decision on Zuma charges, Business Day, (do. 19 maart 2009) pag. 1-2.

⁴¹ Matshiqi, Aubrey, Sides take one-eyed view of Zuma affair, Business Day, (vrij. 20 maart 2009) pag. 11 (opinion&analysis).

⁴² Omarjee, Harja en Brown, Karima, Opposition wants Zuma prosecuted, Business Day, (do. 19 maart 2009) pag. 3.

Wat dit onderwerp een opvallend karakter geeft is het hoofdredactioneel commentaar dat de krant op maandag 23 maart publiceert. Hierin neemt de krant een heel duidelijk standpunt in over de zaak. Iets wat niet vaak zo expliciet gebeurt in *Business Day*:

“I cannot think of any single thing left that the ANC or the Zuma crowd could do that would hurt this country more than would dropping the fraud and other charges against him. (...) Well, putting pressure on a public servant like acting head of the NPA might result in a decision that is made by a legal entity but that doesn’t make it a legal decision. It would be a political one, made for political reasons. The ANC has got itself into a jam and we should all pray the NPA tells Zuma’s legal team “thanks but no thanks” and continues its prosecution against him.”⁴⁴

Dit commentaar is eveneens een goed voorbeeld waarin je kunt zien dat de *Business Day* zich erg bezighoudt met de toekomst van het land en voornamelijk de geloofwaardigheid en houdbaarheid van het huidige (politieke) systeem.

3.2.2.2 Brengt Cope verandering?

Een ander belangrijk thema in de berichtgeving is de nieuwe partij Cope. Steeds keert terug dat Cope zich wil onderscheiden van het ANC en hoe de partij het anders wil doen dan de huidige regeringspartij. Cope is nog niet zo lang geleden ontstaan vanuit het ANC. Je ziet in de *Business Day* daardoor duidelijk vraagtekens bij Cope’s onafhankelijkheid ten opzichte van de regeringspartij en de tegenstelling Zuma- Mbeki. Kritiek van de nieuwe partij op het ANC is meteen ook een gevaar voor Cope zelf. Voorheen maakten veel van de leden zelf deel uit van die partij. Deze twijfels spelen een grote rol in de berichtgeving en bepalen dus ook voor een groot deel het frame van waaruit de krant schrijft:

“Cope leaders have thus far avoided attacking the ANC as the government as most of them were part of it. However, Dandala, who was not part of the ANC government, did not hold back, saying such failures by the ANC were a violation of human dignity and human rights.”⁴⁵

In een groot opinieartikel over partijleider Mvume Dandala herken je dit frame eveneens duidelijk terug:

“Will Dandala survive? Can he survive? My concern has less to do with his political talents and more to do with his survival skills – given the lion’s den that is the South African political scene.”⁴⁶

⁴³ Shoba, Sibongakonke, Dropping charges ‘a betrayal’, *Business Day*, (ma. 23 maart 2009) pag. 4.

⁴⁴ Bruce, Peter, The Thick end of the wedge, *Business Day*, (ma. 23 maart 2009) pag. 8 (hoofdredactioneel commentaar).

⁴⁵ Shoba, Sibongakonke, Dandala lists government’s ‘failures’, *Business Day*, (wo. 18 maart 2009), pag. 3.

⁴⁶ Maluleke, Tinyiko Sam, Survival is the first priority in the lion’s den of SA politics, *Business Day*, (vrij. 20 maart 2009) pag. 11 (opinion&Analysis).

Ondanks de vertwijfeling aan de ene kant, lijkt de *Business Day* ook hoop te hebben op een concurrent voor het ANC. Dit kun je voornamelijk zien aan de vele aandacht die de partij krijgt in de krant. Niet omdat de krant partij kiest tegen het ANC, maar omdat zij zich bekommert om de toekomst van het land. Een goede concurrentiepartij komt een democratie alleen maar ten goede. Deze zorgt ervoor dat de regering met beide benen op de grond blijft. Dan blijft echter het gevaar bestaan dat Cope zichzelf in de vingers snijdt door in de campagne teveel nadruk te leggen op de verschillen met het ANC:

“Mcebisi Ndletyana, a senior research specialist at the Human Sciences Research Council, says if COPE claims to stand for something different, distancing itself from Mbeki would make South Africans believe the party. (...) “It could be as is Mbeki is ruling from the grave. So they have to present themselves as a new entity because they claim to be bringing in something different.” (...) Political analyst Steven Friedman believes that denying the Mbeki link could backfire COPE. “They may pick up a few opposition supporters but it can also create a problem. They run a risk of alienating their natural support base,” he says.”⁴⁷

3.2.2.3 De strijd van de DA

De grootste oppositiepartij, de DA speelt een grote rol op de agenda van *Business Day*. Een opvallend verschil met de andere kranten is de voorname positie van de partij in de krant. Het aantal berichten waarin de DA (en Cope) de hoofdrol spelen ligt in deze krant een stuk hoger dan in de andere kranten. Daarin komen die partijen vrijwel alleen in combinatie met het ANC ter sprake.

Partijleider Helen Zille bepaalt het gezicht van de partij en in de krant is veel aandacht voor haar strijdbaarheid. Zo staat zij ook op de foto bij een artikel van voorganger Tony Leon. In het bijgaande artikel bevestigt zijzelf dit beeld:

“For a person possessed of an admirable conciliatory brand image, she sounds, today at any rate, dare I say it, in “fight back” mode.

As to the vagaries of campaigning, Zille perkily informs me: “I love it, love the energy of it – it’s my jet fuel.””⁴⁸

3.3 The Star

3.3.1 Algemene informatie

Hoewel *The Star* (R5) begon met een voornamelijk blanke doelgroep heeft de krant inmiddels het meest gemengde lezerspubliek van de vier kranten uit dit onderzoek. Ruim

⁴⁷ Shoba, Sibongakonke, COPE faithful sing a song of Mbeki’s legacy, *Business Day*, (do. 19 maart 2009) pag. 4.

⁴⁸ Leon, Tony, Zille does the Mitchells Plain shuffle to lure key Cape votes, *Business Day*, (do. 19 maart 2009) pag. 9 (opinion&analysis).

60% van de lezers is zwart. Gemiddeld heeft de krant 840 000 lezers per dag met een oplage van 168 264.⁴⁹ Moegsien Williams, hoofdredacteur, omschrijft het doel van *The Star* als volgt:

“Our country is in a state of flux, desperately seeking to invent a new national culture, one that unites our rainbow nation while allowing vibrant individual cultures to flourish. It is The Star's task to be the guiding light for our nation, inspired by our leaders and readers.”⁵⁰

Uit de brief van de hoofdredacteur blijkt verder dat *The Star* een positieve bijdrage wil leveren aan een betere samenleving door criminaliteit, racisme en corruptie te veroordelen en tolerantie aan te moedigen.

Op de agenda van *The Star* staan veel sociaal maatschappelijke onderwerpen zoals gezondheidszorg, HIV/aids, onderwijs en armoedebestrijding. De krant probeert een link te leggen met de politiek door de standpunten van de partijen over deze onderwerpen breed uit een te zetten. Opvallend hierin is dat het ANC wel vaak als eerst, maar niet als enige genoemd wordt. Ook de standpunten van oppositiepartijen in deze onderwerpen komen duidelijk aan de orde. Op de pagina's *opinion&analysis* komen verschillende (politieke) partijen aan het woord, met verschillende standpunten. De krant vormt een podium voor burgers om hun mening te delen, maar met welke van die standpunten de krant zelf instemt, is niet altijd even duidelijk. Zo zijn bepaalde artikelen erg kritisch tegenover het ANC, maar kan iemand van die partij zelf, weer een ontzettend positief stuk geplaatst krijgen.

De indeling van *The Star* is niet altijd even duidelijk. Zo wisselen de pagina's met opiniestukken, analyses en ingezonden brieven nog wel eens van plaats. De krant bestaat uit drie delen. Naast het hoofdkatern heeft *The Star* een dagelijkse zakenbijlage, (*Business Report*) en een culturele bijlage, (*Verve*).

3.3.2 grote diversiteit

The Star mist wat de andere kranten juist zo kenmerkt, een specifieke doelgroep. De krant is cultuuroverschrijdend en dat is in de berichtgeving goed te merken. Het is vooral erg opvallend in vergelijking met *Beeld* en de *Daily Sun*. De doelgroepen van die kranten onderscheiden zich voornamelijk door ras, dus berichten de kranten vrijwel alleen over die groep mensen. Een foto van een blanke kom je in de *Daily Sun* vrijwel nooit tegen en

⁴⁹ Auteur onbekend, readership, <http://www.thestar.co.za/index.php?fSectionId=2498> (5 februari 2009 & 3 mei 2009).

⁵⁰ Williams, Moegsien, Letter from the editor, <http://www.thestar.co.za/index.php?fSectionId=2496> (5 februari 2009).

andersom zul je in *Beeld* zelden een persoonlijk drama van een zwarte lezen. In *The Star* is dit niet het geval. Doordat de doelgroep zo gemengd is, zie je die verschillende rassen regelmatig terug in de berichtgeving. Dat geeft de krant een progressief karakter; *The Star* is kritisch, een tikje cynisch en niet gebonden aan een politieke partij. Dat komt mede doordat de scheiding tussen partijen in Zuid-Afrika nog zo rasgebonden is. Kiest de krant voor een politieke partij, dan zou zij daarmee een bepaald gedeelte van haar doelgroep buitenspel zetten. Gevolg van deze 'onpartijdigheid' is dat de krant een versnipperde indruk achterlaat. De brede inhoud van de krant maakt het dan ook moeilijk om heel helder te krijgen wat *The Star* belangrijke agendapunten vindt. De hoofdthema's van de *Business Day*, (de aanklachten tegen Zuma) en *Beeld*, (de vermenging van kerk en politiek) zijn beiden op de agenda van *The Star* terug te vinden.

De krant vormt een platform voor verschillende meningen. In dat opzicht is er een overeenkomst met de *Business Day*. Je merkt echter een groot kwaliteitsverschil. De artikelen in de zakenkrant zijn van een hoger niveau en beter onderbouwd. Bovendien sluiten de artikelen meestal goed op elkaar aan. De meningen in *The Star* zijn minder genuanceerd en vaak wat korter door de bocht. Met name de opiniestukken maken daardoor regelmatig een eenzijdige indruk. bijvoorbeeld in het artikel 'Working together, we can do more', waarin een ANC-lid als oplossing voor de economische crisis ondermeer noemt:

"The ANC will win the election and Jacob Zuma will become president."⁵¹

Het gevolg hiervan is dat de je als lezer altijd op je hoede moet zijn omdat de krant in de berichtgeving vaak een impliciete mening heeft terwijl zij juist in de opiniestukken geen eenduidige richting aanneemt, maar veel uiteenlopende meningen laat zien. Hierdoor wordt je als lezer erg in verwarring gebracht. Je moet goed in de gaten houden waar feiten ophouden en meningen beginnen.

Dat de krant niet schroomt een duidelijk standpunt over kwesties in te nemen wordt goed duidelijk in het artikel: 'Zip-zip, ching-ching, that's R25m more for IEC poll scanners' van maandag 23 maart. Dit nieuwsbericht vertelt over, speciaal voor de verkiezingen aangekochte scanners die toch nog een dure upgrade nodig hebben voordat ze gebruikt kunnen worden op de stembureaus. Uit het artikel blijkt duidelijk dat *The Star* zijn twijfels heeft bij de directeurs van het bedrijf dat de scanner verkocht aan de Independent

⁵¹ Phosa, Mathews, Working together, we can do more, *The Star*, (vrij. 20 maart 2009) pag. 14 (opinion&analysis).

Electoral Commission (IEC). Deze partijen ontkennen echter dat er sprake is van belangenverstrengeling:

“Two of the directors of the company that sold the portable scanners to the IEC are also directors of government-owned entities, but both the company and the IEC dismissed suggestions this was conflict of interest.”⁵²

Het lijkt erop of hiermee de zaak is afgedaan. De lezer weet nu dat de directie van het bedrijf overheidsbanden heeft, maar ook dat deze zelf de belangenverstrengeling ontkent. Hiermee zou de auteur in feite genoeg hebben gezegd om de lezer te informeren, maar dan volgt in de laatste alinea's van het artikel het volgende:

“Lefatshe Security Services directors include the CEO, Noedine Isaacs-Mpulo joined Lefatsche from the State Information Technology Agency (Sita) in late 2007, also taking up a 29 percent share in the business.

Isaacs-Mpulo and Waja are also directors of the Gauteng government-owned Blue IQ, set up to manage project like the Innovation Hub, Gautrain, the Gauteng Automotive Cluster and the O R Tambo International Airport Industrial Development Zone.

Waja is also a director of the Public Investment Corporation Ltd (PIC) owned by the national government, which manages assets valued last year at R768.8 billion for the public sector entities like pension, provident, social security or guardian funds, and of three other businesses partly owned by the stat through Blue IQ or the PIC.

Asked about possible conflict of interests, Bapela (IEC) said: “The Electoral Commission deals with properly registered businesses and was satisfied with Lefatshe Technologies.””⁵³

Ondanks dat het dus eerder in het artikel al werd genoemd laat het de krant nog niet helemaal niet los en gaat zij er nog eens op in om, zo het lijkt, haar wantrouwen uit te spreken over de zaak. In *The Star* zijn meer van dit soort voorbeelden aan te wijzen.

3.3.2.1 De zaak Zuma

Dat de krant impliciet een mening heeft over het nieuws lees je ook terug in de hoofdthema's van de krant. Zo opent ook *The Star* op woensdag met het gerucht dat de aanklachten tegen Jacob Zuma mogelijk worden ingetrokken. Al in de eerste zin op de voorpagina lees je de verontwaardiging van de krant:

“After eight years of investigation and court battles costing at least R100 million, moves are afoot to drop the charges against Jacob Zuma.”⁵⁴

⁵² Flanagan, Louise, Zip-zip, ching-ching, that's R25m more for IEC poll scanners, *The Star*, (ma. 23 maart 2009) pag. 3.

⁵³ Zie 52.

⁵⁴ Maughan, Karyn, Zuma charges 'to be dropped', *The Star*, (wo. 18 maart 2009) voorpagina.

De zaak waar jarenlang door heel veel mensen aan is gewerkt en wat ontzettend veel geld heeft gekost blijkt ineens toch geen stand te kunnen houden. *The Star* komt als enige van de kranten met een schema waarin een overzicht wordt gegeven van de belangrijkste data die de zaak kenmerken. De krant lijkt hiermee de omvang van de zaak te willen benadrukken.

Donderdags 19 maart publiceert *The Star* een heel groot opinieartikel van voormalig ANC-lid Andrew Feinstein. Hij beweert dat het voor niemand goed is als het NPA de zaak tegen Zuma laat vallen, zelfs niet voor Zuma zelf:

"I was shocked to read that the NPA is seriously considering dropping corruption and fraud charges against Jacob Zuma. To protect the country's about-to-be president in this way would be an unmitigated disaster for South Africa and our nascent democracy – as well as for the ANC and Zuma himself. (...) It would, in a stroke, undermine the very foundation of our democracy: that all are equal before the law. (...) Given all this, it is obvious why prosecutors have continued to pursue Zuma, who has publicly appeared to welcome the opportunity to answer his critics in court and protested loudly that justice delayed is justice denied. Behind the scenes, however, his lawyers have used every trick in the book to delay Zuma's appearance in court – if not to prevent it from taking place altogether. They have launched countless actions attempting to ensure that a trial either never happens or occurs only after Zuma has been elected president. (...) It is in no one's interest, not even Zuma's, for the charges to be dropped."⁵⁵

Uit de berichtgeving rondom de zaak blijkt duidelijk dat het de krant nog niet eens zo veel uitmaakt of Zuma ook daadwerkelijk veroordeeld wordt, maar dat de geloofwaardigheid van de democratie op het spel staat. In dat opzicht kiest *The Star* hetzelfde frame als de *Business Day*. Deze laatste legt echter veel meer nadruk op de geloofwaardigheid van het NPA. Een ander opvallend verschil is de hoeveelheid berichtgeving over dit onderwerp. Hoewel het bij beide kranten is aan te wijzen als hoofdthema in deze week, is de berichtgeving in de *Business Day* een stuk uitgebreider. Dit duidt op de versnippering in *The Star*, die veel minder keuzes maakt, waardoor er veel meer thema's zijn aan te wijzen. Voor elk afzonderlijk thema is dan weer minder ruimte.

3.3.2.2 Gezondheidszorg

Zoals eerder al genoemd, schenkt deze krant van de vier de meeste aandacht aan sociaal maatschappelijke onderwerpen. Ten overstaande van deze thema's neemt *The Star* een hele kritische houding aan. Een van deze sociale thema's is gezondheidszorg en dan voornamelijk HIV/aids. Het frame van waaruit de krant schrijft toont duidelijk dat het huidige zorgstelsel niet deugt, maar dat er ook nog niet echt een goede oplossing is

⁵⁵ Feinstein, Andrew, How to make a mockery of the law, *The Star*, (do. 19 maart 2009) pag. 17.

gevonden. De krant staat sceptisch tegenover het systeem van de Zuid-Afrikaanse gezondheidszorg en verwerkt deze kritiek ook in de berichtgeving:

“Health issues feature prominently in all political parties’ election manifestos – an indication that our sickly public health system is a great concern to voters. (...) The ANC now promises to implement it (National Health Insurance) within five years. Even Finance Minister Trevor Manuel has expressed doubt about whether this is possible, given the economic climate. (...) -massive undertakings that are very far from being achieved. (...) However, while the DA sets its hopes on the private sector co-operation to cure our health system ills, recent research by the non-profit organization Oxfam shows that privatized health care can actually result in lower standards and higher costs.”⁵⁶

Een ander bericht wat in deze week de aandacht trekt gaat over betaald verlof voor medewerkers in de gezondheidszorg om campagne te voeren voor de regeringspartij:

“Despite the health crisis in the Free State, the provincial health department granted six months’ paid leave to 160 health workers to campaign for the ANC in the run-up to the elections. (...) The release of the health workers comes at a time when the province is facing severe financial constraints.”⁵⁷

Evenals het artikel over de zaak tegen Jacob Zuma begint ook dit artikel weer met een zin die erop gericht is verontwaardiging op te roepen bij de lezers. Dat komt voornamelijk door het eerste woord: ondanks. Dit geeft het verhaal een enorm kritische intonatie.

In het artikel: ‘Rocky road for Aids project’ schenkt de krant aandacht aan het groeiende aidsprobleem in Zuid-Afrika. Hierin is *The Star* vrij uniek. De krant is bang dat de problemen rond de gezondheidszorg niet genoeg onderkend worden en toont die zorgen in de keuze voor nieuws.

3.3.2.3 Politiek en religie

Dit laatste thema is een heel duidelijk voorbeeld van *The Star* die haar lezers zo breed mogelijk wil informeren. Ook de grote diversiteit van de achterban komt hierin tot uiting. Op woensdag 18 maart publiceert de krant: ‘Are Christians afraid of politics’, een opinieartikel waarin een pastor van de Rhemakerk heel helder uiteen zet waarom het niet erg is als een politiek leider de kerk gebruikt als platform voor politieke ideeën. Christenen hoeven niet bang te zijn, want God wil politieke betrokkenheid van zijn volk:

“Are Christians afraid of politics? One of my peers say they aren’t, except for a few who are if the politics involve Zuma! Well, I did not endorse Zuma and his party last Sunday but those Christians who

⁵⁶ Cullinan, Kerry, Aids strategies and compulsory medical scheme top agendas, *The Star*, (do. 19 maart 2009) pag. 6 (Where the parties stand on health).

⁵⁷ Bodibe, Khopotso, Health workers drop patients to campaign for ruling party, *The Star*, (wo. 18 maart 2009) pag. 6.

are terrified by Zuma and the prospect of his presidency, I can say to them without any fear of contradiction that the man is not a devil with two horns and a tail.”⁵⁸

In een analyse die op maandag verschijnt, komt juist het andere standpunt naar voren, namelijk wat het gevaar is van de overlapping tussen religie en politiek. Politieke leiders kunnen misbruik maken van religie, door zich voor te doen als afgezanten van God. Hoewel het artikel niet een heel duidelijk standpunt inneemt over de kwestie schenkt dit verhaal veel meer aandacht aan dit perspectief dan in het eerdere opinieartikel:

“The rise of the charismatic churches has been widely ascribed to persistent poverty and people’s sense of alienation from their governments. It’s also possible that politicians are playing the religious cards to paper over the cracks of creaking service delivery and assuage citizens’ anger over delays.(...) The message is clear.

Those who are not for the party, could risk being branded as disrespectful of the Messiah.”⁵⁹

Het gevaar schuilt hem volgens dit artikel daarin, dat de kerken een invloedrijke positie hebben binnen de Zuid-Afrikaanse samenleving en dat veel mensen zich laten leiden door wat er in de kerk wordt gezegd:

“The truth is, churches are among the most credible institutions in the country, three consecutive Reconciliation Barometer surveys by the Institute for Justice and Reconciliation have found.”⁶⁰

De twee totaal verschillende standpunten kenmerken *The Star*, die aan de ene kant een versnipperde indruk maakt, maar aan de andere kant wel al het mogelijke doet om haar lezers zo breed mogelijk te oriënteren.

3.4 Beeld

3.4.1 Algemene informatie

Beeld (R4,90) in de grootste Afrikaanstalige krant in Zuid-Afrika. De krant is van dezelfde uitgeverij als de *Daily Sun* (Media24) en verschijnt in een groot aantal provincies. Ook *Beeld* heeft een dagelijkse bijlage, met bedrijven, beurs en economisch nieuws: *Sake-Beeld*.

De doelgroep van de krant bestaat voornamelijk uit blanke lezers. Dit komt voornamelijk door de taal en geschiedenis van de krant. De christelijke basis blijkt in deze week voornamelijk uit de berichtgeving rondom Zuma en de kerk, en de dagelijkse rubriek: ‘Goeie Nuus’ waarin Bijbelse overdenkingen zijn opgenomen.

⁵⁸ McCauley, Ray, Are Christians afraid of politics?, *The Star*, (wo. 18 maart 2009) pag. 10 (opinion&analysis).

⁵⁹ Terreblanche, Christelle, Give us this day... 22 april, *The Star*, (ma. 23 maart 2009) pag. 13 (Inside).

⁶⁰ Zie 59.

Na de oprichting in 1974 onderhield de krant nauwe banden met de Nationale Partij (NP). Tim du Plessis is politiek redacteur van *Beeld* en zegt dat de krant na de apartheid niet meer gebonden is aan een politieke partij en dat er dus geen politieke voorkeur meer in de berichtgeving te bespeuren is. Daarmee, zegt Du Plessis, is de geloofwaardigheid van de krant gegroeid.⁶¹ In de praktijk merk je echter goed dat de krant erg kritisch staat tegenover het ANC. Opvallend in vergelijking met de andere kranten is de weinige of negatieve aandacht die de regeringspartij krijgt in de berichtgeving:

“Die enigste manier om dit te doen, is om te gaan stem – vir watter opposisieparty ook al – sodat die gesamelike opposisie groter en die ANC kleiner kan word.”⁶²

3.4.2 Persoonlijk

Beeld is een krant waarin het voornamelijk over mensen gaat. Human interest is dan ook een belangrijk agendapunt. Persoonlijk drama staat centraal. Ook hieruit blijkt de doelgroep, want deze berichten gaan enkel over blanken. Op woensdag 18 maart opent de krant met: ‘Oom het my seergemaak’, een verhaal over misbruik op een kleuterschool en op dinsdag 24 maart gaat het hoofdverhaal over een man die in zijn huis is doodgeschoten: ‘Hy gaan nooit sy eerste kleinkind sien’.

De keuze van nieuws lijkt op het eerste gezicht erg overeen te komen met de berichtgeving in de *Daily Sun*, want hierin staan verhalen over mensen ook centraal. Er is echter een heel groot verschil tussen de beide kranten. De *Daily Sun* focust meer op de sensationele kant van de drama’s, er is veel aandacht voor de bizarre feiten of gruwelijkheden. De koppen zijn voornamelijk gericht op het opwekken van nieuwsgierigheid spanning. Het nieuws in *Beeld* richt zich op andere aspecten van het drama. Niet de gruwelijke details, maar de gevolgen van het drama voor de slachtoffers van een gebeurtenis bepalen het frame. Welke impact heeft de gebeurtenis op de familie en maatschappij? Wat moet er nu gebeuren of veranderen?

Doordat *Beeld* zoveel nadruk legt op persoonlijk nieuws, speelt het politieke nieuws een minder belangrijke rol dan in de *Business Day* en *The Star*. Bovendien ligt de focus op ander soort nieuws. Kenmerkend aan de politieke agenda in *Beeld* is dat de hoofdthema’s totaal niet overeenkomen met de belangrijkste onderwerpen in de andere kranten.

Het ANC, krijgt als grootste agenda-setter van politiek nieuws, in *Beeld* relatief gezien het minste ruimte. Het nieuws over de aanklachten tegen Jacob Zuma, dat in de andere kranten

⁶¹ Coetzee, M. (2000) *Nuuskartering van Nederland deur Beeld en van Suid-Afrika deur Trouw*, (Potchefstroom)

⁶² Jackson, Neels, Dis belangrik: Gaan stem, *Beeld*, (wo. 18 maart 2009) pag. 12 (kommentaar&ontleding).

erg hoog op de agenda staat, speelt slechts een hele kleine rol in de berichtgeving van *Beeld*. Waar zowel de *Business Day* en *The Star* woensdag groot openen met een bericht over de zaak, zwijgt *Beeld* erover. Op donderdag 19 maart worden de geruchten ontkend en dit is wel in *Beeld* te lezen, maar in een kort éénkoloms bericht op de tweede pagina: 'NVG ontken gerugte dat hy Zuma nie gaan vervolg'. Vervolgens verskijnt op maandag 23 maart regs onder het midden, op die vierde pagina een kort bericht:

"Die grootste enkele probleem wat nou staan tussen 'n besluit om met die vervolging van mnr. Jacob Zuma, ANC-president, voort te gaan of dit te staak is die moontlikheid dat vervolging "uiters ernstige openbare implikasies inhou". Só het *Beeld* die naweek van 'n bron verneem wat op die hoogte gehou word van die onderhandelings tussen die Zuma-kamp en die Nasionale Vervolgingsgesag (NVG)."⁶³

Verder is het opvallend dat het frame rond die berichtgeving over het ANC vrij negatief is. Die nadruk ligt op die omstreden acties van die partij. Op die manier krijg je als lezer van die krant een redelik negatief beeld van die regeringspartij. Het vertrouwen in die overheid is klein en dit kan tot gevolg hebben dat die berichtgeving over politiek geen belangrike rol speelt in die krant. Er is een groot aantal voorbeelden van berichten waarin het wantrouwen in het ANC tot uitdrukking komt:

"Cope gaan die openbare beskermmer (OB) vra om ondersoek in te stel na die R1 miljoen wat maandeliks uit staatskoffers aan mnr. Jacob Zuma, ANC-leider, se beskerming bestee word. (...) Nóg 'n kwessie wat sy (Mvume Dandala) party se bloedruk opstoot, is bewerings dat die ANC kospakkies uitdeel om stemme te koop."⁶⁴

"(Jack Bloom, DA in Gauteng:) "Die ergste voorbeeld van baantjies vir boeties was die aanstelling van die uitvoerende hoof van die Oos-Londen-hospitaalkompleks."

"Hy is 'n voormalige ANC-raadslid met 'n meestergraad in politiek met geen agtergrond om so 'n gekompliseerde kompleks te bestuur nie."⁶⁵

"Rustenburg se belastingbetalers moet R300 000 opdok vir die begrafnis van die ANC-raadslid wat Saterdagmiddag in sy motor langs sy huis in die stad doodgeskiet is."⁶⁶

"Cope se klagtes oor intimidasie deur die ANC word deur talle ander opposisiepartye beaam en veskeie klagtes teen die ANC is al by die Onafhanklike verkiesingskommissie aanhangig gemaak."⁶⁷

3.4.2.1 Zuma en die kerk

Dat *Beeld* een christelike krant is speelt ook een rol in die nuwssselectie. In die week kom dit veral tot uitdrukking in die berichtgeving rondom Zuma en die kerk

⁶³ De Bruin, Philip, Zuma: Staat kyk na nuwe feite, *Beeld*, (ma. 23 maart 2009) pag. 4.

⁶⁴ Isaacs, Abigail, Cope wil weet van Zuma se beskerming, *Beeld*, (wo. 18 maart 2009) pag. 5.

⁶⁵ Pienaar, Antoinette, 'Hierdie bestuurders moet uit hospitale', *Beeld*, (wo. 18 maart 2009) pag. 6.

⁶⁶ De Beer, Linda, *Raad* besluit op R300 000 vir lid se begrafnis, *Beeld*, (do. 19 maart 2009) pag. 2.

⁶⁷ Lamprecht, Deon, *Cope* begin webtuiste vir verhale oor ANC-intimidasie, *Beeld*, (ma. 23 maart 2009) pag. 4.

Presidentskandidaat Jacob Zuma besoek in aanloop naar die verkiesings verskillende religieuse byeenkomsten. So besoek hy die Rhema-kerk en woon hy een konferensie van belangrike kerkleiers by. In *Beeld* kry die aksies van Zuma een stuk meer aandag as in die ander krante. Die raam by die verslag is nie moeilik te ontdek. Alle artikels word geskryf vanuit die perspektief dat die uitsprake wat Jacob Zuma doen nie verantwoord is. Dit word veral duidelik aan die plaas van een artikel oor een verkiesingsbesoek op die voorblad van die krant. Dit dui op verantwoordings:

“God is aan die ANC se kant. Dit was gister die ondubbelsinnige boodskap van mnr. Jacob Zuma. ANC-leier, op ’n ontmoeting met plaaslike kerkleiers en aan duisende ondersteuners hier tydens ’n verkiesingsbesoek aan die provinsie.

“Wie op dees aarde kan teen ons wees as God aan ons kant is?” het hy aan ’n byeenkoms van sowat 100 kerklikes gesê.”⁶⁸

Verderop in die artikel benadruk die skrywer dan ook dat daar by die byeenkoms geen afgevaardigdes van die Afrikaanse kerke verteenwoordig was. Hiermee maak die krant duidelik dat hulle heeltemal nie herken in die uitsprake van die toekomstige president.

“Verteenwoordigers van die Suid-Afrikaanse Raad van Kerke (SARK), die Rooms-Katolieke Kerk en die South African Ministeries Fraternity was daar.

Geen vastgestelde koning, was niemand van die drie Afrikaanse susterkerke teenwoordig nie.”⁶⁹

3.4.2.2 Vryheidsparkmonument in Pretoria

Die vryheidsparkmonument in Pretoria moet ’n monument word wat leiers van oor die hele wêreld word geëer om hulle stryd vir vryheid. Op woensdag 18 maart 2009 word die name bekend gemaak wat op die leiersgalerie sal verskyn. In *Beeld* van donderdag 19 maart verskyn hier ’n verslag oor. Opvallend is dat hierdie onderwerp in *Beeld* heel nadruklik aan die orde kom, terwyl dit in die ander krante heeltemal geen aandag kry.

“Meer as die helfte van die Suid-Afrikaners wat se name die Vryheidspark-stichting gister as deel van sy beplande leiersgalerie bekend gemaak het, het ANC-bande. Tog het die stigting gister met die bekendmaking van die name opnuut ontken dat ’n ANC-monument. (...) Die Vryheidspark-stichting is in die verlede gereeld daarvan beskuldig dat hy nie erkenning aan sekere bevolkingsgroepe se geskiedenis gee en nie ’n inklusiewe benadering het nie. Dit is ook al in sommige kringe as ’n ANC-monument bestempel.”⁷⁰

⁶⁸ Du Toit, Pieter, God is aan die ANC se kant sê Zuma, *Beeld*, (do. 19 maart 2009) voorblad.

⁶⁹ Sien 68.

⁷⁰ Claassen, Cobus, Vereendes: 50%+ het ANC-bande, *Beeld*, (do. 19 maart 2009) pag. 12.

De krant schrijft ook in dit thema duidelijk vanuit de blanke gemeenschap. Wederom scheppen de artikelen een negatief beeld van het ANC. Een beeld waarin het ANC goed is voor zichzelf en zijn achterban, maar waarin alle andere minderheden geen enkele rol spelen. De krant slaagt er goed in een frame te scheppen van de blanke gemeenschap als 'slachtoffer' van het systeem. Redacteur van *Beeld*, Tim du Plessis, schrijft op vrijdag een steenhard betoog over het Vryheidspark in Pretoria, waarin deze visie van de krant expliciet opgeschreven is:

"Weinig in die minderheidsgemeenskappe sal identifiseer met die lys van "internasionale helde". Behalwe miskien met Ché Guevara – oor daai lekker T-hemde wat ons in die 70's gedra het met sy gesig met die baard en die beret. Behalwe Ché is daar nie een wit mens nie. (...) Die lys van Suid-Afrikaanse "helde" is 'n nog treuriger saak. Agt uit die 14 is ANC-figure – nege as jy Helen Joseph inreken. (...) Presies dit wat die groter ideaal agter die Vryheidspark was: inklusiwiteit en respek vir mekaar se geskiedenis. 'n Plek waar Suid-Afrikaners vir mekaar sê: Jou held is dalk nie my held nie, maar ek eerbiedig jou bewondering vir jou held. Doen jy dieselfde vir my. (...) Nou weet ek dis presies wat dit is: die ANC se temapark; die "Disneyland" van sy verlede."⁷¹

In zowel de berichtgeving over Jacob Zuma en de kerk als het vryheidsparkmonument merk je grote onvrede over de huidige, politieke situatie. Er blijkt echter ook onmacht om de situatie te veranderen uit de artikelen. De krant maakt daardoor een cynische, pessimistische indruk.

3.5 Daily Sun

3.5.1 Algemene informatie

Zuid-Afrika's meest succesvolle jonge krant is de *Daily Sun*. De tabloid is opgericht in 2002 en werd direct een succes. De voornaamste redenen van het succes zijn de laagdrempeligheid en de doelgroep waar de krant zich op richt. De *Daily Sun* is een krant met human interest verhalen over gewone mensen voor gewone mensen. Voor de afschaffing van de apartheid in 1994 was een enorm deel van de zwarte bevolking helemaal niet geïnteresseerd in de maatschappij omdat zij er geen deel van uitmaakte.⁷² Dit veranderde na de afschaffing van de apartheid. Toen werd er opeens van iedereen verwacht dat zij meedachten en meebeslisten over de samenleving en wie het land regeert. De *Daily Sun* richt zich op deze groep zwarte arbeiders en dat is terug te zien in de cijfers,

⁷¹ Du Plessis, Tim, 'n Temapark vir die ANC, *Beeld*, (vrij. 20 maart 2009) pag. 14 (kommentaar&ontleding).

⁷² Jones, Nicola, Vanderhaeghen, Yves en Viney, Dee, *The rise of the Daily Sun and its contribution to the creation of post-apartheid identity*, in: *Power, politics and identity in South African media*, (red. Adrian Hadland e.a.; Cape Town: HSRC Press) pag. 167-183, naar Harrison (2005: 2).

want 95 procent van de lezers is zwart. De krant wil bijdragen aan de ontwikkeling van haar doelgroep, waarvan het grootste gedeelte nog in townships woont, maar die zich de afgelopen jaren al erg ontwikkeld heeft. De gemiddelde lonen zijn gestegen, er heerst een positief toekomstbeeld en de doelgroep zegt gelukkig te zijn met zijn leven.⁷³ Dat de krant wil bijdragen aan de ontwikkeling is goed te zien aan de pagina's *Health*, waarop hele basale informatie staat over hygiëne en gezond leven en aan de ingezonden brieven op de laatste pagina. Dagelijks looft de krant een beloning van R100 uit aan de, volgens de redactie, beste inzending. Op die manier worden de lezers gestimuleerd betrokken te zijn en hun mening te tonen over de maatschappij en politiek.

De laagdrempeligheid zit hem vooral in de lage prijs (R2) en het gemakkelijke taalgebruik. De berichten zijn kort en helder, zonder veel ingewikkelde woorden of constructies. Van de vier kranten uit dit onderzoek is de *Daily Sun* de enige op tabloidformaat. Het nieuws in de krant is sensationeel en provocerend. Regelmatig laat de krant foto's zien van overledenen en de koppen zijn groot en schreeuwerig. Criminaliteit, dood, liefde en seks zijn de belangrijkste agendapunten en in de indeling krijgen deze thema's dan ook duidelijk voorrang op politiek nieuws.

Hoewel politiek nieuws een minder belangrijke rol speelt op de agenda en het nieuws in de krant voornamelijk klein nieuws over gewone mensen bevat, kun je de *Daily Sun* niet uitsluiten in een onderzoek naar politieke verslaggeving. De krant heeft een enorme invloed op de Zuid-Afrikaanse media en de bevolking. Zo is met de komst van *Daily Sun* de geletterdheid in het land gestegen en dat heeft tot resultaat dat miljoenen mensen mee kunnen doen in de jonge democratie. Van maart tot september 2005 had de *Daily Sun* een dagelijks lezersaantal van 3 444 000.⁷⁴

3.5.2 Nieuwsgierigheid en sensatie

Op de voorpagina van de *Daily Sun* vind je zelden politiek nieuws. De openingsverhalen gaan meestal over moord of persoonlijk onrecht. De slagzin van de krant; *Make noise!* Wordt versterkt door de grote, schreeuwerige koppen en controversiële foto's die het gezicht van de krant bepalen. De *Daily Sun* is herkenbaar. Zij valt op. Dit komt mede door de vlakken waarmee de krant werkt op de voorpagina. De artikelen worden van elkaar

⁷³ Du Plessis, Deon, regular reader profile, 5 februari 2009: www.dailysun.co.za, (na dit bezoek is de website offline gegaan. Wanneer je de site nu bezoek staat er: Under Construction).

⁷⁴ Jones, Nicola, Vanderhaeghen, Yves en Viney, Dee, *The rise of the Daily Sun and its contribution to the creation of post-apartheid identity*, in: *Power, politics and identity in South African media*, (red. Adrian Hadland e.a.; Cape Town: HSRC Press) pag. 167-183 naar: South African Advertising Research Foundation en Harber (2005: 1).

gescheiden door ze dik te omlijnen en de achtergrond anders te kleuren. Zo is de titel van de krant op een rode achtergrond gedrukt en is het hoofdartikel in een zwart vlak gedrukt.

De koppen wekken een bepaald gevoel van nieuwsgierigheid op. Je ziet dan ook vaak dat het hoofdartikel niet op de voorpagina staat, maar pas op pagina 2, zodat je de krant open moet slaan voordat je kunt zien wat er met de kop bedoeld wordt. Soms echter zegt de foto voldoende. Zoals bij het artikel 'UPSIDE DOWN AND DEAD' waar de krant op vrijdag 20 maart mee opent. Op de foto zie je een dode man ondersteboven hangen. De krant schuwt dit soort beelden niet. In deze week staan er foto's van doden op vier van de vijf kranten.

Politieke verslaggeving wijkt uit naar achteren, omdat human interest nieuws voorrang krijgt. Bovendien krijgt het een stuk minder ruimte. De artikelen zijn ook een stuk ingetogener. De koppen zijn kleiner en je ziet dat veel van de artikelen met wat kleine aanpassingen zijn overgenomen van het South African Press Association (SAPA). In het politieke nieuws neemt de krant geen standpunten in, maar ze doet ook weinig moeite om de lezer goed in te lichten. Zo ontbreekt er veel nieuws dat in andere kranten wel verschijnt en biedt de krant de lezer nauwelijks oriëntatie. Opiniestukken en analyses ontbreken. In een enkel politiek bericht komt de DA aan het woord, maar in dit bericht reageert zij op een standpunt van het ANC. De lezer heeft dus nog geen enkele idee wat de andere partijen belangrijke onderwerpen vinden en wat hun plannen zijn met het land.

Politieke agendapunten zijn dan ook niet aan te wijzen in de *Daily Sun*. De politieke berichten die in de krant aan de orde komen hebben een algemeen karakter. Het is dat nieuws dat in alle vier de kranten wel enige aandacht krijgt. Bovendien verschijnt er over elk van de onderwerpen slechts een enkel bericht. In deze week waren die berichten de verkiezingspeilingen, de nominatie van Winnie Madikizela-Mandela op de verkiezingslijst van het ANC, de postzegel voor Motlanthe en het nieuws over de mogelijke intrekking van de aanklachten tegen Jacob Zuma.

Een heel apart en uitzonderlijk onderdeel in de *Daily Sun* is de wekelijkse strip die het ANC in de krant publiceert in aanloop naar de verkiezingen. In de *Business Day* werd daar het volgende over gezegd:

"Meanwhile, the ANC launched a weekly comic series yesterday that would appear in the Daily Sun every Tuesday until the elections.

“The comic series is the latest in a number of platforms that portray the lives of ordinary South Africans, It will look at what has been achieved since the dawn of the democracy, but also what still needs to be done, and the challenges that people face,” ANC spokeswoman Jesse Duarte said.”⁷⁵

Dat deze strip juist in de *Daily Sun* verschijnt, is natuurlijk geen toeval. Buiten dat de krant het grootste bereik heeft van alle kranten en door miljoenen mensen gelezen wordt, ligt in de strip, zoals de *Business Day* al schrijft, de nadruk op de gewone Zuid-Afrikanen. De zwarte arbeider, ofwel de doelgroep van de *Daily Sun*.

Doordat de krant geen kritische blik heeft naar de overheid, noch de verschillende standpunten van (oppositie)partijen weergeeft, zijn de ingezonden brieven noemenswaardig. Hierin hebben de lezers een stuk kritischer oog. Komt de regeringspartij in de berichtgeving voornamelijk positief uit de verf, in de brieven heeft zij het een stuk zwaarder te verduren. Zo staan veertien van de 53 ingezonden brieven kritisch tegenover het ANC, tegenover zes brieven die zich positief uitlaten over de regeringspartij of het beleid. De overige brieven hebben geen betrekking op politieke onderwerpen.

⁷⁵ Musgrave, Amy, ANC leads poll while voters dither, says HSRC, *Business Day*, (wo. 18 maart 2009) pag. 3.

Hoofdstuk 4

Huidskleur, stemgedrag en media

4.1 Inleiding

De Zuid-Afrikaanse bevolking is een mengelmoes aan culturen die voornamelijk door huidskleur en taal van elkaar te onderscheiden zijn. Bij de volkstelling van 2001 was 79 procent van de bevolking zwart, 9.6 procent blank, 8.9 procent gekleurd en 2.5 procent Indisch of Aziatisch⁷⁶. Deze rassenverdeling speelt nog altijd een belangrijke rol in het stemgedrag van de Zuid-Afrikaanse bevolking. In dit hoofdstuk een analyse van hoe je dit terugziet in de verschillende kranten.

4.2 Wat de kranten niet zeggen

Het is opvallend hoe weinig de kranten ingaan op de gevolgen van de apartheid. De jonge democratie van Zuid-Afrika ondervindt nog altijd veel gevolgen van dit verleden, maar de kranten spreken hier nauwelijks over. In een aantal artikelen wordt de apartheid zijdelings genoemd:

If, 10 years ago, South African politicians were satisfied to blame everything on apartheid, 15 years into democracy South African politicians appear satisfied merely to blame everything on the ANC.⁷⁷

“Lekota also said not everything under apartheid has been bad. It had been wrong to cross a red traffic light, to murder and to rape under apartheid, and it was still wrong.”⁷⁸

Sinds 1994 heeft het ANC steeds met een ruime meerderheid de verkiezingen gewonnen. Ondanks veel negatieve berichtgeving over corruptie en de benoeming van omstreden personen, is de aanhang van de partij in de afgelopen jaren nauwelijks gedaald. Er heerst onder een bepaalde bevolkingsgroep nog erg veel sympathie voor de partij. Daarin speelt het verleden van de partij als vrijheidsbeweging een erg belangrijke rol. Opvallend is dat de partij hierop inspeelt door er zelf de nadruk op te leggen:

(...) Anglican Archbishop Njongonkulu Ndungane dismissed parties' religious campaigning as political expediency and not based on anything “deeper” or noble, such as a resurgence of the anti-apartheid

⁷⁶ Stats SA Library Cataloguing-in-Publication (CIP) Data, Census 2001: Primary tables South Africa: Census '96 and 2001 compared / Statistics South Africa. (Pretoria: Statistics South Africa, 2004), (<http://www.statssa.gov.za/census01/HTML/RSAPrimary.pdf> vrij. 1 mei 2009), pag. 18-19.

⁷⁷ Maluleke, Tinyiko Sam, Survival is the first priority in the lion's den of SA politics, *Business Day*, vrij. 20 maart 2009, pag.10 (opinion&analysis).

⁷⁸ Du Plessis, Carien, *Weeds dominate the plants in ruling party, says Lekota*, *The Star*, do. 19 maart 2009, pag. 13.

struggle's liberation theology. "I think it is just plain politicking because politicians have their own strategies and they would campaign in areas where they think they can capture easy votes," Ndungane said. "We've seen politicians from (National Party leaders) PW Botha and BJ Vorster to (former ANC president) Thabo Mbeki going to the Easter gatherings (of the ZCC) at Moria trying to woo the votes of the religious communities. And I think what Zuma did by going to Rhema was just being seen among the flock, (thinking) this would capture those people."⁷⁹

Hoewel de kranten wel noemen dat de verschillen invloed hebben op het stemgedrag, ontstaat er geen bredere discussie over. Er lijkt een taboe te bestaan rondom het onderwerp wat de kranten ervan weerhoudt om in opiniestukken en analyses dieper in te gaan op de oorzaak van de politieke situatie in het land, zoals die vandaag de dag is.

4.3 ANC leidt de peilingen

Dat de rassenverdeling nog steeds een rol speelt blijkt duidelijk uit de peilingen die drie kranten op woensdag 18 maart publiceren. Hoewel het slechts om een tussentijdse peiling gaat en er nog van alles kan gebeuren, geven deze percentages toch een goede indicatie van het stemgedrag van Zuid-Afrikanen. Uit *The star* blijkt direct dat dit nog erg rasgebonden is:

"The survey was conducted among a nationally representative sample of 6 613 South Africans comprising 58 percent female and 42 male participants – 60 percent blacks, 17 percent coloureds, 11 percent Indians/Asians and 13 percent whites. (...) Blacks remained the core constituency for the ANC with 58 percent saying they would vote for the ruling party.

The DA had it's support base among whites (39 percent), couloureds (21 percent) and Indians/Asians (8 percent).

Support for Cope was evenly spread across the race groups.

The ID had it's strongest support among coloureds (5 percent), and the IFP among blacks (2 percent)."⁸⁰

De verdeling tussen de verschillende partijen is vooral een verdeling op huidskleur. Zo heeft het ANC een grote aanhang onder zwarte kiezers, de DA onder blanken en de ID onder gekleurden. De scheiding is zo strikt, dat het inderdaad, zoals *The Star* in het artikel ook vermeldt, van belang is te weten hoe de rasverdeling was onder de ondervraagden. De percentages zouden namelijk heel anders liggen wanneer het onderzoek werd gehouden onder alleen blanke kiezers.

De leider van een partij bepaalt voor een groot deel van welke bevolkingsgroep de partij de meeste support kan verwachten. Zo is Jacob Zuma, de leider van het ANC een zwarte man.

⁷⁹ Terreblanche, Christelle, *Give us this day...April 22, The Star*, ma. 23 maart 2009, pag.13 (inside)

⁸⁰ SAPA, ANC still the most popular party – HSRC, *The Star*, (wo. 18 maart 2009), pag. 6.

Ook Mangosuthu Buthelezi, de zwarte leider van de IFP, behaalt zijn stemmen onder de zwarte bevolking. Helen Zille, van de DA is een blanke vrouw en Patricia de Lille, de gekleurde leider van het ID heeft het merendeel van haar kiezers uit die bevolkingsgroep. De *Daily Sun* schrijft in het artikel over de peilingen ook duidelijk over de rol die ras nog steeds speelt:

“Political parties still seem to be segregated along racial lines, except for Cope, which has a balanced representation.”⁸¹

De berichten in *The Star* en de *Daily Sun* komen erg overeen. Beide berichten geven een overzicht van de verwachtingen voor de verkiezingen en hoe de stemmen zijn verdeeld. Niet alleen ras speelt een rol, maar ook opleidingsniveau en geslacht is van belang. Ook hiertussen zijn verschillen te merken. Met een totaal ander bericht komt de *Business Day*. Ook hierin is weergegeven hoeveel stemmen de verschillende partijen kunnen verwachten, alleen dat huidskleur een rol speelt in dit stemgedrag wordt buiten beschouwing gelaten. Dit is vreemd omdat dat juist de voornaamste reden is dat de verschillen tussen de partijen zo groot zijn. In de zakenkrant ligt het accent op de verschillen in stemgedrag door opleidingsniveau

Een ander groot verschil tussen de berichten is het frame dat door de kranten toegepast wordt. Omdat drie van de vier kranten met hetzelfde nieuws komen is hier een heel duidelijk verschil in te ontdekken. De berichten in *The Star* en de *Daily Sun* laten vooral zien dat het ANC nog steeds de meest populaire partij is. In deze berichten wordt uitgegaan van het ANC als (wederom) grote overwinnaar. De peilingen zijn dan ook niet heel erg verassend volgens de kranten. De *Business Day* schrijft echter vanuit een totaal ander perspectief. In dit bericht komt juist aan de orde hoezeer deze verkiezingen voor het eerst sinds 1994 weer echt spannend zijn. Dat het ANC juist niet zo zeker meer is van de positie die ze al bijna vijftien jaar inneemt. De peilingen zijn dus zeker wel nieuws. Er zit dan ook een heel groot verschil in intonatie bij de eerste zinnen van de verschillende artikelen. Zo luiden de eerste zinnen in *The Star* en de *Daily Sun* vrijwel hetzelfde:

“The ANC remains the most popular party among voters, with 47 percent support, according to the latest Human Sciences Research Council (HSRC) survey published yesterday.”⁸²

“The ANC remains the most popular party among voters, with 47% support, according to the latest Human Sciences Research Council survey.”⁸³

⁸¹ SAPA, ANC still popular, *Daily Sun*, (wo. 18 maart 2009), pag. 4.

⁸² Zie 80

De *Business Day* twijfelt een stuk meer aan de grote verkiezingsoverwinning:

“Although the African National Congress (ANC) continues to garner the most support for the upcoming elections, a survey by the Human Sciences Research Council (HSRC) puts the ruling party’s support at 47%.”⁸⁴

Door het bericht te beginnen met het woord ‘hoewel’, nuanceert de krant de enorme meerderheid waarmee het ANC uit de peilingen is gekomen. Er is een verschil met voorafgaande jaren. De aanhang lijkt zwaar te zijn gedaald naar 47 procent.

4.4 Beeld roept op tot actie

Hoewel *Beeld* helemaal niets publiceert over de peilingen staat er woensdag wel een groot opinieartikel op de twaalfde pagina. In dit artikel worden de lezers opgeroepen om te gaan stemmen. Want volgens de redacteur is dat de enige manier om ervoor te zorgen dat het percentage steun voor het ANC kleiner wordt. Waarom andere partijen de aanhang van het ANC niet weten te verkleinen blijft echter achterwege, hoewel wederom wel weer duidelijk wordt dat kiezers nog steeds erg rasgebonden hun stem uitbrengen:

“In 2004 se algemene verkiesing was daar weer ’n nuwe gesig op die stembrief: die van Patricia de Lille ’mat haar Onafhanklike Demokrate. Hier was ’n leier wat nie wit was nie, maar Afrikaanssprekend en wat nie bang was om die ANC aan te vat nie.

Sou sy die nuwe alternatief bring waarop baie opposisiekesers gewag het?

Dit lyk my of die tyd geleer het dat dit nie die geval was nie. Die OD het De Lille gebly sonder dat daar ander sterk leiers na vore getree het wat die party tot ’n behoorlike alternatief kon laat groei.

Intussen was die DA nog altyd daar. Onder Tony Leon het die party sterk gegroei – maar hoofsaaklik onder wit kiesers.

Die ANC het teselfdertyd ook gegroei. Die DA kon nog nooit ANC-steun wegroekel en die regkry om daardeur soos ’n alternatiewe regering te lyk nie.

Maar vanjaar se verkiesing het sy eie nuweling Cope. Dit lyk na ’n baie meer betekenisvolle wegbreek van de ANC as wat destyds met Holomisa die geval was. Hoe betekenisvol dit gaan wees, sal ons moet sien.

En die maatstaf daarvoor gaan nie wees hoeveel steun Cope kan monster of hoeveel steun hy van ander opposisiepartye kan wegtrek nie, maar hoeveel steun hulle van de ANC kan wegroekel.”⁸⁵

Uit dit artikel wordt opnieuw duidelijk dat *Beeld* een krant is die verzet wil bieden tegen de huidige ANC- regering. Waar dat in veel van de berichten impliciet gebeurt, is dit een duidelijk voorbeeld van een artikel waarin de krant haar lezers expliciet oproept om actie te ondernemen: ‘Dis belangrik: Gaan stem’. Er zijn in alle kranten wel artikelen aan te wijzen

⁸³ Zie 81

⁸⁴ Musgrave, Amy, ANC leads poll while voters dither says HSRC, *Business Day*, (wo. 18 maart 2009), pag. 3

⁸⁵ Jackson, Neels, Dis belangrik: Gaan stem, *Beeld*, (wo. 18 maart 2009) pag. 12 (kommentaar&ontleding).

waarin een erg scherpe mening verwerkt zit. Bijvoorbeeld in het artikel: 'Working together we can do more' in *The Star* van vrijdag 20 maart, waarin een ANC-lid schrijft waarom het ANC de beste partij is. Het verschil zit hem echter daarin dat de auteur van het artikel in *Beeld* een redacteur van de krant zelf is. Bovendien hoor je zelden tot nooit tegengeluiden van mensen die er anders over denken. Dit artikel is een voorbeeld van de partijdigheid van de krant, hoewel deze zelf beweert onpartijdig te zijn.

4.5 Het belangenconflict tussen ANC en DA

Het feit dat stemgedrag in Zuid-Afrika voor een belangrijk deel nog steeds afhankelijk is van ras, werkt de oppositie flink tegen. De enige partij die daadwerkelijk voordeel behaalt aan dit stemgedrag is het ANC. Zij profiteert nog steeds van de goede reputatie die zij in het verleden heeft opgebouwd. De partij wordt nog steeds gezien als de bevrijder; het ANC heeft het verschrikkelijke regime van de apartheid weten te overwinnen. Wie kan er nu beter regeren dan die vrijheidsbeweging? Je ziet in de berichtgeving dan ook dat het ANC die reputatie probeert te behouden. Een duidelijk voorbeeld hiervan is de berichtgeving over de bezoeken van Jacob Zuma aan religieuze bijeenkomsten, waar zowel *The Star* als *Beeld* veel aandacht aan besteden. In de uitspraken die Zuma doet, zie je dat hij inspeelt op de naam die zijn partij heeft onder de bevolking:

"The ANC is an organization of traditional leaders. The very foundation of the ANC was a continuation of the battle against colonialism waged by the traditional leaders. So when we come here asking you to be with us, we do so because you are our fathers," Zuma said. (...) "We're not shy to say that everyone must vote for the organization as there is no formation that has a history as rich as that of the ANC," he said."⁸⁶

Volgens *Beeld* probeert de partijleider op een geslepen manier aan zijn stemmen te komen. Door zich steeds op een andere manier voor te doen, speelt hij in op het geweten van de kiezers. In een spotprent die de krant publiceert op vrijdag 20 maart maakt de krant dit extra duidelijk. Zuma staat in ANC-ondergoed voor zijn kledingkast die gevuld is met allerlei verschillende kostuums. Pastoorskledij, traditionele zulukleding en een net pak vullen de garderobe van de politiek leider. Zuma krabt zichzelf aan het hoofd en vraagt zich af: "Wie moet ik vandaag wees?"⁸⁷ De tekening laat zien dat de partijleider op een doortrapte manier zijn stappen uitdenkt, waarmee de krant zijn integriteit in twijfel trekt. Zo doet hij zich de ene dag voor als Zulu die zijn afkomst niet verloochent, de andere dag als nette, beschaafde burger en weer een andere dag een als religieus leider. Echter, ook hier wordt

⁸⁶ SAPA, ANC is a child of the church, says Zuma, *The Star*, (do. 19 maart 2009), pag.3.

⁸⁷ Spotprent, *Beeld*, (vrij. 20 maart 2009), pag.14 (kommentaar&ontleding)

geen rekening gehouden met de goede reputatie die het ANC heeft, waardoor zij op veel sympathie kan rekenen. Het ANC wordt slechts neergezet als een misleidende partij, die haar kiezers voor de gek houdt.

De strip in de *Daily Sun*, die het ANC in deze krant publiceert is een duidelijk voorbeeld van de pogingen die de partij onderneemt om bij de bevolking in te spelen op die gevoelens van respect en dankbaarheid. Door de strip juist in de *Daily Sun* te publiceren bereikt het ANC in één klap een enorm gedeelte van haar achterban. Door de nadruk te leggen op wat de regering de afgelopen vijftien jaar al heeft bereikt, kan de lezer al bijna niet anders meer dan op de partij stemmen, want wie geeft hen een reden om het niet te doen? De invloedrijke *Daily Sun* in ieder geval niet.

Ondertussen doen de kleine partijen er alles aan om de verschillende culturen in het land bij elkaar te brengen. Dit is voor hen de enige hoop op een succesvolle toekomst. De partijen vormen nu een kleine, krachtige oppositie, maar ze moeten alles op alles zetten om weerstand te bieden. Veel invloed hebben de partijen niet, want het ANC heeft een te grote meerderheid.

De nadruk ligt in de berichtgeving op de strijdhouding van de oppositiepartijen. Dit beeld scheppen zij grotendeels zelf door hier de aandacht op te vestigen. Vooral de DA werkt dit in de hand door bijvoorbeeld de partijposters waarop groot staat: 'STOP ZUMA'. Voor hen zou het beter uitpakken als het stemgedrag meer rasoverschrijdend zou zijn. Hierin ligt dan ook een verschil in campagnevoering tussen de DA en het ANC. De DA wil rasoverschrijdend zijn en probeert dit te bereiken door in de campagne de nadruk te leggen op het samen leven. Dit is ondermeer te zien aan de verkiezingsposters met de slagzin: 'ONE NATION, ONE FUTURE'. Met een opvallende actie op één van de campagnebijeenkomsten brengt de partij symbolisch de verschillende rassen bij elkaar in een dans:

"Meanwhile, warming up the crowd at the DA event are two breakdancers. Their pulsating presentation appears to offer a metaphor of sorts: two young coloured men, dressed in black, wearing white masks."⁸⁸

In de campagne van de DA ligt het accent op gelijkheid en de gezamenlijke toekomst van het land. Het ANC heeft minder baat bij deze overschrijding en legt de klemtoon juist op het verleden en op alles wat het ANC in het verleden al heeft bereikt. In de *Business Day* van

⁸⁸ Leon, Tony, Zille does the Mitchells Plain shuffle to lure key Cape votes, *Business Day*, (do. 19 maart 2009), pag.9 (opinion & Analysis).

woensdag staat een klein berichtje, dat deze tegenstelling tussen de partijen goed illustreert:

“Revenge is nigh for the Democratic Alliance (DA), which has been smarting for years over the way the African National Congress (ANC) managed to turn the DA’s ill-considered “Fight Back” campaign poster into a “Fight Blacks” stick that has been used to beat them with ever since.”⁸⁹

⁸⁹ Auteur onbekend, Filling in the blanks on the ANC’s election posters, Business Day (wo. 18 maart 2009), pag. 10 (TheInsider).

Hoofdstuk 5

Conclusies, de praktijk in context van de theorie

5.1 Inleiding

Dit onderzoek richtte zich op de berichtgeving van politiek nieuws in aanloop naar de verkiezingen. Drie theorieën waren hierin in het bijzonder van belang; De oriëntatiefunctie van de media, agenda-setting en newsframing. In dit hoofdstuk zal ik een conclusie trekken over de verschillende kranten en de berichtgeving.

5.2 Theoretische stelling

Kranten oriënteren hun lezers door aan bepaalde thema's meer of minder aandacht te besteden. Daardoor wordt een bepaalde nieuwsagenda gesteld. Doordat berichten en commentaren telkens op een bepaalde manier binnen de stijl en doelstellingen van een krant worden aangeboden ("geframed"), schept de krant telkens een ander beeld van de werkelijkheid.

De doelgroep speelt een belangrijke rol in de nieuwsselectie van kranten. Voor een deel bepaalt de lezer dus zelf op welke manier hij wordt georiënteerd. Dit gaat vaak onbewust. Zo kan het zijn dat lezers van *The Star* gezondheidszorg een belangrijke kwestie vinden, terwijl lezers van *Business Day* veel meer belang hechten aan de economische situatie van Zuid-Afrika. Wanneer dezelfde nieuwsfeiten in verschillende kranten verschijnen, kan dit tot gevolg hebben dat de frames van elkaar verschillen. Dit is voornamelijk terug te zien in de opbouw, invalshoek en woordkeus van een krant.

Doelgroep, levensovertuiging en wereldbeeld oefenen invloed uit op de manier waarop de oriëntatiefunctie van kranten tot uiting komt. Dit heeft directe gevolgen op de nieuwsselectie. Het is daarom ook niet vreemd dat berichtgeving in verschillende kranten erg uiteenloopt. Zo kan het voorkomen dat een gebeurtenis in één krant erg veel aandacht krijgt, terwijl het in de andere krant niet of nauwelijks aan de orde komt.

5.3 Oriëntatie door Business Day

De *Business Day* is als beschouwend oog aanwezig in de berichtgeving. Er wordt zoveel mogelijk afstand gehouden tussen wat de krant vindt en wat er gezegd wordt in artikelen. Uitspraken van aangehaalde personen staan vrijwel altijd tussen aanhalingstekens en

worden zelden in de tekst verwerkt. Op die manier maakt de krant expliciet duidelijk dat de uitspraak niet persé de mening van de krant is. Bij deze zakenkrant blijkt uit het frame dan ook niet altijd duidelijk welk standpunt zij inneemt, maar in principe doet dat er ook niet toe. In die zin zijn de frames een stuk neutraler dan die in andere kranten. De *Business Day* oriënteert haar lezers goed, door veelzijdige artikelen en verschillende standpunten goed weer te geven. Wanneer de krant besluit om een nieuwsbericht te publiceren, komt het direct goed op de agenda te staan. De belangrijkste onderwerpen binnen *Business Day* waren dan ook het gemakkelijkst aan te wijzen. De berichtgeving rondom Jacob Zuma, de nieuwe partij Cope en de verkiezingscampagne van de DA krijgen erg veel aandacht in de week van analyse. Dit in tegenstelling tot de overige kranten, waarin de berichtgeving rondom belangrijkste thema's een stuk geringer is. Na het lezen van *Business Day* heb je als lezer het gevoel iets te weten. Je kunt gefundeerd iets zeggen over de politieke situatie.

5.4 Oriëntatie door The Star

Evenals de *Business Day* is ook *The Star* een krant die de lezer zo breed mogelijk wil informeren. In deze krant uit zich dat echter op een totaal andere manier. De krant kiest niet expliciet voor een politieke partij of stroming, maar neemt wel standpunten in over bepaalde kwesties. Het opvallende is echter dat dit niet in commentaren of opiniestukken gebeurt, maar in de normale verslaggeving. Je wordt als lezer impliciet een bepaalde richting op geduwd. Dit komt voornamelijk door woordkeuze. Deze roept een bepaald gevoel op. Woorden als 'ondanks' en 'zelfs' zijn op zichzelf al niet objectief meer.

Dat de krant haar lezers dan toch zo breed mogelijk wil oriënteren zit hem voornamelijk in de nieuwsselectie. Hierin maakt *The Star* nauwelijks keuze. Er zijn dan ook heel veel losstaande berichten en een stuk minder context dan in de *Business Day*. Thema's zijn een stuk moeilijker aan te wijzen. Een voornaam thema is bijvoorbeeld het sociaal maatschappelijk nieuws want hiervoor is veel aandacht in de krant, maar dit brede thema vloeit al snel weer uiteen in veel losse onderdelen.

Deze tegenstelling, tussen het sturende enerzijds en het versnipperde anderzijds, maakt dat *The Star* verwarrend kan zijn voor de lezers. De frames zijn niet erg helder aan te geven omdat feiten en meningen nogal eens met elkaar verweven zijn. Dit maakt dat je als lezer je ogen goed moet openhouden om hier onderscheidt in te kunnen maken.

5.5 Oriëntatie door Beeld

De regeringspartij krijgt in *Beeld* het minste aandacht van alle kranten. De aandacht die de partij wel krijgt is vrijwel altijd negatief. In politieke berichtgeving staan de oppositiepartijen centraal.

Beeld oriënteert zijn lezers alleen op vlakken die de doelgroep aanspreken. Er is dan ook voornamelijk sprake van subjectiviteit door onvolledigheid. Bepaalde standpunten krijgen geen of nauwelijks aandacht. Dit zorgt ervoor dat de lezers niet altijd een even goed beeld van de context krijgen. Dit kan leiden tot negatieve beeldvorming bij de lezers van de situatie in het land en de regering.

Hoewel de berichtgeving erg onvolledig is, kun je bij *Beeld* niet spreken van dezelfde mate van verwarring als bij bijvoorbeeld *The Star*. De krant is helder in haar agenda-setting en dit is ook terug te zien in de thema's. *Beeld* maakt totaal andere keuzes in de nieuwsselectie dan de overige kranten. Het vryheidsparkmonument en de politieke inmenging in het christendom krijgen erg veel aandacht. Ook bij deze thema's krijgt het standpunt van de krant de meeste aandacht. Zowel bij deze als andere politieke verslaggeving mist een deel van de context, waardoor de beeldvorming niet compleet is. In dat opzicht is de berichtgeving in *Beeld* onevenwichtig.

Niet alleen in de keuze van nieuws, maar ook in de frames van waaruit de artikelen worden geschreven zie je de doelgroep van *Beeld* (christelijk, blanke Afrikanen) duidelijk terug. In de framing van nieuws is deze krant het meest herkenbaar van de vier kranten uit dit onderzoek. De houding die de krant aanneemt is veelal verdedigend tegenover eigen doelgroep en aanvallend op het Zuid-Afrikaanse systeem, waaruit onmacht blijkt.

5.6 Oriëntatie in de Daily Sun

De *Daily Sun* is de krant die haar lezers het minst oriënteert, maar die wel het meeste invloed heeft. De verspreiding is het hoogst van alle kranten in Zuid-Afrika. Hoewel politiek nieuws geen erg belangrijke rol speelt, heeft de krant wel veel invloed op het politieke landschap. Op de politieke agenda staan alleen die nieuwsfeiten waar elke krant aandacht aan besteedt. Bovendien verschijnt over elk van deze onderwerpen slechts een enkel bericht. Dit maakt dat de lezer een groot deel van de context van nieuws mist. De regeringspartij, het ANC, speelt de belangrijkste rol in de weinige politieke berichtgeving. Andere partijen worden niet of nauwelijks aangehaald. Dit zorgt ervoor dat het frame van

waaruit de krant schrijft erg eenzijdig is. Bovendien is de berichtgeving weinig kritisch naar de partij, wat ervoor zorgt dat de lezer, waarschijnlijk, een positief beeld krijgt van de partij. Toch heeft de *Daily Sun* ervoor gezorgd dat een hele grote bevolkingsgroep mee kan draaien in de democratie. Mensen die voorheen niet geïnteresseerd waren in de samenleving omdat ze er geen deel van uitmaakten, hebben door de krant een betere binding gekregen met de maatschappij. Bovendien heeft de krant erg bijgedragen aan de ontwikkeling van deze groep mensen. De geletterdheid is gestegen en de lezers zijn breder maatschappelijk georiënteerd. Op het eerste gezicht is het gemakkelijk de *Daily Sun* te veroordelen, vanwege de eenzijdige berichtgeving. Maar, aan de andere kant mag niet vergeten worden hoe groot de bijdrage is die de krant heeft geleverd aan de Zuid-Afrikaanse samenleving.

Bibliografie

Boeken en proefschriften

- Coetzee, Marinus (2000), Nuuskartering van Nederland deur beeld en van Suid-Afrika deur Trouw (Potchefstroom).
- Froneman, J.D en Rheede van Oudtshoorn, G.P (2009), 'n Inleiding tot massakommunikasie in Suid-Afrika (Potchefstroom, auteurs, Skool vir Kommunikasiestudies, Noordwes-Universiteit, Potchefstroomkampus).
- Gordin, Jeremy (2008), Zuma. A biography (Jeppestown: Jonathan Ball publishers (PTY) LTD)
- Haskell, D.M (2007), Evangelicals in canadian national TV-news, 1994-2004, a frame analysis of reports from global, CBC and CTV Television, networks and survey of national Television journalists (Potchefstroom).
- Leon, Tony (1998), The place and role of opposition politics and parties in South Africa (Bloemfontein: Acta Varia, University of the Orange Freestate).
- Mandela, Nelson (1994), Long walk to freedom (London: Abacus, 37th edition; first printed in 1994 by Little, Brown and Company).
- McQuail, Dennis (2000), McQuail's Mass Communication Theory (London: SAGE Publications, 4th edition; first printed in 1983).
- Power, politics and identity in South African media. Selected seminar papers (2008) (red. Adrian Hadland e.a.; Cape Town: HSRC Press).
- Serfontein, Lynette Mitzi (1995), De beeld van die ANC soos gereflekteer in Beeld en The Star vanaf 1989 tot 1993 (Potchefstroom).
- Van Vlastuin, Evert (1998), Die joernalistieke orientasie van Beeld, Rapport en die Kerkbode ten opsigte van homoseksualiteit, aborsie en dobbelarij (Potchefstroom).

Internetbronne

- Auteur onbekend, Beeld, http://www.media24.com/generic.aspx?i_BusinessUnitID=3&i_CategoryID=4&lang=Eng (14 mei 2009).

- Auteur onbekend, readership, <http://www.thestar.co.za/index.php?fSectionId=2498> (5 februari 2009 & 3 mei 2009).
- Du Plessis, Deon, regular reader profile, www.dailysun.co.za, (5 februari 2009; na dit bezoek is de website offline gegaan. Wanneer je de site nu bezoek staat er: Under Construction).
- Duval Smith, Alex (2009), 'Winnie set for shock comeback to ANC politics', <http://www.guardian.co.uk/world/2009/mar/01/winnie-mandela-mp-south-africa> (wo. 6 mei 2009).
- Independent Electoral Commission (2009), 'Results report 22 april 2009 all provinces', <http://www.elections.org.za/NPEPWStaticReports/reports/ReportParameters.aspx?catid=7> (9 mei 2009).
- Stats SA Library Cataloguing-in-Publication (CIP) Data, Census 2001: Primary tables South Africa: Census '96 and 2001 compared / Statistics South Africa. (Pretoria: Statistics South Africa, 2004), <http://www.statssa.gov.za/census01/HTML/RSAPrimary.pdf> (vrij. 1 mei 2009).
- Williams, Moegsien, Letter from the editor, <http://www.thestar.co.za/index.php?fSectionId=2496> (5 februari 2009).

Achtergrondinformatie

De volgende websites hebben mij geholpen in mijn kennis over de politiek in Zuid-Afrika en de media. Ik heb er geen specifieke informatie van gebruikt, maar tijdens mijn onderzoek heb ik de websites regelmatig bezocht en gelezen. (2 februari 2009 – 15 mei 2009)

- www.anc.org.za
- www.beeld.co.za
- www.businessday.co.za
- www.congressofthepeople.org.za
- www.da.org.za
- www.thestar.co.za