



Onderzoek Framing

Mediaredactie 2019/2020

Sanne van der List
MR3

Inhoudsopgave

1: Inleiding	3
§1.1 leeswijzer	3
2: Theoretisch kader	4
3: Onderzoeksopzet.....	6
§3.1 In welke kranten is gezocht?	6
§3.2 Waarom is juist voor die kranten gekozen?	6
§3.3 In welke periode is gezocht en waarom?	6
§3.4 Welke zoektermen zijn er gebruikt?	6
§3.5 Hoeveel artikelen zijn er in totaal gevonden? (kwantiteit)	7
§3.6 Hoeveel artikelen worden uiteindelijk gebruikt om inhoudelijk te analyseren en hoe wordt dat gedaan?	7
§3.7 Hoe is de audiovisuele analyse aangepakt?	7
4: Resultaten.....	8
§4.1 Verschijningsfrequentie (kwantitatief).....	8
§4.2 Veelvoorkomende frames (kwalitatief).....	9
§4.3 audiovisuele analyse.....	12
5: Conclusie	14
§5.1 Verschillen kwalitatieve en kwantitatieve resultaten	14
§5.2 Mogelijke gevolgen door berichtgeving.....	14
§5.3 Reflectie betrouwbaarheid, validiteit en relevantie	15
Verwijzingen	16
Bijlagen.....	17

1: Inleiding

In 2016 heeft op 23 juni het Brexit-referendum plaatsgevonden. Dit was groot nieuws, want voor het eerst in de geschiedenis van de Europese Unie wilde een land de EU verlaten. 51,89% van de kiezers stemde voor uittreding van het Verenigd Koninkrijk.

Sinds deze gebeurtenis uit 2016 is de Brexit bijna dagelijks in het nieuws. In 2017 ging dat vooral over de onderhandelingen en ontwikkelingen van de eerste fase. Vanaf 2018 gaat het vaak over een 'voorlopig akkoord' tussen het Verenigd Koninkrijk en de Europese Unie. Daarnaast gaat het vaak over het uitstellen van de Brexit als er weer een datum van vertrek is vastgesteld.

De Brexit is een relevant onderwerp, want er wordt veel over bericht. Ook heeft de Brexit een enorme impact op de Europese Unie. Tot nu toe heeft er nog geen Brexit plaatsgevonden, maar als deze plaatsvindt dan heeft dat gevolgen voor alle lidstaten van de EU. Onder andere deze redenen zijn erg bepalend in de grootte van het nieuws. Het heeft impact, je hoort er dagelijks over en mensen vanuit heel Europa houden zich bezig met de Brexit.

De journalistiek wil goed berichtgeven over de Brexit. Ze willen de mensen zo goed mogelijk op de hoogte houden, want het is voor velen onduidelijk wat nou daadwerkelijk de gevolgen van de Brexit zijn. De media pakt het onderwerp groots aan. Bij veel mensen is de Brexit een onderwerp geworden waar ze zich dagelijks mee bezig houden. Voor de media is het ideaal om in te spelen op de verwachtingen van de mensen. Zeker nu het heel onrustig is in het Verenigd Koninkrijk met de Brexit en een nieuwe premier. Onbewust zal een journalist die een artikel publiceert wel een mening hebben over de wisseling van Theresa May met Boris Johnson of over premier Johnson alleen. Daarnaast willen media zoveel mogelijk kijkers, lezers of luisteraars hebben. Bepaalde krantenkoppen, soorten programma's of soorten artikelen spreken mensen nou eenmaal meer aan. Vaak zit er in die krantenkoppen al framing verwerkt. Dat gebeurt niet altijd bewust. Bij een politiek onderwerp zoals de Brexit is het makkelijk om framing te gebruiken en dat zorgt voor meer nieuwsgebruikers bij het desbetreffende medium dat het bericht publiceert. Sinds het Verenigd Koninkrijk zijn nieuwe premier Boris Johnson heeft, worden er veel berichten over hem gepubliceerd. De Brexit is voor de derde keer uitgesteld en sindsdien is Johnson veel in het nieuws. Boris Johnson heeft tot 14 oktober het parlement opgeschort. Hij heeft dit gedaan door middel van zittingen van het lagerhuis te schorsen. Johnson vindt het tijd voor parlementaire verandering. Hij heeft altijd uitgekeken naar 31 oktober, de datum dat de Brexit na twee keer uitstellen zou plaatsvinden. In alle berichten over Boris Johnson komt framing voor. Dat leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

In hoeverre is er sprake van framing in Nederlandse dagbladen over premier Boris Johnson sinds hij premier is tijdens de Brexit?

Daarbij horen de volgende deelvragen:

Kwantitatief: Hoeveel berichten zijn er gepubliceerd over dit onderwerp sinds 23 juli 2019 tot nu?

Kwalitatief: Welke frames komen er naar voren?

Audiovisuele analyse: Hoe reageren mensen erop?

§1.1 leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt het theoretisch kader met daarin relevante begrippen behandeld. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 de onderzoekopzet besproken. Hoofdstuk 4 licht de resultaten toe en in hoofdstuk 5 wordt er een conclusie gedaan.

2: Theoretisch kader

In het theoretisch kader wordt dieper ingegaan op de lastige begrippen die in dit onderzoek staan. De begrippen worden uitgelegd en toegelicht met voorbeelden.

Er is in artikelen over de Brexit sprake van *medialogica*, *agendasetting*, *framing* en *priming*. “In een gemediatiseerde wereld, waarin media al hun verschijningsvormen een centralere plaats zijn gaan innemen, is de macht in de politieke communicatie steeds meer bij hen komen te liggen” (Brants, 2015, p. 241). Dit voorbeeld van *medialogica* komt terug in de politieke verslaggeving in Nederland. Barts (2015) zegt dat media zich echter minder identificeren met de publieke zaak, waarover lezers, kijkers en luisteraars moeten worden geïnformeerd, en meer met de zaak van het publiek of wat zij denken dat het publiek leuk of interessant vindt.

De *agendasetting*theorie hangt nauw samen met die van *medialogica*. Vliegenthart (2015, p. 223) legt dit gebaseerd op het idee uit 1963 van Bernhard Cohen uit: “In zijn woorden behelst *agendasetting* dat ‘de pers meestal niet succesvol is in het bepalen wat mensen denken, maar opvallend succesvol in het bepalen waarover mensen denken’.” Het komt er volgens Vliegenthart dus op neer dat media bepalen waarover mensen denken. Dit kun je koppelen aan *medialogica* omdat de media bepalen wat ze publiceren op basis waarvan zij denken dat het publiek het leuk of interessant vindt (Barts, 2015). De media heeft een grote rol hierin. Doordat mensen alle gepubliceerde keuzes van de media zien, gaan ze vanzelf denken en een mening vormen over de dingen die ze zien. Neem als voorbeeld de uitstel van de Brexit. Dankzij alles wat er rondom de Brexit is gebeurd is oud-premier Theresa May van het Verenigd Koninkrijk opgestapt. Boris Johnson is als nieuwe premier gekozen. Sindsdien wordt er in de berichtgeving over de Brexit vaak verwezen naar premier Johnson. Dit gebeurt heel erg vaak. Mensen worden gevoed met veel informatie over hetzelfde onderwerp. Daardoor gaan mensen over het onderwerp nadenken.

Vliegenthart (2015) noemt de *agendasetting*theorie robuust. “Ook biedt hij indirect een verklaring voor de invloed van media op stemgedrag: als kiezers op basis van mediaberichtgeving bepaalde onderwerpen belangrijker gaan vinden en die onderwerpen ook gaan meewegen wanneer zij moeten bepalen op welke partij ze gaan stemmen, is er sprake van *priming*” (Vliegenthart, 2015, p. 223). De samenhang tussen *medialogica*, *agendasetting* en *priming* wordt hiermee duidelijk. *Medialogica* gaat over media die publiceren wat mensen interessant vinden. *Agendasetting* gaat er uiteindelijk over waar de mensen over nadenken nadat ze bepaald nieuws hebben gezien of gehoord. Vervolgens kun je *priming* hieraan koppelen omdat mensen bepaalde keuzes gaan maken en het onderwerp meer op zichzelf gaan betrekken. Dit is het gevolg van *medialogica* en van *agendasetting*. Volgens Vliegenthart (2015) zullen mensen het onderwerp van de verkiezingen belangrijker gaan vinden doordat er steeds meer aandacht aan besteed wordt in de media. Dat is precies wat *priming* ook inhoudt. Doordat er zoveel aandacht wordt besteed aan de Brexit en premier Johnson, gaan mensen het onderwerp belangrijker vinden. Mensen gaan zichzelf ermee bezig houden en vormen een mening over premier Johnson en over de Brexit.

Al deze begrippen hebben te maken met *framing*. Als er sprake is dan *framing*, dan wordt er door middel van bepaald taal- of beeldgebruik een bepaald beeld geschetst. “Het is moeilijk aan leken uit te leggen, maar er is een mooie metafoer die zegt dat het bij deze velden om elektrosmog gaat. Het is een frame. ‘Smog’ roept een keten van associaties op. Het is luchtvervuiling, die gevaarlijk voor de gezondheid is. Smog is in beelden te vervangen, ziet er altijd smerig uit en kan een hele stad in zijn greep houden.” (De Bruijn, 2011, p.19) Dit is precies wat *framing* ook doet. Doordat je op een bepaalde manier iets verwoord krijgen mensen er een bepaald beeld bij. In de politiek wordt hier heel erg veel gebruik van gemaakt. Volgens De Bruijn (2011) blijft een goed frame hangen en is een

frame goed als de toehoorder het er onmiddellijk bijna mee eens is. Een goed voorbeeld van een frame is de 'coup' van Boris Johnson. Dit gaat over Johnson die het Britse parlement tijdelijk buitenspel heeft gezet. Hij heeft daar de term 'coup' voor gebruikt. Dat woord blijft makkelijk hangen en wordt door media overgenomen.

Alle vier de theorieën hangen samen met elkaar. De media bepalen waar het publiek over denkt doordat zij mensen informeren met dingen waarvan zij vinden dat het interessant is. Dit gebeurt doormiddel van het gebruiken van frames. Door iedereen steeds te informeren met dezelfde frames en dezelfde soorten berichten zullen mensen bepaalde onderwerpen belangrijker gaan vinden. Doordat er in de politiek frames gebruikt worden, vindt in de berichtgeving ook framing plaats. "Wie een frame gebruikt, probeert via woorden, en de beelden en gevoelens die ze oproepen, de manier waarop anderen naar de werkelijkheid kijken te beïnvloeden. Het frame wordt een bepaalde bril waardoor we bepaalde informatie wel zien en andere juist niet." (De Jong, 2013, p. 213)

3: Onderzoeksopzet

§3.1 In welke kranten is gezocht?

Er is gezocht in de Telegraaf en de Volkskrant.

§3.2 Waarom is juist voor die kranten gekozen?

De Telegraaf is een populariteitskrant. Een populariteitskrant bevat over het algemeen simpeler geschreven artikelen dan een kwaliteitskrant zoals de Volkskrant. Daarnaast besteed een populariteitskrant ook meer aandacht aan showbizz, entertainment en sport. Een kwaliteitskrant doet berichtgeving over ander soort onderwerpen dan een populariteitskrant. De onderwerpen waar een kwaliteitskrant over publiceert zijn onder andere politiek, cultuur, economie, kunst en wetenschap. Er zit veel meer diepgang in de artikelen van een kwaliteitskrant dan bij een populariteitskrant. De berichtgeving over de Brexit zal door de Telegraaf op een andere manier worden gedaan dan de Volkskrant omdat het andere soorten kranten zijn. Een ander soort krant zal ook op een andere manier premier Johnson framen. Om twee soorten framing van twee soorten kranten te onderzoeken is het interessant om een populariteitskrant en een kwaliteitskrant te vergelijken. De reden dat juist voor deze twee kranten is gekozen is omdat deze populariteitskrant en kwaliteitskrant in de periode van 23 juli 2019 tot en met 15 november 2019 ongeveer evenveel berichten hebben gepubliceerd over de Brexit. Ook is de Telegraaf het beste voorbeeld van een populariteitskrant met weinig diepgaande artikelen. Bij zowel de Volkskrant als bij de Telegraaf worden bijna alle artikelen geschreven door dezelfde journalisten die voor een van de twee kranten werken. Een journalist schrijft vaak met een bepaalde gedachte een artikel. Omdat bijna alles door dezelfde journalisten is geschreven, is het interessant om uit te zoeken welke frames overeenkomen en verschillen. Daarnaast zijn er nog artikelen door andere journalisten geschreven. Het is interessant om deze artikelen en de frames die erin voorkomen te vergelijken met die van de andere twee journalisten.

§3.3 In welke periode is gezocht en waarom?

De periode waarin is gezocht is de periode van 23 juli 2019 tot en met 15 november 2019. Premier Johnson werd officieel de premier van het Verenigd Koninkrijk 23 juli 2019. Er was toen al heel veel rondom de Brexit te doen. In het onderzoek gaat het niet over de Brexit in zijn geheel maar over hoe de berichtgeving rondom Premier Johnson wordt gedaan. Omdat het hier specifiek over Premier Johnson gaat, is er bewust voor gekozen om deze specifieke periode te pakken en niet de gehele Brexit te betrekken bij dit onderzoek. Op 31 oktober zou de Brexit officieel hebben plaatsgevonden maar deze is voor de derde keer uitgesteld.

§3.4 Welke zoektermen zijn er gebruikt?

Ik heb gezocht in de databank NexisUni. Om te zoeken heb ik voor de optie 'geavanceerd zoeken' gekozen en daar heb ik het volgende ingevuld:

Headline and leadsections: (Johnson) and (Brexit)

Length: >meer dan: 300 (tekstgrootte is dan meer dan 300)

§3.5 Hoeveel artikelen zijn er in totaal gevonden? (kwantiteit)

In totaal zijn er 3392 artikelen gevonden met de zoektermen die ik heb gebruikt. De totale berichtgeving in de Telegraaf betreft 55 artikelen en de berichtgeving in de Volkskrant 83.

§3.6 Hoeveel artikelen worden uiteindelijk gebruikt om inhoudelijk te analyseren en hoe wordt dat gedaan?

Uiteindelijk worden er 32 artikelen gebruikt voor de inhoudelijke analyse. De artikelen worden uitgeprint en door middel van lezen en belangrijke dingen markeren wordt er belangrijke informatie uit de artikelen gehaald. De informatie die is gevonden wordt uiteindelijk in een schema gezet (zie de bijlage van het onderzoek voor het precieze schema). Uit deze schematische analyse komen de belangrijkste frames en komt de belangrijkste informatie naar voren. Op basis daarvan wordt de rest van dit onderzoeksverslag geschreven.

§3.7 Hoe is de audiovisuele analyse aangepakt?

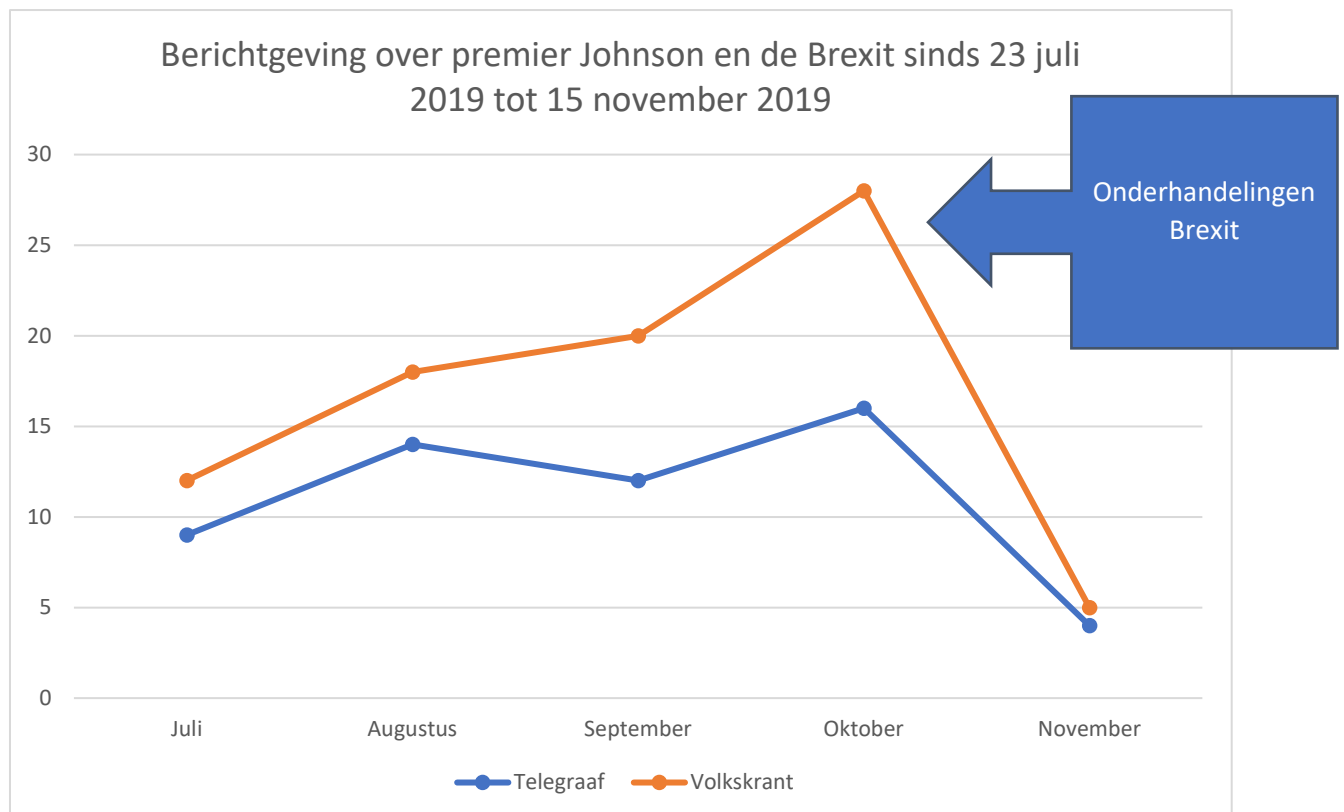
Voor de audiovisuele analyse zijn een aantal memes geanalyseerd over Premier Johnson. Het zijn memes met daarin een mening verwerkt, maar er worden ook problemen mee aangehaald. De memes zijn opgezocht in Google afbeeldingen. Vervolgens zijn de beste memes uitgekozen en geanalyseerd. Er is gebruik gemaakt van alle artikelen die voor dit onderzoek zijn gelezen en daaruit zijn voorbeelden gebruikt die een concreet beeld schetsen van de betekenis van de memes.

4: Resultaten

§4.1 Verschijningsfrequentie (kwantitatief)

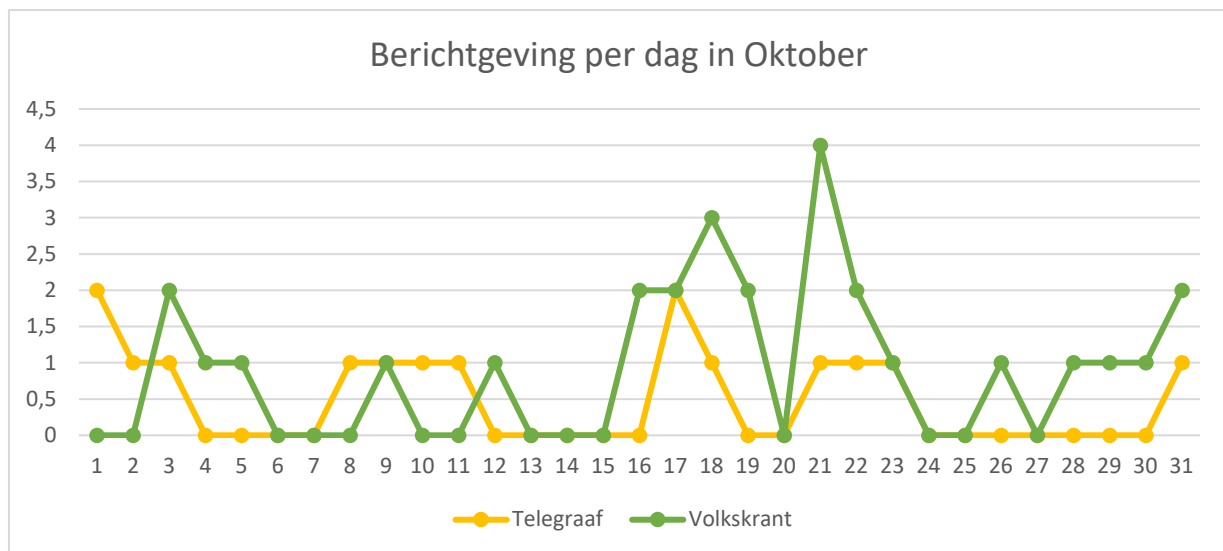
Het totaal aantal artikelen dat ik heb gevonden in de periode van 23 juli tot en met 15 november is 3392. Daarvan zijn 55 artikelen van de Telegraaf en 83 artikelen van de Volkskrant.

Deze grafiek laat zien hoeveel berichten er per maand gepubliceerd zijn door de Telegraaf en de Volkskrant.



In Augustus is een kleine piek te zien. Op 23 juli werd Johnson verkozen tot de nieuwe premier van het Verenigd Koninkrijk. Augustus was de eerste maand dat hij daadwerkelijk als premier heeft gewerkt. Media hebben hem in de gaten gehouden en veel over hem bericht. Johnson was net nieuw als premier en een eerste maand is voor een nieuwe premier van cruciaal belang.

Bij de maand oktober is duidelijk een grote piek te zien. Dat komt doordat 31 oktober de nieuwe datum voor de Brexit is. Er is in de maand oktober veel gepubliceerd over de Brexit vanwege deze nieuwe datum. Er was heel erg veel onduidelijkheid over de Brexit rondom die datum. De eerste grote vraag was of deze nu wel doorging. Johnson wilde heel graag op 31 oktober de EU verlaten. Het parlement bood echter veel weerstand. De media heeft toen veel berichtgeving gedaan omdat het zo onrustig en zo onduidelijk was.



Oktober 2019 wordt de Brexitmaand genoemd. Het plan van Johnson was om op 31 oktober de Europese Unie te verlaten. Bij de grafiek over de berichtgeving van de Brexit per maand is een grote piek te zien. Hier wordt ingezoomd op deze piek. Wat je kan zien in deze grafiek is dat de berichtgeving door de Telegraaf en de Volkskrant met ongeveer gelijke frequenties per dag is. Er zijn hier weer twee grotere pieken zichtbaar. Tussen 15 en 20 oktober, maar vooral tussen 20 en 24 oktober. Op deze dagen was Johnson in Brussel om te onderhandelen over een overeenkomst tussen het Verenigd Koninkrijk en de Europese Unie. Er was de hoop op een akkoord, maar dat is toen niet gelukt. De media heeft deze onderhandelingen nauwlettend in de gaten gehouden en er meteen over gepubliceerd. Een Brexit die gaat plaatsvinden is namelijk niet zomaar iets zonder gevolgen. De mensen moeten hiervan op de hoogte worden gehouden en daarom dat de berichten door de media juist rond deze periode van onderhandelingen oppoppen. Het is wel duidelijk dat de Volkskrant meer berichten over dit onderwerp gepubliceerd heeft. De Telegraaf gaat minder diep en minder vaak op de Brexitmaand en de onderhandelingen in dan de Volkskrant.

§4.2 Veelvoorkomende frames (kwalitatief)

Uit de artikelen zijn een aantal frames vaak naar voren gekomen. Een frame is het meeste naar voren gekomen met vijf keer. Dit is het frame 'Boris Johnson is vol van zichzelf'. Het frame dat daarna het meeste is voorgekomen in vier artikelen is het 'no deal' frame. Daarnaast is er nog een frame dat heel belangrijk is als het specifiek gaat om Johnson, het 'coup' frame. Dit frame komt maar twee keer voor, maar speelt een belangrijke rol in de berichten over Johnson die de media naar buiten brengt. Er is nog een frame dat dominant is dat te maken heeft met de impopulariteit van premier Johnson. Dit frame komt in vier artikelen terug. In de overige 17 artikelen zijn verschillende losse frames naar voren gekomen, maar niet echt dominante frames.

§4.2.1 Het 'no deal' frame.

Het eerste frame dat het vaakste voorkomt is het 'no deal' frame. Dit frame komt, van de 32 artikelen die in totaal zijn onderzocht, drie keer in de Volkskrant voor en een keer in de Telegraaf. Het beeld dat wordt geschetst is dat het een grote chaos wordt wanneer het Verenigd Koninkrijk de Europese Unie verlaat zonder deal. Johnson is samen met het Britse parlement en het Europese parlement verantwoordelijk voor dit probleem. De oplossing is dat het Europese- en het Britse parlement een deal sluiten waar beide partijen het mee eens zijn. Echter is het tot op heden niet gelukt om het eens te worden. Johnson wil de Europese Unie 31 oktober verlaten, ongeacht of er een deal is of niet. Het beeld dat hiermee wordt geschetst is dat Johnson zich vastpint op 31 oktober en dat hij hoe dan ook dan de Brexit wil laten plaatsvinden. Als er geen deal is voor die tijd, wil hij het

zelfs zonder deal laten plaatsvinden. Wat opvallend is, is dat de Volkskrant meer over dit onderwerp heeft gepubliceerd en dat er drie keer hetzelfde frame naar boven is gekomen.

Op het moment dat deze berichten werden geschreven was premier Johnson nog maar net premier. Hij kijkt uit naar 31 oktober omdat dat de datum is waarop de Brexit gepland staat. Om op 31 oktober de Europese Unie te verlaten is een deal nodig tussen de Europese Unie en premier Johnson. “Het rapport dat onder de codenaam Operation Yellowhammer deze maand werd samengesteld door de Cabinet Office, laat zien hoe de Britse overheid in het geheim al bezig is met het treffen van maatregelen om een rampzalige ineenstorting van de Britse infrastructuur te voorkomen in geval van een no deal-Brexit. Naast de genoemde tekorten zou er chaos in de havens ontstaan en een harde grens met Ierland” (Van IJzerdoorn, 2019, p.5). Dit citaat uit de Volkskrant is een voorbeeld waarin wordt beschreven dat een no deal-Brexit rampzalige gevolgen kan hebben. Een redacteur van de Telegraaf (2019) schrijft: “De kans op een voor iedereen nadelige no deal Brexit is levensgroot.” De Volkskrant schrijft met langere zinnen en met meer ingewikkelde woorden dan de Telegraaf, die meteen een duidelijk beeld schetsen van een no deal-Brexit.

§4.2.2 Boris Johnson is vol van zichzelf

Het tweede frame dat het vaakste voorkomt is dat Boris Johnson vol is van zichzelf. Dit frame komt twee keer voor in de Volkskrant en twee keer in de Telegraaf, in totaal dus vier keer. Johnson is zelf verantwoordelijk voor dit probleem. Het beeld dat wordt geschetst is dat Johnson een hele hoge dunk heeft van zichzelf en dat hij graag in de aandacht staat. Dit doet hij doormiddel van een flamboyante, aandachttrekkende houding aan te nemen en door zijn taalgebruik zo aan te passen dat het indruk maakt op de media. Dit gebeurde tijdens zijn intrede als premier, de ‘Boris day’, maar ook tijdens zijn verkiezingscampagne. Van IJzerdoorn (2019) schrijft: “Nummer 14 is een geheel ander geval. Een serieuze grappenmaker, een narcist met zelfspot. Eentje die gelooft in de theorie dat de geschiedenis geschreven wordt door mannen en vrouwen.” Met nummer 14 wordt hier de veertiende president van het Verenigd Koninkrijk bedoelt. In dit geval dus Boris Johnson. De Telegraaf schrijft hier het volgende over: “Het normaal gesproken levendige taalgebruik van Johnson was woensdag extra flamboyant toen het Britse Lagerhuis, daartoe gedwongen door de Hoge raad, na twee weken weer bijeenkwam” (Van Mierlo, 2019, p. 17). Er wordt in deze citaten gesproken over de houding van Johnson en over zijn taalgebruik. Als je dit leest, krijg je al een bepaald beeld van hoe Johnson is als man en hoe hij zich als premier gedraagt. Daarnaast wordt het beeld geschetst dat Johnson alle plannen in zijn hoofd hoe dan ook wil uitvoeren. Hij weet zijn taalgebruik goed uit te kiezen om dit naar buiten te brengen. Neem bijvoorbeeld het plan van de ‘Borisbrug’. Het plan van Boris Johnson is om een brug te bouwen tussen Schotland en Noord-Ierland, terwijl dat niet haalbaar is. De houding van Johnson is heel erg egoïstisch, aangezien hij de enige is die deze brug wil bouwen en de enige die zegt dat het haalbaar is. Verschillende experts hebben het plan voor zijn brug afgekeurd omdat het niet veilig zou zijn. De oplossing die wordt gegeven is dat journalisten het Taalgebruik van Johnson negatief berichtgeven en dat geprobeerd moet worden Johnson te laten inzien dat niet alles zomaar haalbaar is met de houding van hem.

§4.2.3 Johnsons ‘coup’ frame

Johnson heeft het Britse parlement tijdelijk buitenspel gezet (coup*). Dit frame komt twee keer voor, waarvan twee keer in de Telegraaf. De Volkskrant heeft hier niks over gepubliceerd. Boris Johnson is zelf verantwoordelijk voor het probleem dat hij het parlement tijdelijk buitenspel heeft gezet. Hij heeft dit gedaan doormiddel van het Lagerhuis medio oktober te schorsen. Dat het parlement wordt opgeschort in de weken voor de troonrede is gebruikelijk. “De voor nu gekozen termijn is echter extreem lang” (Van Mierlo, 2019, p. 16). De oplossing voor dit probleem is dat de rechtbank het besluit van Johnson gaat toetsen en dan eventueel de nodige maatregelen treft. Verder hebben

anderhalf miljoen Britten een petitie getekend waarin ze eisen dat het tijdelijk buitenspel zetten van het parlement wordt opgeheven. “De Britse oppositie is woedend op Boris Johnson nadat de premier gisteren via de koningin voor elkaar kreeg de opening van het parlementaire jaar uit te stellen” (Van Mierlo, 2019).

Van Mierlo (2019) schrijft dat het verzet tegen het voorstel van Boris Johnson om het Britse parlement tijdelijk buitenspel te zetten ongekende vormen aanneemt. “Met het tijdelijk opbreken van het Lagerhuis denken politieke tegenstanders dat de Britse premier Boris Johnson het parlement monddood wil maken in de Brexit-Discussie” (Van Mierlo, 2019, p. 16) Er wordt in dit citaat duidelijk verwezen naar Johnsons ‘coup’. Niet alleen hier wordt verwezen naar de ‘coup’ van Johnson. In allebei de artikelen gaat het alleen maar over het buitenspel zetten van het parlement en dat er heel veel partijen boos over zijn. Johnson wordt door deze berichtgeving weggezet als een egoïstische persoon die alles zelf bepaalt zonder overleg. Je krijgt heel erg het idee dat hij het Britse parlement alleen maar heeft geschorst vanwege eigen belang.

*Coup = het buitenspel zetten van het parlement

§4.2.4 Impopulaire premier frame

Het probleem dat hier naar voren komt is dat Boris Johnson wordt weggezet als een impopulaire premier. Er worden oorzaken in de artikelen genoemd die Johnson minder populair zouden maken. Dit frame komt voor in vier artikelen, waarvan drie keer in de Volkskrant en een keer in de Telegraaf. De media zijn de verantwoordelijken voor dit probleem. Johnson is wel zelf deels verantwoordelijk doordat hij een bepaalde houding aanneemt of bepaalde beslissingen neemt waar de meningen flink over verdeeld kunnen zijn. Door die houding aan te nemen of door bepaalde beslissingen neemt, vinden media hem interessant en gaan ze daarover berichtgeven. De inwoners van het Verenigd Koninkrijk die dit lezen, krijgen een bepaald beeld van Johnson door de berichtgeving en daardoor wordt Johnson impopulair. Een voorbeeld van hoe negatief Johnson wordt weggezet door de media: “Opnieuw heeft de Britse premier Boris Johnson een zware nederlaag geleden. Het Britse Supreme Court gaf hem dinsdag een gevoelige tik op de vingers” (Lanting, 2019, p.19). Doordat de woorden ‘zwere nederlaag’ hier gebruikt worden, wordt Boris Johnson meteen door de media slecht weggezet. Stel dat de zin als volgt was geformuleerd: ‘Johnson heeft een fout gemaakt’. Dan zou Johnson al een stuk minder negatief worden weggezet.

De redactie van de Volkskrant (2019) schetst een bepaald beeld met de volgende zin: “Hij is een bedrijfsleven-gezinde belastingverlager die ‘fuck business’ heeft geroepen, een voorstander van immigratie die vrouwen in boerka beledigt. Zijn Politieke kring bestuderen heeft ook geen zin, want die heeft hij niet.” Johnson wordt hier weggezet als een man die geen verstand zou hebben van politiek en als iemand die tegen migranten is.

§4.3 audiovisuele analyse



In deze meme wordt Johnson vergeleken met the Joker. In de film Joker gaat het over een komiek die met zichzelf in de knoop zit, maar ondanks dat nog steeds probeert bekend te worden. Joker is de artiestennaam die hoofdpersonage Arthur Fleck aanneemt zodra hij gaat optreden. Hij bedoelt met Joker een clown. Uiteindelijk draait Joker in de film helemaal door en schiet hij de komiek Murray Franklin dood tijdens een tv uitzending. Dit doet hij naar aanleiding van zijn uitleg dat mensen in de samenleving mensen in nood de rug toekeert. Als gevolg daarvan breken in de stad gewelddadige rellen uit. Johnson wordt in deze meme weggezet als een soort joker. Hij wordt dus weggezet als een clown en een grappenmaker die je als politicus niet serieus kunt nemen. Johnson maakt bepaalde opmerkingen en beslissingen die het erop doen lijken alsof hij als premier graag de wereld wil zien branden. “Johnson blijft grapjes maken en vals glimlachen, alsof hij geniet van de Europese verwarring” (Ali, 2019, p.2). Hiermee wordt het beeld geschetst dat Johnson lijkt te genieten van de verwarring binnen Europa over de Brexit. Hij blijft er maar grapjes over maken en hij blijft erover glimlachen -vals of niet- en dat is precies wat the Joker ook doet. “De regering houdt er rekening mee dat er rellen zullen uitbreken bij een pijnlijke No Deal-Brexit” (Lanting, 2019, p. 8). Dit is precies wat er bedoeld wordt met ‘de wereld zien branden’. Als er een no deal-Brexit zou plaatsvinden, dan zou het een grote chaos worden en zouden mensen gaan protesteren, wat zich vervolgens uit in rellen. Johnson wil 31 oktober de Europese Unie verlaten en als er geen deal gesloten kan worden, dan wil hij het zonder deal. Daar gaan de inwoners van het Verenigd Koninkrijk niet mee akkoord vanwege de chaos die dan ontstaat en daarom zullen er mensen gaan protesteren wat vervolgens uit kan lopen op rellen. Het lijkt alsof Boris Johnson door deze beslissing het Verenigd Koninkrijk, en later de wereld als gevolg van de Brexit, wil zien branden voor zijn plezier en vermaak, net zoals the Joker die de wereld ook voor zijn plezier en vermaak de wereld wil zien branden.



In deze meme wordt Boris Johnson weggezet als een nog dommer persoon dan Donald Trump. Boris Johnson zou dommer zijn omdat hij een no deal-Brexit wil als er geen akkoord komt. Trump is in de media al vaak weggezet als 'dom' door de media. Boris Johnson wordt ook vaak weggezet als 'dom'. Trump en Johnson maken ook allebei graag zelf beslissingen over zaken en voeren ze hoe dan ook uit. Donald Trump heeft het plan doorgezet om de Mexicaanse muur te bouwen en Johnson wil graag een brug bouwen tussen Schotland en Noord-Ierland. Van Mierlo (2019) schrijft dat Johnson zijn plan om de brug te bouwen hoe dan ook wil verwezenlijken. Dat is hetzelfde als Trump heeft gedaan met de Mexicaanse muur. In deze meme worden Trump en Johnson niet weggezet als twee serieuze personen die verstand van zaken hebben. Allebei hebben ze geen serieus gezicht op de twee foto's in de meme, maar ondanks dat zijn het wel twee serieuze wereldleiders. Door deze twee niet-serieuze gezichten te tonen naast elkaar met het bijschrift erbij, worden zowel Trump als Johnson voor dom aangezien. Volgens Lanting (2019) nam het Britse Parlement in oktober een wet aan die Johnson dwong bij de EU uitstel te vragen tot het akkoord definitief in de wet is vastgelegd. Deze parafraze verwijst naar de Brexit onderhandelingen in oktober. Op het moment dat het duidelijk werd dat de regering geen hoop meer had op serieuze mogelijkheden om de EU te verlaten heeft de Britse regering de schuld gegeven aan anderen omdat er in plaats van een Brexit nu weer een onontkoombaar uitstel geregeld moest worden. Hiermee wordt de Britse regering ook niet heel serieus weggezet.

De meme is een verwijzing naar de film 'dumb and dumber'. Boris Johnson en Donald Trump worden in deze meme vergeleken met de twee hoofdpersonages uit deze film. In de film hebben de twee hoofdpersonages moeite met elk aspect van het leven en hebben ze een gebrek aan intelligentie. In de meme worden Johnson en Trump dus weggezet als twee niet-intelligente mannen die allebei moeite hebben met elk aspect van het leven.

5: Conclusie

De aanleiding van dit onderzoek was dat Boris Johnson als nieuwe premier is gekozen tijdens de periode waarin het in het Verenigd Koninkrijk draait om de Brexit. Na de verkiezingen stond op 31 oktober de nieuwe datum voor de Brexit gepland.

§5.1 Verschillen kwalitatieve en kwantitatieve resultaten

In oktober was de meeste berichtgeving over de Brexit. Wat opvalt is dat alle frames die als voorbeeld zijn genoemd in dit onderzoek niet uit oktober komen. In oktober komen wel een ander dominant frame naar voren, het 'onzekerheid' frame, maar dat heeft alleen betrekking op het Brexit-akkoord en niet op Johnson zelf. De frames over Boris Johnson zijn vooral naar voren gekomen aan het begin van zijn premierschap. In de kwantitatieve resultaten zie je in de grafiek een kleine piek in augustus. Dat is de eerste maand dat Johnson premier is. In deze maand zijn wel een aantal frames naar voren gekomen die voor belang zijn van dit onderzoek. Het 'coup' frame komt als dominant frame naar voren. Dit komt doordat Johnson in Augustus zijn parlement heeft geschorst (coup). Verder komt in augustus ook het 'no deal' frame naar voren. In augustus was er nog geen oplossing om grensposten bij Ierland te voorkomen. Als deze oplossing er niet kwam, dan zou er een harde Brexit zonder deal plaatsvinden. Dit was waarschijnlijk aanleiding voor de media om in augustus te berichten over allerlei negatieve gevolgen als er een 'no deal' Brexit zou komen.

§5.1.1 Antwoord onderzoeksvraag

De onderzoeksvraag die aan het begin van dit onderzoek gesteld is, luidt: In hoeverre is er sprake van framing in Nederlandse dagbladen over premier Boris Johnson sinds hij premier is tijdens de Brexit? Het blijkt naar aanleiding van de kwalitatieve en kwantitatieve resultaten dat er in oktober de meeste berichtgeving was. Deze berichtgeving is gekoppeld aan de trefwoorden waarop is gezocht om artikelen te vinden. In oktober was niet de meeste framing over Boris Johnson zelf. Er is sprake van framing over Boris Johnson tijdens zijn premierschap, maar dat was in augustus en september vooral van toepassing. Het meest dominante frame dat uiteindelijk naar voren is gekomen is 'Boris Johnson is vol van zichzelf'. Dat is wel een dominant frame dat duidelijk gaat over Boris Johnson. Verder is het 'no deal' frame als dominant frame naar voren gekomen, maar dit frame gaat niet specifiek over Johnson. Hij heeft zeker een belangrijke rol in dit frame, aangezien het gaat om de chaos die wordt veroorzaakt bij een no deal-Brexit en Johnson met of zonder deal de EU wil verlaten. Er is in veel van de 32 onderzochte artikelen best wel veel framing over Johnson gevonden. In ongeveer 17 artikelen heeft de framing betrekking op Johnson. De overige artikelen bevatten wel framing, maar dat gaat niet specifiek over Boris Johnson. Deze framing is meer gericht op de Brexit.

§5.2 Mogelijke gevolgen door berichtgeving

Als de kranten op deze manier berichtgeven over Johnson, dan heeft dat gevolgen. Lezers van de Volkskrant zullen een bredere mening vormen over Johnson en de Brexit op basis van de framing die voorkomt in alle artikelen. De framing komt hier niet alleen voor in feitelijke artikelen, maar ook in de opiniërende stukken. Er is wel vaak sprake van negatieve framing. Als de lezers hier gevoelig voor zijn, dan is er een grotere kans dat ze een negatievere mening over de Brexit en Johnson gaan vormen. De Telegraaf schetst Johnson alleen maar negatief af op basis van alleen maar feitelijke artikelen. Er is een grote kans dat mensen die alleen de telegraaf lezen negatiever over de Brexit zullen denken dan bijvoorbeeld een Volkskrantlezer. Ondanks dat, ligt het er altijd aan wat voor type mens de berichten leest en hoe gevoelig ze zijn voor invloed van de media.

§5.3 Reflectie betrouwbaarheid, validiteit en relevantie

§5.3.1 Betrouwbaarheid

Het onderzoek is betrouwbaar, maar niet voor 100%. Er is met een beperkt aantal trefwoorden gezocht om de artikelen te vinden. Hiermee zijn lang niet alle artikelen over Boris Johnson en de Brexit naar voren gekomen. Er zijn van de totale hoeveelheid artikelen uiteindelijk maar 32 artikelen gebruikt, wat het niet helemaal betrouwbaar maakt. De zoektermen kun je opnieuw invoeren in NexisUni en daar krijg je dezelfde hoeveelheid zoekresultaten uit als in dit onderzoek. De steekproefomvang is met 32 artikelen niet heel erg groot.

§5.3.2 Validiteit

De resultaten zijn intern valide, aangezien er de juiste conclusies mee getrokken kunnen worden. De steekproefomvang is klein, maar de resultaten die uit de steekproef komen zijn op basis van de resultaten wel betrouwbaar en intern valide. Het onderzoek is niet extern valide. Het lijkt namelijk niet op een bepaald aantal relevante kenmerken op de populatie. Hiervoor is dit onderzoek te kleinschalig en is de steekproefomvang te klein. De metingen die zijn gedaan waren bedoeld om meer te weten te komen over hoe Boris Johnson in de media wordt weggezet en wat de rol van de media hierin is. Dat is gelukt.

§5.3.3 Relevantie

Het onderzoek is relevant, aangezien er op dit moment heel veel te doen is rondom de Brexit. Sinds dat er een referendum is gehouden en de meeste inwoners van het Verenigd Koninkrijk de Europese Unie willen verlaten, is er elke dag veel berichtgeving over. Het houdt mensen bezig en het is onduidelijk wat er precies met de Brexit gaat gebeuren. Onderzoek doen over dit onderwerp is daarom relevant. Je komt meer te weten over hoe het precies zit met de berichtgeving rondom de Brexit en rondom premier Johnson. De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek, is dat er op dit moment in Europa onrust is over de Brexit. Johnson speelt hier een rol in, aangezien hij totaal niet duidelijk is geweest of er een deal-, no deal- of geen Brexit komt. Voor Europa en voor het Verenigd Koninkrijk is het van belang dat er duidelijkheid komt over de Brexit. Hoe dat Johnson tijdens de Brexit wordt weggezet door media, heeft invloed op hoe iedereen over de Brexit denkt. Johnson is sinds zijn premierschap het gezicht van het Verenigd Koninkrijk en daarmee ook het gezicht van de Brexit.

§5.3.4 Reflectie op onderzoeksverslag en resultaten

Wat ik wijzer ben geworden van het onderzoeksverslag, is dat Boris Johnson door media op verschillende manieren wordt weggezet. Dat Boris Johnson een veelbesproken persoon is, wist ik al. Ik wist niet dat er veel mensen negatief over hem zijn en dat er veel negatief over hem geschreven wordt. Dat hij bijvoorbeeld wordt weggezet als 'impopulaire premier' en iemand die graag de aandacht trekt van de media met zijn houding ben ik ook dankzij het onderzoek te weten gekomen. De resultaten die uit dit onderzoek zijn gekomen, verbaasde me aan de ene kant wel, zoals bij de twee memes waar Johnson wordt vergeleken met the Joker en in de andere meme met Donald Trump als verwijzing naar de film 'Dumb and Dumber'. Ook de hoeveelheid berichtgeving verbaasde me. Ik had van tevoren verwacht dat er veel meer berichtgeving over Boris Johnson zou zijn. Uiteindelijk bleek dat de traditionele kranten niet zoveel berichten hadden gepubliceerd als ik van tevoren had gedacht. De Brexit is best wel een groot en belangrijk onderwerp op dit moment in de media vanwege de onrust erover. Ik vond het daarom wel opvallend dat er maar 43 berichten over Boris Johnson en de Brexit in totaal in heel Oktober zijn gepubliceerd door twee kranten. Ik had verwacht dat dat er veel meer zouden zijn omdat het zo'n groot onderwerp is. Zeker tijdens de 'Brexitmaand' oktober had ik verwacht dat er meer berichten gepubliceerd zouden worden.

Bronnenlijst

- Ali, H. (2019, oktober 31). Relschopper. *de Volkskrant*, p. 2.
- Bruijn, H. d. (2011). *Framing, over de macht van taal in politiek*. Atlas Contact.
- IJzerdoorn, P. v. (2019, juli 25). Premier Johnson blaakt van zelfvertrouwen. *de Volkskrant*, pp. 6-7.
- IJzerdoorn, P. v. (2019, augustus 23). 'Yes we can' wil Johnson uitstralen. *de Volkskrant*, p. 5.
- Lanting, B. (2019, september 13). Gevolgen harde Brexit pijnlijk blootgelegd. *de Volkskrant*, p. 8.
- Lanting, B. (2019, september 25). Tik op de vingers. *de Volkskrant*, p. 19.
- Lanting, B. (2019, oktober 21). Wantrouwen. *de Volkskrant*, p. 17.
- Mierlo, J. v. (2019, september 20). Borisbrug. *de Telegraaf*, p. 17.
- Mierlo, J. v. (2019, september 27). Lagerhuis op de schopstoel. *de Telegraaf*, p. 17.
- Mierlo, J. v. (2019, augustus 30). Verzet tegen 'coup' van Johnson groeit. *de Telegraaf*, p. 16.
- Mierlo, J. v. (2019, augustus 29). Woede na 'coup' Boris. *de Telegraaf*, p. 16.
- 'No deal' dreigt. (2019, juli 24). *de Telegraaf*, p. 12.
- Redactie. (2019, juli 25). De grote Boris-show begint. *de Volkskrant*, p. 18.
- Verhoeven, N. (2018). *Wat is onderzoek?* Amsterdam: Boom uitgevers.
- Wijfjes, J. B. (2015). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam University Press.