

# Kleur van een tekst

Vrijwel alle teksten, ook informatieve teksten zoals artikelen en nieuwsberichten, hebben een 'kleur': ze geven de mening van de schrijver, de krant, het tijdschrift of de website weer.

Die kleur kan onbewust (niet expres), maar ook bewust (expres) aangebracht zijn. Als je een artikel leest, moet je hier altijd goed op letten.

## Waarom geeft een schrijver kleur aan een tekst?

Een schrijver heeft meestal zelf ook een mening over het onderwerp waarover hij schrijft, hij 'vindt er iets van' en geeft onbewust kleur aan zijn tekst. Als hij bijvoorbeeld een woordje als 'mooi', 'onverwacht' of 'jammer' gebruikt, zegt dat eigenlijk iets over zijn mening. Onbewust kleur geven is meestal vrij onschuldig en maakt dat een artikel aantrekkelijker is om te lezen.

Een schrijver kan ook op een bewuste manier kleur geven aan een tekst. Dat kan hij doen om verschillende redenen:

- **Aandacht krijgen/financieel:** Een blad moet iedere dag of week verkocht worden, dus het moet opvallen. Er moeten artikelen in staan die de mensen willen lezen. Kranten en tijdschriften doen heel erg hun best om hun bladen te verkopen. Daarom brengen ze het nieuws zo, dat het opvalt, ook al betekent dat soms dat het nieuws niet helemaal objectief is. Een bericht met als kop 'Netflix-aandeel maakt fikse duikeling' krijgt meer aandacht dan: 'Netflix-aandeel daalt'.
- **Politieke voorkeur:** Een aantal kranten en omroepen sluit aan bij lezers of kijkers met een bepaalde politieke voorkeur. Ze zijn niet direct verbonden aan een politieke partij, maar doen wel hun best om de onderwerpen zo te brengen dat lezers met een bepaalde politieke voorkeur deze graag willen lezen of zien. Door te kijken naar de bron van het artikel, of de schrijver ervan kun je als lezer zien welke politieke voorkeur het betreft.
- **Beïnvloeden/overtuigen:** een schrijver kan een bepaalde voorkeur hebben voor iets. Of hij nu een informatief, objectief artikel schrijft of een artikel waarin hij expliciet stelling neemt, hij zal vaak proberen de lezer te beïnvloeden. Hij wil bijvoorbeeld dat de lezer zijn mening gaat overnemen, of zelfs een product of dienst gaat kopen. Zo kan iemand die een verslag schrijft over een concert extra positief zijn, omdat hij de artiest goed kent.
- **Propaganda:** dit wordt vooral gebruikt in landen en situaties waar geen democratie is. De leiders van zo'n land bepalen wat in het nieuws komt. Zij zullen alleen laten zien dat zij goed zijn voor het land. De tegenstanders worden vooral zwart gemaakt. Berichten die iets anders laten zien, zijn verboden. De inwoners van zo'n land krijgen hierdoor een heel gekleurd beeld van de werkelijkheid. Dit is een gevaarlijke vorm van kleur geven aan het nieuws.

## Kritisch lezen

Als je een informatieve tekst kritisch leest, moet je je altijd het volgende afvragen:

- Wat is de **bron** of **wie** is de schrijver?
- Is het bekend wat de (**politieke**) **kleur** van die bron of schrijver is?
- Wat is het **doel** en de **intentie** van de schrijver? Veel schrijvers zetten feitelijke informatie in om hun punt te maken. Vraag je altijd af: gaat het de schrijver alleen om *informer*, dus feitelijke informatie geven, of wil hij/zij eigenlijk ook zijn *mening geven*? Of is het achterliggende doel zelfs *overtuigen*?

Vooraf het beantwoorden van de vraag over doel en intentie is lastig. Want hoe herken je of iets een mening is of een feit? En hoe herken je een achterliggend doel van een schrijver?

Je kunt letten op de volgende 'seintjes en signalen'.

## Seintjes en signalen

<p><b>1. Sterke woorden in de titel en de tekst</b></p>	<p>Staan er sterke woorden zoals 'jammer', 'enorm', 'rampzalig', 'onacceptabel' en 'waardeloos' in de titel of de tekst? Deze woorden kunnen bedoeld zijn om de aandacht te trekken of een tekst aantrekkelijker te maken, maar ze kunnen ook een bepaalde kleur of mening verraden. Het maakt verschil of er in een artikel over proefdieren wordt gesproken over het 'vermoorden' van onschuldige dieren, of over het 'doden' van dieren; 'vermoorden' is een sterker woord. Ook een uitroepteken kan wijzen op een mening.  <i>Vraag jezelf af: waarom gebruikt de schrijver smeulige of sterke woorden en welke uitwerking hebben ze op mij?</i></p>
<p><b>2. Getallen en cijfers</b></p>	<p>Een schrijver die cijfers of getallen gebruikt in de titel, tekst of tabellen, kan gewoon feitelijke, precieze informatie willen geven. Maar het wel of niet noemen of benadrukken van getallen kan ook te maken hebben met zijn mening. Een titel als 'Zwarte lijst' fiscus trof duizenden' is een aanwijzing dat de tekst een mening kan bevatten. De lead bij deze tekst, 'Wie eenmaal op de zogeheten FSV-lijst stond, kon zonder enige uitleg toeslagen kwijtraken.' versterkt deze indruk.  <i>Vraag jezelf af: welke cijfers en getallen noemt de schrijver, welke uitwerking hebben ze op mij en welke cijfers noemt de schrijver niet?</i></p>
<p><b>3. Insteek van de tekst: keuzes van de schrijver</b></p>	<p>Kijk kritisch naar welke onderwerpen de schrijver behandelt en welke niet. Voorbeeld: in een informatief artikel over het nut van dierproeven bespreekt de schrijver alleen gevallen waarin levensreddende medicijnen zijn ontwikkeld. Hij bespreekt niet de gevallen waarbij tientallen dieren voor niets zijn gedood. (Of andersom.) De tekst lijkt informatief en objectief, maar is toch gekleurd.  <i>Vraag jezelf af: waarom heeft de schrijver deze insteek gekozen?</i></p>
<p><b>4. Gebruik van bronnen en onderzoek</b></p>	<p>Let goed op welke bronnen of onderzoeken de schrijver bespreekt. Een schrijver noemt in een artikel over klimaatverandering bijvoorbeeld alleen onderzoeken waaruit blijkt dat de klimaatverandering toch niet zo snel gaat als werd gedacht. Andere onderzoeken noemt hij niet. Eenzijdige bronnen of onderzoeken geven je een signaal: misschien heeft de schrijver toch een ander doel dan uitsluitend informeren. Je kunt ook kijken naar de betrouwbaarheid van de onderzoeken zelf, maar dat is ingewikkeld als je zelf geen wetenschapper of expert bent.  <i>Vraag jezelf af: waarom noemt de schrijver juist deze bronnen of onderzoeken?</i></p>
<p><b>5. Gebruik van experts</b></p>	<p>De schrijver citeert experts met een sterke mening, of verwijst naar hen. Door die citaten en verwijzingen krijgt de tekst als geheel kleur, zonder dat de schrijver dit als zijn eigen mening presenteert.  <i>Vraag jezelf af: waarom noemt de schrijver deze expert?</i></p>
<p><b>6. Woorden die een mening aankondigen</b></p>	<p>Let in de tekst goed op woorden die erop wijzen dat er een mening volgt. Voorbeelden van zulke signaalwoorden zijn: <i>volgens mij, ik heb het idee dat, ik denk, ik vind, ik ben van mening, ik geloof, persoonlijk, ik zeg altijd, nu is het zo dat, je zou ook kunnen stellen dat.</i>  <i>Vraag jezelf af: hoe expliciet laat de schrijver weten dat hij zijn mening verkondigt?</i></p>
<p><b>7. Lay-out</b></p>	<p>Door bepaalde citaten vet te drukken, of bepaalde titels, tussenkopjes of 'streamers' in heel grote letters te zetten, geeft een schrijver of de redactie kleur aan een tekst.  <i>Vraag jezelf af: wat valt direct op in de lay out en waarom krijgt juist dat de nadruk?</i></p>

<b>8. Afbeeldingen</b>	Kijk kritisch naar afbeeldingen. In een artikel over vluchtelingenproblematiek heeft een beeld van een aangespoeld kind op het strand een heel andere uitwerking dan vechtende mensen bij een asielzoekerscentrum, of drommen donker geklede mannen bij een grensovergang met prikkeldraad. Beeld zegt veel over de kleur van een krant of artikel. Let daarbij op sfeer, op wat het beeld doet met jou. <i>Vraag jezelf af: waarom heeft de schrijver (of redactie) juist deze beelden gekozen en welke uitwerking hebben ze op mij?</i>
<b>9. Grafieken</b>	Kijk ook of er grafieken of tabellen met cijfers in de tekst staan. Welke informatie staat erin? Welke informatie ontbreekt? Uit welk jaar komen de cijfers? <i>Vraag je zelf af: wat wil de schrijver met behulp van deze grafieken duidelijk maken?</i>
<b>10. Linkjes, of posts van sociale media</b>	In digitale bronnen staan vaak linkjes naar andere artikelen over het onderwerp, andere bronnen, onderzoeken of filmpjes. Ook staan er soms tweets of andere posts van sociale media tussen de tekst. Dit kan informatief of illustratief bedoeld zijn ('Kijk, deze mensen hebben deze mening. '), maar de schrijver kan ook zijn eigen mening 'verstoppert' in de meningen van anderen. <i>Vraag jezelf af: waarom zijn juist deze links of posts bij de tekst geplaatst?</i>