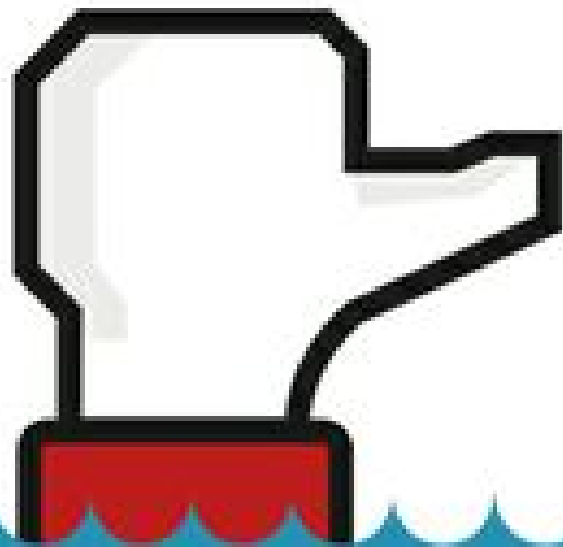


“DAT HEEFT GESTAAN OP FACEBOOK”

**Een inhoudsanalyse naar de relatie tussen mediaberichtgeving en
Facebook-discussies over migratie tijdens de vluchtelingenstroom**



Sjors Hofstede

Studentnummer: 426093

Thesisbegeleider: Dr. Nel Ruigrok

Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus Universiteit Rotterdam

Afbeelding door Art!Tunk/JFR, via Cartoonmovement.com

ABSTRACT

De grote stroom vluchtelingen die in 2015 uit voornamelijk Syrië richting Europa trok, ging gepaard met een stroom aan mediaberichtgeving. Naar mate de problematiek rond vluchtelingen dichterbij Nederland kwam, leek het publieke debat over migratie feller te worden en de weerstand tegen vluchtelingen groter, iets wat zich vooral uitte in hevige emotionele discussies op sociale media. Door te focussen op het verband tussen de berichtgeving van Nederlandse dagbladen op hun Facebook-pagina's en de daaropvolgende discussies, onderzocht deze thesis diverse relaties tussen mediaberichtgeving en het publieke migratiedebat en werd er verder gegaan dan de aanname dat negatieve mediaberichtgeving over vluchtelingen automatisch leidt tot een negatievere perceptie op immigratie. Hiervoor werd de hoeveelheid nieuws en reacties onderzocht, maar ook de focus van deze discussies, de frames die deze berichten domineerden tijdens het verloop van de problematiek en in hoeverre er sprake is van een publieke sfeer in het online migratiedebat. Om een zo breed mogelijke blik op deze medialogica te verkrijgen, werden ook de verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire media geanalyseerd.

Via een kwalitatieve inhoudsanalyse werden eerst de frames in beide soorten berichten opgetekend. Deze vormde de input voor een kwantitatieve inhoudsanalyse. Hieruit bleek dat er een duidelijk verband bestaat tussen de mediaberichtgeving van Nederlandse dagbladen op Facebook en de daaropvolgende reacties. Naar mate de problematiek dichterbij Nederland kwam, nam de media-aandacht toe en daarmee ook het aantal reacties, een indicatie van een grote invloed van de nabijheid van gebeurtenissen en dat er sprake is van agendasetting. Ook is er sprake van frame-setting in reacties. Uit beide soorten berichtgeving bleek dat er in de loop van de vluchtelingenstroom inderdaad een grotere weerstand tegenover vluchtelingen is ontstaan. Deze trend werd vooral geobserveerd in reacties, die veel stigmatiserende opmerkingen bevatten. De inhoud van reacties wordt beïnvloed door mediaberichtgeving, maar kan ook worden verklaard door de achterliggende dynamiek van migratie en politieke discussies op sociale media. Zo is er duidelijk sprake van een groep burgers die, vermoedelijk vanuit onvrede over de politiek, een groot onbehagen koestert ten aanzien van immigratie. Uit de lage mate van onbevangen en rationele discussie in reacties bleek bovendien dat er op Facebook maar weinig sprake is van een publieke sfeer. Daarom moeten er zeker kanttekeningen worden geplaatst bij de representativiteit van Facebook-discussies voor het algehele publieke debat.

Key Words: Migratie - Sociale media - Publieke sfeer - Framing - Frame-setting
- Agenda-setting - Nieuwswaarden - Populaire media -
Kwaliteitsmedia

VOORWOORD

‘Word je daar nou niet verschrikkelijk depressief van?’ was een opmerking die ik de afgelopen maanden vaak te horen kreeg wanneer ik mensen vertelde dat ik mijn thesis schreef over Facebook-discussies over vluchtelingen, die bol staan van stigmatiserend gedrag. Deze opmerking werd regelmatig gevolgd door de bewering “ik zou echt al mijn vertrouwen in de mensheid verliezen.” Toegegeven, een paar duizend reacties doornemen waarin met enige regelmaat wordt gerefereerd naar de jaren '40, is niet altijd leuk. Wat mij echter opviel tijdens deze analyse is hoever deze reacties afstonden van de ‘normale’ mensen die je iedere dag ‘in het echt’ tegenkomt. Doordat deze observatie vervolgens werd bevestigd door de resultaten van dit onderzoek, durf ik zelfs te stellen dat deze thesis mijn vertrouwen in de goedheid van de mens heeft verbeterd.

Dit betekent echter niet dat het onderzoeken van Facebook-reacties eenvoudig was. Door verder te willen gaan dan zomaar aan te nemen dat media de maatschappij beïnvloeden, kwam ik terecht in een nieuw onderzoeksgebied, waarbij ik vaak op moest passen om niet te verdwalen in de mogelijkheden die hier te vinden waren. Deze vraagstukken maakte het schrijven van deze thesis tot een behoorlijke kluit, om maar niet te spreken van de technische aspecten die hierbij kwamen kijken. Een paar duizend Facebook-reacties netjes gecodeerd in een statistiekprogramma krijgen is makkelijker gezegd dan gaan.

Om die reden wil ik graag mijn begeleider Nel Ruigrok waanzinnig bedanken. Vanaf het moment dat ik met mijn, volgens haar ambitieuze, onderzoekidee kwam, heeft zij veel energie gestoken in de uitvoering hiervan. Zonder haar data-technische hulp was het schrijven van deze thesis sowieso onmogelijk geweest, maar ook haar snelle reacties op onmogelijke tijdstippen en motiverende woorden werden zeer op prijs gesteld. Een treffende quote was toen ik vertelde dat ik voltijd stage ging lopen en twijfelde of ik de deadline wel ging halen: “Dan slaap je toch wat minder.” Nou Nel, dat heb ik wel gedaan.

Ook wil ik graag Sarah Gagestein van Taalstrategie bedanken voor de leerzame begeleiding bij het inductieve vooronderzoek, evenals mijn medestudent Julia de Vogel voor de prettige samenwerking hierbij. Deze dankwoorden gelden overigens voor alle medestudenten en vrienden (de ene categorie sluit de ander niet uit) met wie ik het afgelopen jaar heb doorgebracht. Sommigen waren een goede motivatie, vele anderen de perfecte afleiding. In het bijzonder wil ik hierbij Barbara bedanken voor de eindredactie, dat moet niet hebben meegevallen.

Tot slot wil ik mijn broer en m'n ouders bedanken. Jap, je hebt helemaal niks met deze scriptie te maken gehad maar ik moest je wel noemen van mezelf. Grapje, je bent een held. Paps en mams, bedankt voor de onvoorwaardelijke support in alles, altijd.

Sjors Hofstede

Den Haag, 22 juni 2016

INHOUDSOPGAVE

ABSTRACT	2
VOORWOORD	3
INHOUDSOPGAVE	4
1. INLEIDING	6
1.1 RELEVANTIE	8
1.2 INHOUD & STRUCTUUR	12
2. THEORETISCH KADER	13
2.1 INTERNET, NIEUWS & DEMOCRATIE	13
2.2 SOCIALE MEDIA & HET PUBLIEKE DEBAT	15
2.3 NIEUWSSELECTIE	19
2.4 FRAMING	20
2.5 FRAMING VAN MIGRATIE	23
2.5.1 MENSELIJKHEIDSFRAME	24
2.5.2 WIJ-ZIJFRAME	25
2.5.3 URGENTIEFRAME	26
2.5.4 ECONOMIEFRAME	27
2.5.5 SOCIALE ONRUSTFRAME	28
2.5.6 BELEIDSFRAME	28
3. METHODE	30

3.1 DATA	30
3.2 METHODEN EN OPERATIONALISERING	33
3.2.1 KWALITATIEVE INHOUDSANALYSE	33
<i>3.2.1.1 KWALITATIEVE INHOUDSANALYSE VAN MEDIABERICHTGEVING</i>	<i>34</i>
<i>3.2.1.2 KWALITATIEVE INHOUDSANALYSE VAN FACEBOOK-REACTIES</i>	<i>35</i>
3.2.2 KWANTITATIEVE INHOUDSANALYSE	36
<i>3.2.2.1 AUTOMATISCHE INHOUDSANALYSE</i>	<i>36</i>
<i>3.2.2.2 HANDMATIGE INHOUDSANALYSE</i>	<i>36</i>
<i>3.2.2.2.1 BETROUWBAARHEID VAN DE ANALYSES</i>	<i>42</i>

4. RESULTATEN	
44	
4.1 MEDIA-AANDACHT EN NIEUWSWAARDEN	44
4.2 FRAMES IN MEDIABERICHTGEVING EN REACTIES	47
4.2.1 KWALITEITSKRANTEN EN POPULAIRE KRANTEN	51
4.3 DOMINANTE FRAMES IN HET VERLOOP VAN DE VLUCHTELINGENSTROOM	53
4.3.1 KWALITEITSKRANTEN EN POPULAIRE KRANTEN	58
4.3.2 REACTIES OP KWALITEITSKRANTEN EN POPULAIRE KRANTEN	59
4.4 FRAME-SETTING IN FACEBOOK-REACTIES	61
4.5 HET PUBLIEKE MIGRATIEDEBAT OP FACEBOOK	64
5. CONCLUSIE & DISCUSSIE	67
5.1 CONCLUSIE	67
5.2 DISCUSSIE	72
5.2.1 RELEVANTIE	72
5.2.2 BEPERKINGEN & SUGGESTIES VOOR VERVOLGONDERZOEK	74
LITERATUURLIJST	79
WEBBRONNEN	88
BIJLAGEN	89
A. PRECISION & RECALL	89
B. FRAMING-MATRIX	90

1. INLEIDING

De grote stroom vluchtelingen¹ die in 2015 uit voornamelijk Syrië richting Europa trok, ging gepaard met een stroom aan mediaberichtgeving. Vooral in het najaar, toen steeds meer vluchtelingen Nederland bereikten, was er sprake van een stevig publiek debat waarin veel Nederlanders zich uitspraken tegen de komst van vluchtelingen. Een tekenende situatie voor dit debat ontstond toen Geert Wilders, leider van de populistische anti-immigratiepartij PVV, op 7 oktober op bezoek ging in Purmerend. Voor de camera's van *EenVandaag* sprak een inwonster van Purmerend haar zorgen uit over de mogelijke komst van een asielzoekerscentrum in het dorp. Vluchtelingen kregen volgens haar na vier maanden een baan aangeboden, terwijl haar 21-jarige pleegzoon werkeloos thuis zat. Gevraagd naar de bron van deze informatie antwoordde de vrouw: "Dat heeft gestaan op Facebook" (*EenVandaag*, 7 oktober 2015).

Dit voorbeeld is tekenend voor het publieke debat over vluchtelingen om twee redenen. Ten eerste omdat naar mate de problematiek rond de vluchtelingenstroom dichterbij Nederland kwam, de weerstand tegen vluchtelingen groter leek te worden en het debat over migratie feller. Zo ontstonden er op diverse plaatsen rellen bij inspraakavonden over de komst van asielzoekerscentra. Waar sommigen stelden dat het de morele plicht van Nederland en Europa is om vluchtelingen op te vangen, zagen anderen de komst van vluchtelingen als een bedreiging voor de Westerse cultuur, welvaart en veiligheid. Veelgehoorde angsten waren dat vluchtelingen alleen maar uit zijn op de Westerse welvaartsvoorzieningen, te afwijkende normen en waarden hebben, vrouwen lastigvallen en mogelijk betrokken zijn bij terroristische organisaties als de Islamitische Staat. Hierdoor werden voorstanders van vluchtelingenopvang vaak verweten 'weg te kijken voor problemen', terwijl tegenstanders op hun beurt werden betiteld als 'xenofob'. Deze polarisering tekende zich ook af in de politiek. De PVV, de dominerende partij in de mediaberichtgeving over vluchtelingen (Van Teefelen, 2015), sloot het jaar af als absolute koploper in de politieke peilingen (*Peil*, 2016). Alle overige politieke partijen sloten echter uit dat zij bij een eventuele verkiezingsoverwinning van de PVV met deze partij zouden samenwerken, vanwege uitspraken van Geert Wilders over Marokkaanse immigranten.

¹ Bewust van de connotaties die de woorden 'vluchteling', 'asielzoeker' en 'migrant' met zich meebrengen, is er voor deze thesis gekozen om voornamelijk gebruik te maken van de benaming 'vluchteling'. In deze afweging is niet gekeken naar de connotaties die de verschillende termen met zich meebrengen, maar naar welke benaming voor iemand die zijn/haar land verlaat op zoek naar een beter leven, het meest gangbaar is in de mediaberichtgeving.

Een tweede reden waarom de uitspraak van de vrouw uit Purmerend tekenend is voor het publieke migratiedebat, is dat dit debat niet alleen werd gevoerd in de traditionele massamedia, maar zich ook verlegde naar sociale media. Elk nieuwsbericht over de vluchtelingenstroom op Facebook leek te worden gevolgd door een hevige discussie over het al dan niet opvangen van vluchtelingen. Dit past bij de manier waarop de hedendaagse mediabeeldvorming tot stand komt. Anno 2016 bestaan media niet meer alleen uit gevestigde kranten-, tijdschrift- en televisieredacties, maar spelen ook het internet en sociale media een grote rol in de productie en consumptie van nieuws (Dekker & Scholten, 2015). Hoewel de traditionele media nog altijd het grootste aandeel hebben in de nieuwsmarkt, groeit de invloed van online media (*Mediamonitor*, 2015; *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2015). Zo verspreiden alle landelijke dagbladen en nieuwsprogramma's hun nieuws via sociale media-accounts, geeft 63 procent van de Facebook- en Twitter-gebruikers aan deze platforms te gebruiken om op de hoogte te blijven van het nieuws (Mitchell & Page, 2015) en zegt 78% van de Facebook-gebruikers nieuws tegen te komen op Facebook wanneer zij de site bezoeken voor andere redenen (Mitchel, Kiley, Gottfried & Guskin, 2013).

Vanwege de interactieve structuur en het grote gebruiksgemak van de platforms, benadrukken wetenschappers veelal het democratische potentieel van sociale media als een publieke sfeer (Papacharissi, 2009). Echter, waar de publieke sfeer wordt gekenmerkt door een rationeel en onbevangen overleg (Habermas, 1973), lijken politieke discussies op sociale media te worden gekenmerkt door egocentrisch gedrag van voornamelijk boze mensen, waardoor deze discussies vaak stranden in ongefundeerde meningen en scheldpartijen (e.g. Davis, 1999; Kaye, 2007; Kushin & Kitchener, 2009; Robinson, 2010; Maier, 2015). Dit roept de vraag op of het publieke debat over vluchtelingen inderdaad heftiger is geworden, of dat de vele emotionele reacties inherent zijn aan het platform waarop dit debat wordt gevoerd.

Het platform waarop het publieke debat over vluchtelingen plaatsvindt is een mogelijke verklaring voor de toon van dit debat, maar de mediawetenschappelijke theorie over migratie biedt meerdere perspectieven. Nieuwsmedia berichten bijvoorbeeld meer over onderwerpen met een grotere geografische of culturele nabijheid (Altheide & Snow, 1979; Semetko & Valkenburg, 2000) en hebben de potentie om de agenda van het publieke debat te bepalen (McCombs & Shaw, 1972). Dit verklaart mogelijk dat naar mate de afstand van deze problematiek tot Nederland afnam, de hoeveelheid media-aandacht toenam. Verder groeit de intentie van het publiek om te stemmen voor anti-immigratie partijen wanneer nieuwsmedia meer berichten over migratie-gerelateerde onderwerpen (Boomgaarden & Vliegthart, 2007; Beyer, Knutsen & Rasch, 2014). Dit kan weer mogelijk worden verklaard doordat het

gemedieerde migratiedebat vaak intens, gepolariseerd en emotioneel is (Cottle, 2000), media een belangrijke rol spelen in het bepalen van hoe er over een onderwerp gesproken wordt (Hall, Critcher, Jefferson, Clarke, & Roberts, 1978) en mediapubliek vooral aandacht besteedt aan nieuws dat hen blij of juist boos maakt (Harcup & O'Neill, 2016).

Deze verschillende relaties tussen mediaberichtgeving en het publieke migratiedebat staan centraal in deze thesis, die zich focust op het verband tussen de berichtgeving van Nederlandse dagbladen op hun Facebook-pagina's en de daaropvolgende discussies. Hierbij wordt niet alleen de hoeveelheid nieuws en reacties onderzocht, maar ook de focus van deze discussies en de verschillende perspectieven die deze berichten domineren. Om een zo breed mogelijke blik op de dominerende perspectieven te verkrijgen, wordt er bovendien gekeken naar de verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire media. De centrale onderzoeksvraag van deze thesis luidt daarom:

In hoeverre bestaat er, in termen van hoeveelheid, focus en perspectieven, een relatie tussen de berichtgeving over migratie van Nederlandse kwaliteitskranten en populaire kranten op Facebook en de daaropvolgende reacties?

Deze hoofdvraag zal worden beantwoord door de combinatie van een kwalitatieve inhoudsanalyse met een kwantitatieve inhoudsanalyse. Eerst zal op inductieve wijze worden bekeken welke perspectieven, oftewel 'frames' (Entman, 1993), er voorkomen in de mediaberichtgeving over vluchtelingen en de daaropvolgende reacties. De kenmerken die worden gevonden in deze analyse zullen als input worden gebruikt voor een kwantitatieve inhoudsanalyse. In deze kwantitatieve analyse zal worden onderzocht hoe Facebook-gebruikers reageren op de berichtgeving over vluchtelingen en welke relaties er bestaan tussen deze uitingen en de mediaberichtgeving. Verder wordt er bestudeerd in hoeverre de dominantie van frames van vluchtelingen in mediaberichtgeving en Facebook-reacties is veranderd in het verloop van de vluchtelingenstroom. Ook wordt er bekeken of de perspectieven in de berichtgeving en reacties van en op kwaliteitsmedia verschillen met de berichtgeving en reacties van en op populaire media.

1.1 RELEVANTIE

Onderzoek naar mediaberichtgeving is maatschappelijk relevant, zeker in een democratische samenleving waar burgers afhankelijk zijn van media voor hun informatievoorziening (Benton & Frazier, 1976). Deze informatieve functie is de eerste van de drie verantwoordelijkheden die media volgens De Haan & Bardoel (2011) hebben binnen een goed functionerende democratie.

Buiten dat media burgers goed moeten inlichten, moeten ze burgers voorzien van een platform voor dialoog en moeten media fungeren als een waakhond voor het publiek met betrekking tot het handelen van politieke en andere maatschappelijke actoren en instituties (Wildemann & Kaltefleiter, 1965, in De Haan & Bardoel, 2011). Om die reden worden nieuwsmedia vaak geacht om zo objectief mogelijk te zijn in hun berichtgeving (Soroka, 2003).

Hoewel journalisten zich laten leiden door een sterk gevoel van professionele normen (Schudson, 2002), is volledige objectiviteit bijna onmogelijk. Hiervoor zouden zij iedere gebeurtenis vanuit elke mogelijke invalshoek moeten belichten. Journalisten zijn echter sterk afhankelijk van hun bronnen (Bennett, 1990) en moeten tegelijkertijd een verkoopbaar product leveren. Hierdoor moeten media in de berichtgeving over een maatschappelijk probleem onvermijdelijk kiezen voor een bepaalde definitie, evaluatie of interpretatie van dit probleem (Shoemaker, Vos & Reese, 2009). Doordat media deze definitie, evaluatie of interpretatie, oftewel 'frame', vervolgens verspreiden, spelen zij een belangrijke rol in de bepaling van hoe er in een samenleving over het betreffende probleem wordt gesproken (Hall et al., 1978; Entman, 1993).

Het framen van een onderwerp kan zo bijdragen aan het vormen van sociale processen als politieke socialisatie, besluitvorming en collectieve acties (De Vreese, 2005). Dit heeft voor- en nadelen. Media kunnen bijvoorbeeld aandacht vragen voor de schrijnende levenssituatie van vluchtelingen en zo mensen aansporen om hen te helpen, maar kunnen evengoed bijdragen aan de stigmatisering van vluchtelingen. Zo kunnen media door het systematisch representeren van – echte of verzonnen – verschillen tussen vluchtelingen en Nederlanders, vluchtelingen als een out-group construeren (Staszak, 2008). Dit representeren van een out-group als een ander soort mens wordt ook wel 'otherness' genoemd. Een belangrijk onderdeel van het construeren van een out-group, oftewel 'othering', is de ontzegging van dezelfde identiteit als de in-group, die zichzelf meestal als meerderwaardig beschouwt. Op deze wijze kan het systematisch representeren van vluchtelingen als 'others' een potentieel motief vormen voor discriminatie van immigranten (Staszak, 2008). Dit maakt het maatschappelijk relevant om onderzoek te doen naar de (sociale) mediaberichtgeving over vluchtelingen, zeker met het oog op de huidige context:

In 2015 vroegen 58.880 mensen asiel aan in Nederland. Dat aantal was sinds 1993 niet zo groot geweest (Vluchtelingenwerk Nederland, n.d.). In 2011 lag het aantal aanvragen met 14.631 relatief laag, maar toen al observeerde de socioloog Dick Pels (2011) een toename van sociaal onbehagen tegenover vreemdelingen. In zijn bespreking van de opkomst van het modern-populisme beweert Pels dat, door de ontzuiling en het toegenomen individualisme in

Nederland, er een groep assertieve burgers is ontstaan “die recht meent te hebben op alles, weinig gevoel heeft voor solidariteit buiten eigen huis en haard, anderen gemakkelijk de schuld geeft van eigen onvrede en falen, en de overheid overlaadt met eisen maar haar tegelijkertijd diep wantrouwt” (p. 42). Het gedrag van deze groep burgers is volgens Pels te verklaren als “een overreactie op de angst te worden bedreigd door ongrijpbare externe krachten die de recent verworven welvaart, cultuur en levensstijl op het spel zetten” (p. 42). Deze angsten, onder meer voor globalisering, leiden tot een sociale onrust over vluchtelingen die Nederland binnenkomen en die ‘overall voorrang op krijgen’ en ‘alleen maar profiteren’. Deze onvrede gaat gepaard met een wantrouwen tegenover de politiek, die niet voldoende in staat is om de levensstijl van deze groep te beschermen tegen de externe krachten waarvoor deze groep vreest (Pels, 2011).

Pels (2011) beschrijft deze ontwikkelingen als een verklaring voor de toenemende populariteit van de eerdergenoemde politieke partij PVV. Het feit dat deze anti-immigratiepartij aan populariteit won tijdens de vluchtelingenstroom ondersteunt de aannames van Pels en suggereert dat de vluchtelingen die Nederland en Europa binnenkomen, de tijdsgeest tegen zich hebben. Om dit met grotere zekerheid vast te kunnen stellen, is meer inzicht in het maatschappelijke discours vereist. Doordat media bepalend zijn in het verspreiden van definities over maatschappelijke vraagstukken, wordt hun berichtgeving beschouwd als een afspiegeling van het maatschappelijke discours (Hall, 1997). Dit maakt media-onderzoek in vele gevallen maatschappelijk relevant, maar gezien de huidige context is het dat in deze situatie des te meer.

Buiten deze maatschappelijke relevantie, is deze thesis is ook academisch relevant. Door onderzoek te doen naar diverse relaties tussen mediaberichtgeving over vluchtelingen en de daaropvolgende reacties op sociale media, ontstaat er een breder begrip van de medialogica rond migratie. Ten eerste verschaft het onderzoek naar de manier waarop Facebook-gebruikers reageren op de berichtgeving over migratie meer inzicht in de werking van politieke discussies op online media platforms. Sinds de opkomst van het internet is er vanuit de wetenschap veel aandacht geweest voor het democratische potentieel van online media, waarin sociale media veelal worden getoetst aan Jürgen Habermas’ concept van de publieke sfeer (Papacharissi, 2009). Empirisch onderzoek wijst echter uit dat discussies op sociale media vaak het tegenovergestelde zijn van de onbevangen en rationale discussies die Habermas voorstelt (Davis, 1999; Kushin & Kitchener, 2009). Door te bestuderen hoe er op sociale media wordt gediscussieerd over een belangrijk maatschappelijk onderwerp en hoe deze discussies worden beïnvloed door de hoeveelheid media-aandacht, vergroot deze thesis het academische begrip

van politieke discussies op sociale media. Hierdoor wordt er een bijdrage geleverd aan de perspectieven op de publieke sfeer van Habermas en de rol die (nieuwe) media daarin spelen.

Ten tweede onderzoekt deze thesis welke gebeurtenissen rond de vluchtelingenstroom pieken hebben veroorzaakt in de hoeveelheid media-aandacht en Facebook-reacties. Volgens Van Noije (2007) is migratie een mediageniek onderwerp vanwege de dramatische en narratieve aantrekkingskracht van de gebeurtenissen die hieromheen plaatsvinden. Harcup & O'Neill (2016) stellen dat Facebook-gebruikers vooral aandacht besteden aan nieuws dat hen blij of juist boos maakt en Maier (2015) beweert dat ook culturele en geografische nabijheid van een onderwerp een versterkende invloed hebben op de hoeveelheid reacties. Door aan de hand van de nieuwswaardetheorie te bestuderen welke eigenschappen van nieuwsgebeurtenissen hebben geleid tot veel aandacht van (sociale) media, voorziet dit onderzoek in een beter begrip waarom media aandacht besteden aan migratie en waarom sociale-mediagebruikers reageren op deze berichtgeving.

Ten derde levert deze thesis, door het vergelijken van de voorkomende frames in Facebook-reacties met de frames in mediaberichtgeving, een bijdrage aan de reeds bestaande literatuur over het framen van migratie in mediaberichtgeving. Hier is al veel onderzoek naar gedaan (Dekker & Scholten, 2015), maar dit onderzoek richt zich vooral op het analyseren van mediaberichten (Figenschou, Beyer & Thorbjørnsrud, 2015). Het beeld wat bestaat van deze frames kan daarom worden verrijkt door ook sociale media-uitingen te betrekken in een framinganalyse (Gagestein, 2015). Doordat de bestudeerde frames in deze thesis niet alleen voortkomen uit een literatuurstudie, maar eerst worden opgetekend door middel van een inductief vooronderzoek, geeft deze studie een goede update van frames die relevant zijn in de huidige migratiecontext en kan er worden vastgesteld in hoeverre frames in Facebook-reacties verschillen van de frames in krantenberichtgeving.

Ten vierde ligt, doordat de meeste onderzoeken naar framing van migratie zich berusten op de aanname dat media de publieke opinie kunnen beïnvloeden door bepaalde aspecten in de berichtgeving verder te belichten, de focus van veel framingonderzoek met diverse vormen van inhoudsanalyses vooral op de inherente boodschappen van mediateksten, en niet op het effect van deze berichtgeving (Figenschou, Beyer & Thorbjørnsrud, 2015). Zeldzame uitzonderingen hierop zijn de studies van Boomgaarden & Vliegthart (2007) en Beyer et al. (2014). Door te kijken welke mediaframes voorkomen in de Facebook-reacties van het publiek op de mediaberichtgeving over migratie, poogt deze thesis verder te gaan dan alleen aan te nemen dat bijvoorbeeld negatieve framing van vluchtelingen ook een negatieve invloed heeft op de

publieke perceptie op vluchtelingen. Op deze wijze wordt getracht meer inzicht te verschaffen in hoe framing de publieke opinie over migratie beïnvloedt.

Tot slot onderzoekt deze thesis het verschil tussen de perspectieven en reacties in en op de berichtgeving van kwaliteitskranten en de perspectieven en reacties in en op de berichtgeving van populaire kranten. Kwaliteitskranten berichten over het algemeen positiever over migratie dan populaire kranten (Street, 2003; Van Gorp, 2006). Hoewel Patterson (2007) beweert dat internetgebruikers online vooral zoeken naar een bevestiging van hun eigen interesse, beweren Mitchel et al. (2013) dat mensen op Facebook eenvoudiger in contact komen met media die ze normaal niet lezen. Deze thesis levert een bijdrage aan dit debat door te bestuderen of de door Street (2003) en Van Gorp (2006) beschreven verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire kranten ook zijn terug te vinden in de Facebook-reacties op deze media.

1.2 INHOUD & STRUCTUUR

In dit eerste hoofdstuk is de aanleiding van deze thesis beschreven en is kort besproken welke aspecten van de medialogica in het publieke migratiedebat hierin worden onderzocht. In het volgende hoofdstuk, dat het theoretisch kader van deze studie vormt, wordt dit uitvoeriger besproken. Hierin wordt een overzicht gepresenteerd van theorieën en concepten die relevant zijn voor dit onderzoek, waarbij vanuit de brede relatie tussen internet, het nieuws en de democratie steeds verder wordt ingezoomd op de specifieke aspecten van (sociale) mediaberichtgeving rondom het migratiedebat. Bij dit inzoomen wordt de centrale onderzoeksvraag opgesplitst in een zestal deelvragen, die de basis vormen voor het onderzoek dat in het methodehoofdstuk wordt beschreven. In dit derde hoofdstuk wordt nader toegelicht welke data er zijn verzameld, welke methode zal worden gehanteerd, hoe deze methode wordt geoperationaliseerd en hoe de gevonden resultaten zullen worden geanalyseerd.

Hoofdstuk 4 presenteert de resultaten uit dit onderzoek waarbij, in tegenstelling tot het theoretisch kader, wordt uitgezoomd van de specifieke aspecten van berichtgeving naar het grotere geheel van de medialogica rond migratie. Op basis van deze resultaten wordt in hoofdstuk 5 eerst een antwoord gegeven op de centrale onderzoeksvraag van deze thesis. In het tweede deel van dat hoofdstuk wordt deze conclusie bediscussieerd door te reflecteren op de theorie en methodiek die gehanteerd zijn om tot deze conclusie te komen. Hierbij zal ook worden gereflecteerd op de maatschappelijke en academische bijdrage die deze thesis heeft geleverd. De thesis sluit af met een reeks suggesties voor verder onderzoek.

2. THEORETISCH KADER

Dit hoofdstuk vormt het theoretische kader van deze thesis en presenteert een overzicht van theorieën en concepten die relevant zijn voor dit onderzoek. Dit hoofdstuk is zo opgesteld dat het vanuit de brede relatie tussen internet, het nieuws en de democratie steeds verder inzoomt op de specifieke aspecten van (sociale) mediaberichtgeving rondom het migratiedebat. Om een begrip te kunnen vormen van de bestaande relaties tussen mediaberichtgeving over migratie en de daaropvolgende Facebook-reacties, is het namelijk belangrijk om eerst inzicht te verkrijgen in de manier waarop nieuwsconsumptie plaatsvindt op het internet en welke gevolgen dit heeft voor het publieke debat. Om die reden wordt in dit hoofdstuk eerst besproken welke gevolgen de opkomst van het internet en sociale media heeft gehad op de consumptie van nieuws en welk effect dit heeft op de democratie. Vanuit het *deliberative democracy model* zal er vervolgens dieper worden ingegaan op sociale media en de relatie van deze online platforms met het publieke debat. Omdat dit debat wordt beïnvloed door mediaberichtgeving, zal daarna met behulp van de concepten nieuwswaarden en framing worden besproken hoe mediaberichtgeving over migratie tot stand komt en hoe het gebruikt van frames het publieke migratiedebat kan beïnvloeden. Het hoofdstuk sluit af met een literatuurstudie naar de frames die werden opgetekend in een inductief vooronderzoek.

2.1 INTERNET, NIEUWS & DEMOCRATIE

De opkomst van het internet, en daarmee die van vele onlinenieuwssites, heeft een verandering teweeggebracht in het hedendaagse medialandschap. Zo'n twee decennia nadat kranten voor het eerst de digitale nieuwsmarkt betraden met een onlineversie, wijzen zowel nationale als internationale rapporten (*Mediamonitor, 2015; Reuters Institute for the Study of Journalism, 2015*) uit dat het internet tegenwoordig een prominente rol speelt in de consumptie van nieuws. Dezelfde rapporten verwachten bovendien dat dit aandeel, met de toename van het aantal smartphones en tablet-computers, alleen maar verder zal groeien in de komende jaren. De groei van het internet gaat gepaard met andere soorten media en andere vormen van nieuwsconsumptie. Zo verspreiden alle Nederlandse dagbladen en televisiejournaals hun nieuws ook via sociale mediakanalen als Twitter en Facebook. 63 procent van de gebruikers van deze kanalen zegt deze sociale media te gebruiken om op de hoogte te blijven van het nieuws (Mitchell & Page, 2015). Ook geeft 78 procent van de Facebook-gebruikers aan regelmatig nieuws tegen te komen op Facebook, zonder dat zij hiernaar zochten (Mitchel et al., 2013).

Sinds de opkomst van het internet hebben buiten de traditionele media veel andere nieuwsmedia de kop op gestoken in de concurrentiestrijd voor lezers en advertentie-inkomsten (Humprecht & Büchel, 2013). Dit kan worden verklaard door het grote gemak en de lage kosten waarmee informatie via het internet kan worden geconsumeerd, gedeeld en geproduceerd (Shoemaker & Vos, 2009). Door de continue nieuwsstroom die hierdoor is ontstaan, heeft men een grotere keuzevrijheid om zichzelf op hoogte te stellen. Dit kan enerzijds worden gezien als een positieve ontwikkeling voor de democratie, omdat de burger toegang heeft tot de informatie die hij wilt, wanneer hij maar wilt. Anderzijds staat deze toegenomen vrijheid volgens Patterson (2007) het vormen van een vast nieuwsconsumptiepatroon in de weg. In plaats van nieuwe interesses te ontwikkelen zouden internetgebruikers op zoek zijn naar informatie die past bij reeds bestaande interesses. Zo worden mensen zonder politieke interesse moeilijker getriggerd. Dit proces wordt versterkt door de gefragmenteerde structuur van het internet (Patterson, 2007).

Gecombineerd met de toegenomen concurrentiestrijd, heeft deze veranderende nieuwscyclus angsten veroorzaakt voor negatieve consequenties voor de kwaliteit van nieuws in online media (e.g. Plasser, 2005; Patterson, 2007). De kwaliteit van nieuws wordt meestal gekoppeld aan het *publieke belang*, oftewel de bijdrage die het nieuws levert aan de democratie (McQuail, 1992). Volgens deze redenering zou een teloorgang van de nieuwswaarde verstrekking gevolgen kunnen hebben voor de maatschappij, maar Jacobi (2016) stelt dat er uiteenlopende ideeën en modellen bestaan over wat democratie betekent en welke bijdrage nieuwsmedia hieraan kunnen en zouden moeten leveren.

Een democratisch model dat door de opkomst van sociale media hernieuwde aandacht heeft gekregen in de academische literatuur, is het *deliberative democracy model* (Street & Wright, 2007; Jacobi, 2016). Dit model beschouwt *deliberatie*, oftewel overleg, als essentieel voor een effectieve democratie. Met *deliberatie* wordt verwezen naar een specifieke vorm van participatie: een geïnformeerde discussie tussen personen over onderwerpen die voor hen van belang zijn en die leidt tot een vorm van consensus en collectieve actie. Hoewel het een breed gedeelde mening is binnen de democratische theorievorming dat uitgebreide *deliberatie* een grote bijdrage kan leveren aan de democratie, werd het *deliberative democracy model* vanwege de moeilijkheden rond grootschalige politieke discussies vaak gezien als onpraktisch (Street & Wright, 2007). Deze aanname is recentelijk veranderd door de asynchrone wijze waarop er op het internet massaal over politieke onderwerpen kan worden gediscussieerd, bijvoorbeeld op Facebook. Hierdoor heeft het *deliberative democracy model* aan populariteit gewonnen en zijn er verschillende perspectieven ontwikkeld op de bijdrage die online discussies kunnen leveren

aan de democratie. Dat maakt het deliberative democracy model interessant voor deze thesis. Om die reden zal er in de volgende paragraaf vanuit dit model worden besproken hoe sociale media een bijdrage kunnen leveren aan het publieke debat en welke mechanismes hierachter liggen.

2.2 SOCIALE MEDIA & HET PUBLIEKE DEBAT

De perceptie van het deliberative democracy model op de bijdrage die sociale media aan de democratie kunnen leveren, kan worden verklaard door verschillende percepties op de publieke sfeer (Jacobi, 2016). De publieke sfeer zoals gedefinieerd door Jürgen Habermas, de architect van dit concept, representeert een sociaal domein waarbinnen de publieke opinie wordt uitgedrukt (Habermas, 1973). Idealiter vindt in deze sfeer de onderhandeling plaats tussen het publieke belang en privébelangen door middel van een onbevangen rationele discussie. Door het internet te toetsen aan dit concept, wordt het vanuit het deliberative democracy model vaak beschreven als een nieuwe discursieve ruimte die kan leiden tot meer betrokkenheid en participatie in het publieke debat voor alle burgers (Vesnic-Alujevic, 2012). Street & Wright (2007) benadrukken het belang van burgerlijke betrokkenheid in maatschappelijke discussies. Volgens hen bestaat er geen legitieme democratie zonder een voortdurend publiek debat tussen burgers onderling en tussen burgers en autoriteiten. Beide vormen van discussie worden volgens Street & Wright (2007) mogelijk op sociale media. In lijn hiermee geloven Lusoli, Ward & Gibson (2006) dat het internet het potentieel heeft om burgers met een desinteresse voor politiek aan te trekken en hun politieke participatie te vergroten.

Tegenover deze optimistische geluiden bestaat echter ook pessimisme. Hoewel het internet voorziet in een publieke ruimte voor discussie, voorziet het niet direct in een publieke sfeer. Grotere toegang tot informatie leidt immers niet automatisch tot meer politieke participatie, burgerlijke betrokkenheid of vertrouwen in het politieke proces (Kaid, 2002). Bovendien verzekert het technologische potentieel voor bredere communicatie en overeenstemming niet dat mensen met verschillende achtergronden elkaar sneller zullen begrijpen (Hill & Hughes, 1998). Online discussies van publieke zaken kunnen burgers met gelijke motivaties verbinden, maar evengoed culturele verschillen reproduceren en versterken (Schmitz, 1997; Patterson, 2007). Bellamy & Raab (1999) stellen daarom dat er een reëel gevaar is “that ICTs will not only reflect but amplify the fragmentation of the public sphere, balkanizing politics into multifarious and shifting constituencies” (p. 169). In plaats het creëren van een brede deliberatie zouden internetdiscussies nog beperkter zijn dan discussies ‘across the backyard fence’ (Davis & Owen, 1998, p. 124). Patterson (2007) verklaart deze fragmentatie door te

beweren dat internetgebruikers online vooral zoeken naar een bevestiging van hun eigen interesse en minder geconfronteerd worden met nieuws van publiek belang. Samengevat zouden online politieke discussies te vormeloos, gefragmenteerd, autocratisch en specifiek zijn om te voldoen aan het Habermasiaanse ideaal van rationele overeenstemming (Street & Wright, 2007; Papacharissi, 2009).

Deze aanname wordt bevestigd door percepties van journalisten die werken voor online media. Volgens hen ontwaarden de discussies onder hun online berichtgeving vaak in ruzies en scheldpartijen (Robinson, 2010; Bradshaw, 2010). Om deze reden zouden veel journalisten en nieuwsorganisaties zich onthouden van participatie in online discussies. Deze perceptie van journalisten wordt ook bevestigd door empirische studies. Davis' casestudie van Usenet (1999) wees uit dat politieke discussies op het internet veel schaamteloos gedrag bevatten dat deelname aan deze discussies door beleefde en respectvolle mensen ontmoedigt: "It turns out that even the Internet's most democratic corner is not as democratic as it appears" (p. 167). De resultaten van Davis' (1999) onderzoek worden enigszins genuanceerd door Kushin & Kitchener's (2009) analyse van politieke discussies op Facebook. Zij observeerden meer ruimte voor beleefd en inhoudelijk debat dan Davis (1999), wat zij verklaarden door het feit dat op Facebook, in tegenstelling tot de meeste andere discussiefora, gebruikers niet anoniem zijn. Deze verklaring is in overeenstemming met de beweringen van Street & Wright (2007), die stellen dat zowel voor- als tegenstanders van het idee van internet als een publieke sfeer een valse dichotomie hebben gecreëerd. Volgens hen is het niet meer plausibel om te concluderen dat online discussies een vernietigend effect hebben op deliberatie dan dat het is om te suggereren dat deze discussies deliberatie juist mogelijk maken. Street & Wright (2007) beweren dat de mogelijkheid tot deliberatie afhankelijk is van het design van een website en de commerciële en politieke keuzes die zijn gemaakt bij het ontwerp, in plaats van dat deze mogelijkheid a priori in de technologie ligt.

Een andere verklaring voor het feit dat het internet als publieke sfeer niet voldoet aan de verwachtingen vanuit Habermasiaanse idealen is te vinden in Christopher Lasch z'n idee van *civiel narcisme*. Net als Pels (2011) verwijst Lasch (1979, in Papacharissi, 2009) hierbij naar de roerige jaren '60. Hierin is er volgens Lasch een zelf-gecentreerde cultuur opgekomen die is gefocust op zelfontwikkeling en die gebonden is aan een retoriek van authenticiteit en bewustzijn. In het verlengde hiervan hebben Inglehart en Welzel (2005) vergelijkend onderzoek gedaan naar moderniteit, culturele veranderingen en de democratie in verschillende ontwikkelende maatschappijen. Zij concludeerden dat de postindustrialisatie een verschuiving teweeg heeft gebracht van existentiële waarden naar zelf-expressieve waarden. Zelf-expressieve

waardes zijn verbonden aan het verlangen om de eigen omgeving te controleren, een sterker verlangen naar autonomie en de behoefte om autoriteit te bevragen. Deze waardes zijn niet per definitie non-civiel en hebben regelmatig geleid tot andere gezagsondermijnende collectieve acties zoals milieubescherming, fair trade en gendergelijkheid (Inglehart & Welzel, 2005).

Civiel gemotiveerd narcisme komt volgens Inglehart en Welzel (2005) op in een postmoderne cultuur die nadruk legt op zelf-expressieve waardes. Het begrip narcisme wordt hier niet gebruikt om te doelen op een persoonlijkheidsstoornis, maar om een begrip te krijgen van de zelf-absorptie die plaatsvindt op sociale media (Papacharissi, 2009). Politieke uitingen op sociale media zijn gemotiveerd door narcisme in de zin dat ze niet worden geproduceerd met de expliciete bedoeling om een bijdrage te leveren aan de publieke sfeer. Zo tonen kwantitatieve analyses van blogs aan dat deze grotendeels zelf-referentieel zijn (Papacharissi, 2007) en dat ze vooral worden gedreven door persoonlijke vervulling (Kaye, 2007). Dit wordt verder ondersteund door het onderzoek van Wilhelm (2000) naar online politieke discussies: slechts 15.5 procent van de berichten in online discussies bestonden uit reacties; in 27.9 procent van de uitingen en werd gezocht naar informatie en in 67.8 procent van de reacties waren de gebruikers enkel bezig met het uiteenzetten van hun eigen standpunt.

Samengevat kunnen de hoogoplopende discussies over de vluchtelingenproblematiek vermoedelijk worden verklaard doordat er veel mensen samenkomen met een uiteenlopende mening over het onderwerp en die allemaal de drang voelen om hun persoonlijke mening te uiten. Dit is een logische aanname met betrekking tot het onderwerp migratie. Mediapubliek is volgens Van Noije (2007) geïnteresseerd in onderwerpen die een dramatische en narratieve aantrekkingskracht hebben. Met beelden van mensen in gammele bootjes op de Middellandse Zee en hordes gezinnen op trektocht door Europa, voldoet de vluchtelingenproblematiek uitstekend aan deze criteria. Daarbij is het gemedieerde debat is over migratie vaak emotioneel, intens en polariserend (Cottle, 2000) en volgens Harcup & O'Neill (2016) besteden Facebook-gebruikers vooral aandacht aan nieuws dat emoties bij hen oproept. De drempel om je mening te uiten en zo je betrokkenheid te tonen bij een onderwerp ligt bovendien heel laag op Facebook; Borer (2012) noemt een reactie op sociale media daarom ook "the first step on the ladder of engagement" (p. 31). Met het door Pels (2011) beschreven onbehagen over migratie in achterhoofd, is het daarom een logische verwachting dat mensen die ontevreden zijn over het migratiebeleid eerder zullen reageren dan mensen die hier gematigder over denken, waardoor er mogelijk een onbalans in deze discussies ontstaat. Hoewel de literatuur een aantal mogelijke verklaringen biedt voor de heftige discussies over migratie op Facebook, is over de inhoud van

deze discussies nog weinig bekend. Daarom legt deze thesis zich toe op het verkennen van deze reacties, met als eerste deelvraag:

Deelvraag 1: Hoe reageren Facebook-gebruikers op de mediaberichtgeving over vluchtelingen?

Omdat er nog geen literatuur voorhanden is over de wijze waarop er over migratie wordt gediscussieerd op sociale media, wordt hiervoor eerst een inductieve analyse uitgevoerd. De resultaten uit dit onderzoek worden gebruikt als input voor een kwantitatieve analyse. Zo kan onder meer worden bekeken of er een samenhang is tussen de manier waarop Facebook-gebruikers reageren op de berichtgeving over vluchtelingen en de perspectieven in deze reacties.

Zoals eerder beschreven wordt een verband verondersteld tussen de wijze waarop media over onderwerpen berichten en de manier waarop de samenleving over die onderwerpen spreekt (Hall et al., 1978). Burgers zijn in hun informatievoorziening namelijk voor een groot deel afhankelijk van nieuwsmedia (Benton & Frazier, 1976) en het digitale tijdperk lijkt hier geen verandering in te hebben gebracht (Harcup & O'Neill, 2016). Nieuwsverslaggeving wordt daarom door burgers gebruikt om hun mening te vormen over de onderwerpen waarover wordt bericht (Soroka, 2003). Dit potentieel om de onderwerpen te bepalen waarover gesproken wordt, wordt ook wel *agenda-setting* genoemd (McCombs & Shaw, 1972).

De berichtgeving over migratie leek in de loop van 2015 steeds intenser te worden (Van Teeffelen, 2015). Zo zouden volgens critici de incidenten, zoals rond de vestiging van asielzoekerscentra, te breed worden uitgemeten in de mediaberichtgeving, waardoor deze groter leken dan ze waren. Hierdoor zouden mensen die niet in de buurt wonen van een asielzoekerscentrum zich drukker maken over de overlast, dan mensen die wel vlakbij zo'n centrum wonen. Ook zou er, doordat media zich vooral focussen op uitersten, te weinig balans zijn in de berichtgeving, waardoor de zogenoemde 'zwijgende meerderheid' maar weinig aanbod komt in het mediadebat over vluchtelingen (Van Teeffelen, 2015). Boomgaarden en Vliegenthart (2007) stellen dan ook dat hoe meer nieuwsmedia berichten over migratiegerelateerde onderwerpen, hoe hoger de intentie van hun publiek wordt om te stemmen voor anti-immigratie partijen. Dit maakt het interessant om te bestuderen of er een relatie bestaat tussen de hoeveelheid media-aandacht voor de vluchtelingenproblematiek en de manier waarop er wordt gediscussieerd op Facebook. Daarom wordt er in de tweede deelvraag onderzocht of, naar mate er meer werd bericht over de vluchtelingenproblematiek, de inhoud van Facebook-reacties op deze berichtgeving veranderde:

Deelvraag 2: Is er sprake van een verband tussen de mate van media-aandacht voor de vluchtelingenproblematiek en de manier waarop er wordt gereageerd op Facebook?

De hoeveelheid aandacht die media aan een onderwerp besteden, kan worden verklaard door de wijze waarop media hun nieuws selecteren. Dit aspect van het journalistieke productieproces wordt behandeld in de volgende paragraaf.

2.3 NIEUWSSELECTIE

Het onderwerp migratie trekt volgens Van Noije (2007) gemakkelijk de aandacht van nieuwsmedia omdat die media weten dat het publiek geïnteresseerd is in onderwerpen die een dramatische en narratieve aantrekkingskracht hebben, waardoor deze goed in staat zijn om controverses teweeg te brengen. Bekeken vanuit dit perspectief wordt de aandacht van media voor migratie afgestemd op de interesse van het publiek voor de tragische en polemische aspecten van migratie, omdat media weten dat de verhalen waarin de migrant wordt afgebeeld als 'bedreiging' of 'slachtoffer' verkopen (Montes, 2012).

Een breder perspectief op de selectie van nieuws door media komt voort uit de nieuwswaardetheorie. Deze theorie stelt dat de selectie van onderwerpen die in het nieuws komen, gebaseerd is op een afweging tussen verschillende waarden en belangen die door nieuwsorganisaties en journalisten relevant worden geacht (Galtung & Ruge, 1965; Altheide & Snow, 1979). Nieuwswaarden worden in deze theorie niet zozeer beschouwd als een reflectie van de informatie die burgers willen of nodig hebben, maar meer als een afspiegeling van organisatorische, sociologische en culturele normen, gecombineerd met economische factoren (Harcup & O'Neill, 2016). Nieuwswaarden kunnen hierdoor moeilijk universeel zijn, omdat deze normen en factoren per medium en context verschillen (O'Neill & Harcup, 2009). Bovendien wordt de selectie van nieuws beïnvloed door journalistieke routines als problemen met toegang tot informatie en het halen van deadlines (Schultz, 2007; Phillips, 2015); de concurrentiestrijd tussen nieuwsorganisaties voor exclusiviteit (Schultz, 2007; Phillips, 2015); externe invloeden zoals publieke relaties en spindokters (Brighton & Foy, 2007) en het waardesysteem van journalisten dat is beïnvloed door hun omgeving (Phillips, 2015).

Desondanks kan op basis van de literatuur onderscheid worden gemaakt tussen een aantal terugkerende nieuwswaarden (e.g. Galtung & Ruge, 1965; Schultz, 2007; Harcup & O'Neill, 2001; 2016). Dit zijn onder meer de culturele en geografische nabijheid, de bekendheid van het onderwerp of de betrokken persoon, de aanwezigheid van een (politiek) conflict, de potentiële negatieve impact op het persoonlijke leven en de mogelijkheid tot personificatie en

dramatisering van een onderwerp. Wanneer een nieuwsgebeurtenis in hoge mate voldoet aan deze nieuwswaarden, kan er sprake zijn van een *key-event*. Key-events zijn gebeurtenissen die vaak onverwacht en spectaculair zijn en een piek veroorzaken in de hoeveelheid media-aandacht voor een onderwerp (Kepplinger & Habermeier 1995; De Vreese, 2001; Donsbach, 2004). Het onderzoek van Maier (2015) naar Facebook-respons op mediaberichtgeving wijst uit dat culturele en geografische nabijheid van een onderwerp een positieve invloed hadden op de hoeveelheid reacties. De nieuwswaarde van (geografische en culturele) nabijheid kan dus een mogelijke verklaring zijn voor het feit dat naar mate de vluchtelingenproblematiek ‘dichterbij huis’ kwam, de hoeveelheid media-aandacht toenam. Daarom wordt in de derde deelvraag het verband onderzocht tussen nieuwswaarden die kunnen worden toegekend aan key-events uit de vluchtelingenproblematiek en de hoeveelheid mediaberichtgeving en Facebook-reacties die hierop volgden. Deze deelvraag luidt daarom:

Deelvraag 3: Welke nieuwswaarden liggen ten grondslag aan de key-events in de hoeveelheid mediaberichtgeving over migratie en de daaropvolgende Facebook-reacties?

In de selectie van nieuws moeten journalisten en nieuwsorganisaties onvermijdelijk kiezen voor bepaalde interpretaties of invalshoeken van een onderwerp. Media presenteren de informatie over het onderwerp dat als nieuwswaardig worden beschouwd niet als een lijstje met feiten, maar plaatsen de informatie in een context. Het verschaffen van context door media, wordt *framing* genoemd.

2.4 FRAMING

Het framen van berichtgeving is volgens Gamson & Modigliani (1989) een instrument voor media en journalisten om orde aan te brengen in de informatie die zij presenteren. Journalisten interpreteren eerst de informatie zelf, waarna zij deze representeren in hun berichtgeving. Zo'n interpretatie en de representatie daarvan wordt een *frame* genoemd. Een van de meest prominente definities van framing is die van Entman (1993, p. 52): “To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation.” Volgens Entman bestaat een frame uit vier verschillende elementen, ook wel *reasoning devices* genoemd, die vaak worden toegepast in onderzoek naar mediabeeldvorming: een probleemdefinitie, een causale verklaring, een morele evaluatie en/of een oplossingsaanbeveling. Omdat deze elementen niet altijd expliciet worden gemaakt in

mediaberichtgeving, bestaat er geen volledige consensus over hoe frames moeten worden geïdentificeerd (De Vreese, 2005).

Een eerste benadering van onderzoek naar framing is *inductief* van aard en onthoudt zich van het analyseren van nieuwsberichten met vooraf bepaalde frames in gedachten. In deze benadering komen frames gedurende de analyse voort uit het geanalyseerde materiaal. Dit maakt een kwalitatieve analyse van frames geschikt voor het opsporen en in kaart brengen van nieuwe frames (Van Gorp, 2007; Gagestein, 2015). Een andere benadering is *deductief*. Wetenschappers uit deze benadering beweren dat frames specifieke tekstuele en visuele elementen zijn en zo kunnen worden onderscheiden van pure nieuwsfeiten (De Vreese, 2005). Het beschouwen van elk productiekenmerk van verbale of visuele teksten als een kandidaat voor nieuwsframes, wordt daarom gezien als een te brede blik (Capella en Jamieson, 1997). Een belangrijke vraag bij het werken vanuit een deductieve benadering is welke componenten in een nieuwsbericht een frame construeren. Entman (1993, p. 52) suggereert dat frames in het nieuws kunnen worden geïdentificeerd door “the presence or absence of certain keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgments”. Deze frame-dragende elementen worden *framing devices* genoemd.

De totstandkoming van een frame is onderdeel van het communicatieproces. Het framingproces bestaat uit verschillende fases: *frame-building* en *frame-setting*. Frame-building verwijst naar de factoren die de structurele kwaliteiten van nieuwsframes beïnvloeden. Interne journalistieke factoren als redactiestatuten en percepties op nieuwswaarden bepalen hoe journalisten en nieuwsorganisaties een onderwerp framen (De Vreese, 2005). Ook worden journalisten bij het opstellen van hun berichtgeving beïnvloed door externe factoren zoals het heersende discours over het betreffende onderwerp of de cultuur waarin een frame ontstaat (Carragee & Roefs, 2004; De Vreese, 2004; Van Gorp, 2007). Hierdoor is het framen van een bericht niet altijd een autonome keuze van journalisten en nieuwsmedia.

De fase van frame-setting vindt plaats in de interactie tussen mediaframes en de bestaande kennis en predisposities van een individu (De Vreese, 2005). De door journalisten geselecteerde informatie wordt aan het publiek gepresenteerd als een samenhangend geheel. Op deze manier construeren journalisten een representatie van de waarheid. Vanuit het sociaalconstructivisme worden frames daarom niet alleen beschouwd als een vertolking van de werkelijkheid, maar ook als een schepping hiervan: een frame is een structurerend principe dat ons denken en handelen vormgeeft (Reese, Gandy & Grant, 2001). Mediaberichtgeving over migratie kan hierdoor zowel individuele als maatschappelijke effecten hebben. Zo draagt

framing bij aan het vormen van sociale processen als politieke socialisatie, besluitvorming en collectieve acties (De Vreese, 2005).

Bewijzen voor frame-setting in het migratiedebat zijn onder meer gevonden door het eerder beschreven onderzoek van Boomgaarden en Vliegthart (2007) naar het verband tussen de mediaberichtgeving over migratie-gerelateerde onderwerpen en de intentie van burgers om te stemmen voor anti-immigratie partijen. Dit effect is ook bevestigd door experimenteel bewijs (Beyer et al., 2014). Het wordt aangenomen dat het potentieel tot frame-setting van een bericht toeneemt wanneer het frame regelmatig wordt herhaald, van een betrouwbare bron komt en resoneert met algemene waarden en reeds aanwezige overtuigingen (Chong & Druckman, 2007). Deze thesis onderzoekt het potentieel van media tot frame-setting door te bestuderen hoe de frames rond het migratiedebat die voorkomen in mediaberichtgeving, worden overgenomen door Facebook-gebruikers in hun reacties. Om die reden luidt de vierde deelvraag van dit onderzoek:

Deelvraag 4: In hoeverre komen frames zoals gevonden in de berichtgeving van dagbladen over vluchtelingen terug in de Facebook-reacties op die berichtgeving?

Omdat media bepalend als bepalende factor worden gezien in het verspreiden van definities over maatschappelijke vraagstukken, wordt hun berichtgeving beschouwd als een afspiegeling van het maatschappelijke discourse (Hall, 1997). Door framingonderzoek van deze nieuwsberichten en de daaropvolgende reacties, kan er worden vastgesteld of er tijdens het verloop van de vluchtelingenstroom een verschuiving heeft plaatsgevonden in de dominantie van frames in deze berichten en of er dus sprake is van een veranderend publiek debat. De vijfde deelvraag van deze thesis luidt daarom:

Deelvraag 5: In hoeverre is de dominantie van frames van vluchtelingen in mediaberichtgeving en Facebook-reacties veranderd in het verloop van de vluchtelingenstroom?

Het nieuws dat een medium selecteert en de frames die voorkomen in de berichtgeving hierover is niet voor iedere nieuwsorganisatie hetzelfde. Media bestaan immers uit verschillende organisaties met verschillende ideologische achtergronden (Shoemaker, Vos & Reese, 2009) en beschikken over uiteenlopende visies op journalistieke normen en nieuwswaarden (O'Neill & Harcup, 2009). Hierdoor kan de hoeveelheid aandacht voor de vluchtelingenstroom en de soorten frames die hierbij voorkomen verschillen per krant. Daarom

wordt er in de literatuur geregeld onderscheid gemaakt tussen kwaliteitskranten en populaire kranten.

Kwaliteitskranten bevatten, in vergelijking met populaire kranten, veel (politieke) informatie en weinig entertainment en richten zich op een hoger opgeleide doelgroep (Nir & Roeh, 1992; Bakker & Scholten, 2013). Populaire dagbladen bevatten relatief meer entertainment en brengen het nieuws op een meer spectaculaire wijze (Schaap & Pleijter, 2012; Bakker & Scholten, 2013). Populaire kranten zijn opportunistischer en doen eerder concessies aan hun lezers dan kwaliteitskranten, die volgens Manssens en Walgrave (1988) een zwaarder ‘politiek en maatschappelijk gewicht’ hebben. Volgens Stewart (2003) nemen kwaliteitskranten over het algemeen een meer open houding aan tegenover asielzoekers, ook als dit niet overeenkomt met het politieke beleid. Populaire kranten berichten volgens Van Gorp (2006) minder over asielzoekers, maar doen dat wel negatiever. Hoewel Patterson (2007) stelt dat internetgebruikers vooral op zoek zijn naar de bevestiging van hun eigen interesses, komen Facebook-gebruikers volgens Mitchell et al. (2013) eerder in contact met media die zij normaal niet zouden gebruiken, omdat ze bijvoorbeeld eenvoudiger toegankelijk zijn of bekenden de berichten delen. Dit maakt het interessant om te bestuderen of de door Stewart (2003) en Van Gorp (2006) beschreven verschillen ook te vinden zijn in de Facebook-reacties op de berichtgeving van deze kranten. Dit vraagstuk wordt onderzocht in de zesde en laatste deelvraag, die luidt:

Deelvraag 6: In hoeverre verschillen de frames in de berichtgeving en reacties van/op kwaliteitsmedia met de frames in de berichtgeving en reacties van/op populaire media?

Zoals eerder beschreven worden de voorkomende frames in mediaberichtgeving en de daaropvolgende Facebook-reacties vastgesteld door middel van een inductieve analyse. De reeds beschikbare literatuur over het framen van migratie zal hierbij ter ondersteuning dienen. Dit wordt beschreven in de volgende paragraaf.

2.5 FRAMING VAN MIGRATIE

De in deze paragraaf beschreven frames zijn het resultaat van een vooronderzoek naar de frames die voorkomen in de mediaberichtgeving over vluchtelingen en de daaropvolgende Facebook-reacties. Via een inductieve frame-analyse van (sociale) mediaberichten over de vluchtelingenproblematiek werden zes frames opgetekend. Deze frames vormen de basis voor de uiteindelijke kwantitatieve frame-analyse en worden, samen met de gevolgde procedure,

uitgebreider omschreven in het methodehoofdstuk. De opgetekende frames zijn achtereenvolgens: het menselijkheidsframe, het wij-zijframe, het urgentieframe, het economische frame, het sociale onrustframe en het beleidsframe. Deze frames zijn weliswaar opgetekend door middel van een inductieve analyse, maar door de uitkomsten hiervan te vergelijken met de reeds bestaande literatuur, kan de validiteit van de frames met grotere zekerheid worden vastgesteld. Daarom beschrijft de rest van deze paragraaf de literatuurstudie die volgde op het inductieve onderzoek.

2.5.1 Menselijkheidsframe

Onderzoek naar het framen van migratie is gedaan in verschillende specifieke contexten. In deze literatuur wordt het menselijkheidsframe, of soortgelijke varianten daarvan, met grote regelmaat teruggevonden. Op basis van de belangrijke studies van D'Haenens en De Lange (2001); Horsti (2003); Nickels (2007); Benson en Wood (2015); Vliegenthart en Roggeband (2007); en Van Gorp (2006) onderscheiden Dekker & Scholten (2015) het human-interest frame als *master-frame*. Master-frames zijn frames die algemeen genoeg zijn om toe te passen op verschillende onderwerpen binnen een thema, in dit geval migratie, maar niet zo algemeen dat ze geschikt zijn voor elk onderwerp (Snow & Benford 1992). Daarmee worden master-frames onderscheiden van *generieke frames*, die thematische beperkingen overstijgen en geïdentificeerd kunnen worden met betrekking tot verschillende onderwerpen (De Vreese, 2002). Zo omschrijven Semetko & Valkenburg (2000) een generiek human-interest frame waarin een menselijk gezicht, individueel verhaal of emotionele invalshoek wordt opgetekend. Dit frame is dus universeel toepasbaar, terwijl het master-frame van Dekker & Scholten (2015) meer een verzameling is van frames die specifiek gebonden zijn aan het onderwerp van migratie.

In de frames die vallen binnen het master-frame human-interest wordt er veelal gerefereerd aan vluchtelingen als slachtoffers van autoriteiten, gevaarlijke reizen, smokkelaars, hun 'cultuur' en soms de asielpolitiek van het nieuwe land (Horsti, 2013; Dekker & Scholten, 2015). Zo onderscheidt Nickels (2007) het menselijk waardigheidsframe, waarin vooral het humanitaire aspect van migratie wordt benadrukt en waarbij wordt geïmpliceerd dat vluchtelingen geholpen moeten worden. Soortgelijke frames komen ook naar voren in de studie van Van Gorp (2006) naar berichtgeving over de vestiging van asielzoekerscentra. Van Gorp onderscheidt hierin twee frames die human-interest aspecten bevatten. Het eerste frame, het 'onschuldige slachtoffer' frame, verwijst naar de kwetsbaarheid en de onschuld van migranten en impliceert dat deze bescherming verdienen. Het tweede frame is 'het alles in de tuin is

mooi'-frame en beschrijft asielzoekers vanuit een ideëel doel dat voorbij gaat aan de concrete bezwaren en praktische beperkingen die de opvang van vluchtelingen met zich meebrengt. Volgens Brune (2004) worden in bepaalde gevallen migranten gerepresenteerd als helden die moeilijke tochten hebben overleefd en hun familie thuis financieel ondersteunen. Vliegthart & Roggeband (2007) stellen dat in de mediaberichtgeving over migratie veelal vrouwen worden gepositioneerd als slachtoffer. In lijn hiermee beweren Dekker & Scholten (2015) dat vooral kwetsbare groepen, zoals vrouwen en kinderen, eerder worden gerepresenteerd als slachtoffer. Ook in het echtheidsframe van Nickels (2007) speelt deze kwetsbaarheid een rol in de evaluatie van slachtoffers. Als vluchtelingen zijn gevlucht met een politieke motivatie zoals oorlogsgeweld, worden zij eerder als slachtoffers beschouwd die bescherming verdienen dan wanneer zij hun thuisland hebben verlaten vanuit een economische motivatie.

2.5.2 Wij-zijframe

Het tweede frame dat werd onderscheiden in het vooronderzoek was het wij-zijframe. Een verdeling van 'wij' en 'zij' is volgens Staszak (2008) vaak terug te vinden wanneer er in mediaberichtgeving wordt gesproken over meerdere groepen die etnisch of cultureel verschillen van elkaar. In dit discours is er meestal sprake van een in-group en een out-group, waartussen de machtsverhoudingen altijd asymmetrisch zijn en waarin de in-group zichzelf vaak beschouwt als meerderwaardig. Het resultaat van dit discursieve proces wordt gedefinieerd als 'otherness'. Een belangrijk onderdeel van het construeren van een out-group (ook wel 'othering' genoemd) is dan ook de ontzegging van dezelfde identiteit als de in-group, die zichzelf meestal als meerderwaardig beschouwt. Deze identiteitsontzegging vindt meestal plaats door het stigmatiseren van een verschil, waardoor er volgens Staszak (2008, p. 2) onderscheid kan worden gemaakt tussen een 'echt verschil' en het verschil dat wordt gestigmatiseerd bij het creëren van otherness: "difference belongs to the realm of facts, otherness to the realm of discourse." Volgens Bailey & Harindranath (2005) is een dergelijk wij-zijdiscours vaak aan te treffen rondom migratie, omdat er buiten symbolische verschillen al sprake is van letterlijke grenzen. Dit maakt het niet verwonderlijk dat een dergelijke tweedeling werd gevonden in het vooronderzoek.

Deze verdeling kwam op twee manieren naar voren. In beide frames werd een wij-zijverdeling geïmpliceerd, maar de manier waarop verschilde dusdanig dat er onderscheid werd gemaakt in twee verschillende subframes. De eerste hiervan is het bedreigingsframe, dat ook door Dekker & Scholten (2015) wordt onderscheiden als master-frame. Dit frame legt veelal de nadruk op de illegaliteit van de binnenkomst en het verblijf in het nieuwe land en neigt ertoe

om asielzoekers als criminelen te representeren (Van Gorp, 2006; Horsti, 2013). Eén van de manieren waarop dit gebeurt, met angst in de samenleving als gevolg, is door de link te leggen met terrorisme (Silove & Fazel, 2006). Dit gebeurt vooral bij mannen die moslim zijn (Boutwell, 2015). Ook Vliegthart (2007) vond een verband tussen de islam en de representatie van vluchtelingen als bedreiging. Hij tekent een bedreigingsframe op waarin de islam wordt aangewezen als een bedreiging voor de Westerse cultuur en met name voor Westerse vrouwen.

De culturele bedreiging die Vliegthart (2007) omschrijft is niet zozeer een fysieke bedreiging, maar meer een sociale bedreiging. Ook het representeren van vluchtelingen als een sociale bedreiging kan bijdragen aan een wij-zijdeling (Horsti, 2013). Dit komt naar voren in het tweede subframe, het otherness-frame. In dit frame worden vluchtelingen vooral gepresenteerd als ‘anderen’, waarbij hun identiteit al snel als minderwaardig wordt gerepresenteerd. Een indicatie voor het otherness-frame wordt in de literatuur over migratie onder meer gevonden in het Asylum-frame van Van Gorp (2006), dat vluchtelingen afbeeldt als indringers die misbruik maken van het asielsysteem. Een ander onderwerp dat hieraan is gerelateerd, is dat van integratie. In de berichtgeving over vluchtelingen wordt met regelmaat benadrukt dat vluchtelingen niet geïntegreerd zouden zijn en ook niet zouden willen integreren (Nekuee & Verkuyten, 1999; D’Haenens & De Lange, 2001). Samengevat dragen in dit frame vooral de sociale verschillen en de problemen die hieruit voortkomen bij aan een wij-zijdeling.

2.5.3 Urgentiefame

Het derde frame dat werd opgetekend in het inductieve onderzoek, werd gedefinieerd als het urgentiefame. Dit frame bespreekt de mate van problematiek die kan worden toegewezen aan de vluchtelingenstroom. Zowel het vooronderzoek als de reeds bestaande literatuur wijst uit dit frame op twee manieren kan voorkomen.

Eenzijds is sprake van een hoge urgentie en dus van een echte vluchtelingencrisis. In het benadrukken van de urgentie van de problematiek wordt er veel gebruik gemaakt van abstracte termen en watermetaforen als ‘tsunami’, ‘golf’, ‘overspoeld worden’, ‘indammen’ en ‘stroom’ (Van Dijk, 1988; Baker & McEnery, 2005; Jacobs & Vroome, 2014). Volgens Van Dijk (1988) zijn deze woorden onthullend als men de context van Nederland als waterland in ogenschouw neemt: in Nederland vecht men tegen het water. Van Dijk (1988) noemt verder het gebruik van getallen als instrument om de urgentie van de problematiek te benadrukken. Als de hoeveelheid immigranten wordt omschreven aan de hand van absolute getallen, impliceert dit volgens hem al snel dat er sprake is van grote hoeveelheden vluchtelingen. Wanneer men daarentegen de

hoeveelheid immigranten wilt relativeren, zou er eerder gebruik worden gemaakt van het percentage vluchtelingen dat een land binnenkomt ten opzichte van de totale populatie (Van Dijk, 1988).

Deze relativering van de vluchtelingenproblematiek werd ook teruggevonden in het vooronderzoek, waardoor deze de andere kant van het urgentieframe vormt. In de migratieliteratuur is echter weinig bekend over dergelijke ‘het valt wel mee’-frames. Buiten Van Dijk (1988) geniet enkel het ‘return home’-frame van Nickels (2007) bekendheid. In dit frame wordt afgedaan aan de urgentie van de vluchtelingenproblematiek door verhalen te benadrukken van vluchtelingen die het land weer verlaten.

2.5.4 Economieframe

Het vierde frame dat werd aangetroffen in de berichtgeving over de vluchtelingenproblematiek was het economieframe. Binnen dit frame wordt de problematiek besproken in termen van economische gevolgen voor de samenleving en de druk die migratie geeft op de verzorgingsstaat. Ook dit frame wordt door Dekker & Scholten (2015) onderscheiden als master-frame. Buiten het bespreken van de kosten die migratie meebrengt voor de samenleving, worden vluchtelingen vaak verdacht te migreren vanuit economische motieven in plaats van uit daadwerkelijke nood. Hierbij ontstaat een retoriek die onderscheid maakt tussen ‘deserving’ en ‘undeserving’ (D’Haenens & De lange, 2001; Nickels, 2007; Dekker & Scholten, 2015). Deze discussie over de authenticiteit van vluchtelingen komt vooral naar voren in het echtheidsframe van Nickels (2007), dat onderscheid maakt tussen ‘echte’ politieke vluchtelingen en ‘onechte’ economische vluchtelingen. De laatste categorie wordt vaak geframed als ‘gelukszoekers’ die misbruik maken van het asielsysteem en enkel uit zijn op welvaartsvoorzieningen, terwijl de eerste categorie vluchtelingen echt op de vlucht zijn en daardoor eerder bescherming zouden verdienen dan de tweede categorie (Nickels, 2007). Dit onderscheid wordt volgens Kaye (2013) en Van Gorp (2006) ook gemaakt met de termen ‘vluchteling’ en ‘asielzoeker’, waarbij de term vluchtelingen in berichtgeving vaak staat voor ‘deserving’ en de term asielzoeker voor ‘underserving’.

Net als in het urgentieframe werden er in het vooronderzoek ook relativiserende geluiden waargenomen met betrekking tot de economische consequenties van migratie. In sommige berichten werd namelijk gesproken over de positieve impuls die vluchtelingen als arbeidskrachten kunnen geven aan de economie. Een soortgelijke observatie wordt omschreven in het ‘No Problem’-frame van Benson & Wood (2013), waarin wordt gesuggereerd dat vluchtelingen in staat zijn een positieve bijdrage te leveren aan de maatschappij en economie van het land waar zij naartoe vluchten, bijvoorbeeld dankzij hun hoge opleidingsniveau. Op

deze manier kan het economische frame dus worden opgedeeld in drie verschillende posities, namelijk het perspectief op vluchtelingen als aanwinst tegenover het perspectief op vluchtelingen als kostenpost. Negatiever dan het benadrukken van de kosten van migratie, is het bestempelen van vluchtelingen als gelukzoekers die enkel en alleen gevlucht zijn om ‘illegitieme’ economische redenen.

2.5.5 Sociale onrustframe

Het vijfde frame dat werd onderscheiden in de inductieve analyse heeft vooral betrekking op de inwoners van het land waar vluchtelingen naartoe migreren en de houding van deze inwoners tegenover de vluchtelingenstroom. Het frame wordt gevormd door de bespreking van de problematiek die bij en tussen Nederlanders en Europeanen is ontstaan als (indirect) gevolg van de vluchtelingenstroom. Hierdoor wordt in het sociale onrustframe de nadruk vooral gelegd op het maatschappelijke debat over de vluchtelingenstroom en de conflicten die hierbij ontstaan.

Soortgelijke frames worden ook teruggevonden in de literatuur over migratie. Zo onderscheidt Van Gorp (2006) het ‘not in my backyard’-frame, waarin wordt gevraagd waar een asielzoekerscentrum gevestigd kan worden en hoe de overlast hiervan kan worden beperkt. In dit frame komt het er vaak op neer dat omwoners van de plek waar een asielzoekerscentrum moet komen wel van mening zijn dat vluchtelingen moeten worden opgevangen, maar dat zij niet willen dat dit ‘in hun achtertuin’ gebeurt omdat mensen vrezen voor overlast en criminaliteit. Het is volgens Van Gorp (2006) om deze reden dat de komst van een asielzoekerscentrum vaak tot protest leidt. Om dezelfde reden vormt het protest van burgers Van Gorp’s operationalisering van dit frame, dat volgens hem mogelijk is te interpreteren als een vorm van xenofobie.

In het vooronderzoek werden echter ook andere perspectieven aangetroffen die onder het sociale onrustframe kunnen worden geschaard. Zo was een veelvoorkomend standpunt in de geanalyseerde berichtgeving dat de opvang van asielzoekers in principe geen probleem is, maar dat de geplande centra te groot zijn in verhouding met de hoeveelheid inwoners een dorp of stad. In een positiever standpunt ten opzichte van de opvang wordt veel voorbijgegaan aan de praktische bezwaren van deze opvang en telt vooral de morele plicht dat vluchtelingen slachtoffers zijn die opgevangen moeten worden. Dit laatste standpunt komt ook terug in het door onder meer Van Gorp (2006) omschreven slachtofferframe.

2.5.6 Beleidsframe

Het zesde en laatste frame dat is afgeleid uit het vooronderzoek is het beleidsframe. Dit frame bespreekt de politieke aspecten van migratie. Het beleidsframe is het vierde master-frame dat

Dekker & Scholten (2015) beschrijven. Hierin wordt vaak afgevraagd hoe de problemen rond immigratie beheerst kunnen worden (D'Haenens & De lange, 2001; Nickels, 2007), wie er verantwoordelijk is voor de problemen (Benson & Wood, 2015) en of de overheid in staat is om deze problemen op te lossen. Dit laatste aspect komt vooral naar voren in Van Gorp's (2006) 'politici zijn te wantrouwen'-frame, waarbij er weinig geloof is in het handelen van de overheid. De bestuurlijke problematiek rond de vluchtelingenstroom wordt in de artikelen uit het vooronderzoek besproken op drie niveaus: op Europees, nationaal en lokaal niveau. Dat de Europese politiek met regelmaat wordt besproken in de berichtgeving over vluchtelingen wordt in de migratieliteratuur onder meer omschreven door Nickels (2007). Het gaat hierbij vooral over een onderlinge verdeling van de lasten, zoals opvangquota, die een vluchtelingenstroom meebrengt en het beschermen van de gezamenlijke buitengrens. Deze wordt vaak ook aangeduid met de term 'Fort Europa' (Levy, 2005).

Als de het beleid rond de vluchtelingenproblematiek wordt besproken op nationaal niveau, komt dit meestal neer op maatregelen om nieuwkomers te voorzien in hun basisbehoeften, - meestal aangeduid met 'bed, bad en brood' - en het integratieproces dat plaats moet vinden als vluchtelingen asiel krijgen toegewezen (Korac, 2003). Wanneer er sprake is van een grote hoeveelheid vluchtelingen die richting Nederland trekken, neemt de druk op het asielsysteem toe. Vanuit het argument om dit systeem in stand te houden en daarmee de sociale verzorgingsstaat te beschermen, pogen regeringen volgens Van Der Leun (2004) vaak om vluchtelingen zoveel mogelijk uit te sluiten van zorg en opvang om zo de 'aanzuigende werking' van Nederland te verminderen.

Op lokaal niveau heeft de berichtgeving over vluchtelingen vaak betrekking op de komst van asielzoekerscentra en het opvangen van vluchtelingen voor korte periodes op noodlocaties (Van Gorp, 2006; Goosen, 2016). Schol, Woestenburg, Sibma, Jager & De Winter (2013) observeren verder dat gemeentes in mediaberichtgeving vaak in verband worden gebracht met integratieactiviteiten als taalcursussen en vrijwilligerswerk.

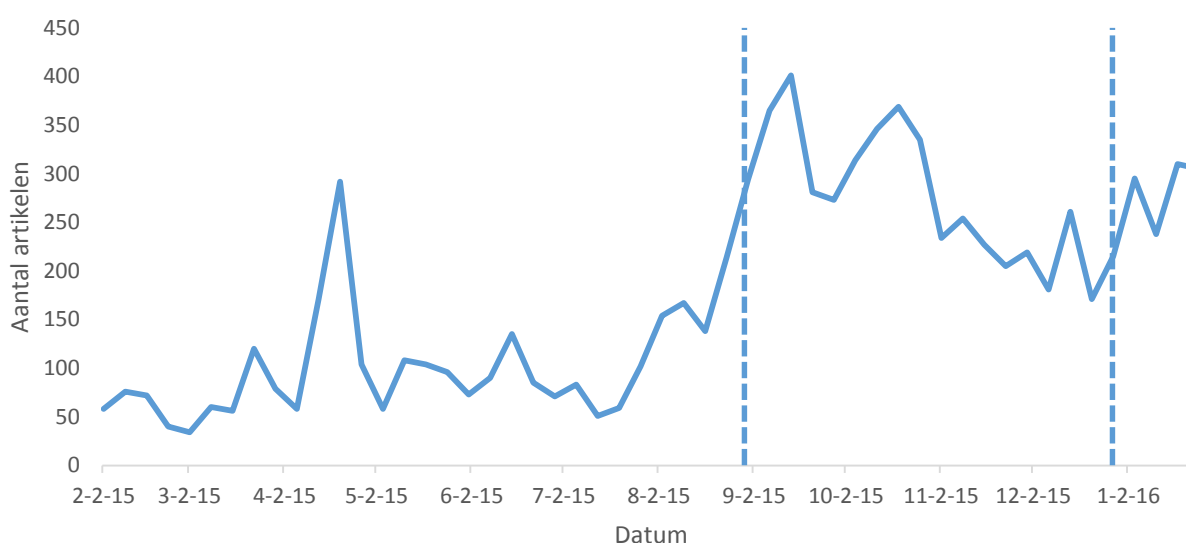
Met de bespreking van dit laatste frame is het theoretische kader voor deze studie uitgezet. Uit dit kader zijn in dit hoofdstuk verschillende deelvragen opgesteld. Door deze deelvragen te bundelen, vormen deze de basis van de methode die in het volgende hoofdstuk wordt beschreven.

3. METHODE

In dit hoofdstuk wordt nader toegelicht welke data er zijn verzameld voor deze thesis, welke methode zal worden gehanteerd, hoe deze methode wordt geoperationaliseerd en hoe de gevonden resultaten zullen worden geanalyseerd.

3.1 DATA

Om te bestuderen hoe er op sociale media wordt gereageerd op de mediaberichtgeving over vluchtelingen, wordt er in deze thesis gekeken naar de berichtgeving van Nederlandse dagbladen op Facebook en de daaropvolgende reacties van Facebook-gebruikers. Deze berichten komen uit de periode van 1 februari 2015 tot en met 1 februari 2016. Deze periode werd vastgesteld door eerst te kijken naar de hoeveelheid dagbladberichtgeving over migratie. Dit gebeurde met behulp van de computerinfrastructuur AmCAT (Van Atteveldt, 2008). Om de berichtgeving over migratie te vinden, werd in dit programma gebruik gemaakt van zoektermen als ‘vluchtelingen’, ‘migranten’ en ‘asielzoekers’. De betrouwbaarheid van deze zoekterm werd berekend aan de hand van een precision & recall-berekening (zie appendix). De uitkomst hiervan was 96.7%, wat deze zoekterm zeer betrouwbaar maakt. De dagbladen waarin werd gezocht naar berichtgeving waren dezelfde dagbladen als die worden geanalyseerd voor dit onderzoek. Deze worden verderop beschreven. Met behulp van de zoekterm werden 9096 berichten over migratie gevonden. In figuur 1 is deze hoeveelheid berichtgeving weergegeven per week.



Figuur 1. De hoeveelheid artikelen over migratie in de periode van 1-02-2015 t/m 31-01-2016, weergegeven per week.

Op basis van dit overzicht is er gekozen om te analyseren vanaf februari omdat, na verschillende bootongelukken op de Middellandse Zee, de berichtgeving over vluchtelingen voor het eerst in 2015 grote vormen aannam. Door het einde van de periode te bepalen op 1 februari 2016 kon er een heel jaar aan dagbladberichtgeving en Facebook-reacties over migratie worden geanalyseerd. Om de veranderingen in het publieke debat tijdens deze periode vast te kunnen stellen, werd deze periode ingedeeld in drie periodes. Ook deze periodes werden vastgesteld aan de hand van de hoeveelheid mediaberichtgeving. Deze periodes zijn: februari 2015 tot en met augustus 2015, september 2015 tot en met december 2015 en de gehele maand januari 2016. Er werd gekozen voor deze periodes omdat de berichtgeving over de vluchtelingenstroom piekte nadat op 2 september de foto's van de verdronken Syrische peuter Aylan Kurdi de hele wereld over gingen. Eenzelfde piek ontstond nadat er na de nieuwjaarsnacht in Keulen honderden vrouwen aangifte deden van aanranding, waarbij vluchtelingen aanwezen als daders.

In dit onderzoek wordt gekeken naar de inhoud van en reacties op Facebook-berichten van Nederlandse dagbladen. Facebook is het meest gebruikte sociale medianetwerk van Nederland: begin 2015 waren er 9.4 miljoen Nederlanders met een Facebook-profiel, waarvan er 6.6 miljoen dagelijks inlogden (*Redmax*, 2015). Zoals eerder beschreven gebruikt een groot deel van deze gebruikers het medium voor de consumptie van nieuws. Gebruikers kunnen nieuwsmedia volgen door deze te 'liken', waardoor de berichten die deze media plaatsen, verschijnen in het 'nieuwsoverzicht' van de gebruiker. Deze berichten bestaan over het algemeen uit hyperlinks naar artikelen op de websites van de desbetreffende krant die de titel en lead van het bericht bevatten en een korte omschrijving van de inhoud van het bericht.

In het bestuderen van de Facebook-berichtgeving van dagbladen en de daaropvolgende discussies wordt onderscheid gemaakt tussen kwaliteitskranten en populaire kranten. De kwaliteitskranten waarnaar onderzoek wordt gedaan zijn *de Volkskrant* en *NRC Handelsblad*. *de Volkskrant* wordt beschouwd als een links dagblad en het *NRC Handelsblad* als liberaal (Bakker en Scholten, 2013). De populaire kranten die in dit onderzoek worden bekeken zijn *Algemeen Dagblad* en *De Telegraaf*. Beide dagbladen worden geplaatst aan de rechterkant van het politieke spectrum (Bakker en Scholten, 2013). Dit hele spectrum wordt dus meegenomen in dit onderzoek. *de Volkskrant* had in 2015 een krantenoplage van 224.000, *NRC Handelsblad* van 143.000 en het *Algemeen Dagblad* van 337.000. *De Telegraaf* had met 416.000 de grootste oplagen (*Nationaal Onderzoek Multimedia*, 2016). Qua Facebook-volgers is *Algemeen*

Dagblad met 316.000 volgers de grootste. *De Telegraaf* heeft er 297.000, *de Volkskrant* 152.000 en *NRC Handelsblad* 116.000.² Met deze cijfers zijn de dagbladen de vier grootste landelijke dagbladen van Nederland, waardoor zij kunnen worden beschouwd als representatief voor het Nederlandse medialandschap. De Facebook-berichtgeving van deze dagbladen en de reacties daarop zijn verzameld van het internet via de computerinfrastructuur AmCAT (Van Atteveldt, 2008). Dit gebeurde aan de hand van dezelfde zoekterm als eerder werd beschreven. Met behulp van deze zoekterm werden er in totaal 1513 Facebook-nieuwsberichten verzameld, met daarop 50627 reacties.

De handmatige inhoudsanalyse wordt ingezet om te kijken welke frames en kenmerken er te vinden zijn in de mediaberichtgeving en Facebook-reacties over vluchtelingen. Omdat deze thesis onderzoek doet naar frames in verschillende kranten in verschillende periodes, worden deze artikelen verzameld door middel van een gestratificeerde steekproef uit het totale corpus. Voor iedere krant werden uit iedere periode op aselechte wijze 30 Facebook-berichten over de vluchtelingenstroom verzameld. Van elk van deze berichten wordt gekeken naar de eerste tien gebruikersreacties. Echter, niet alle geselecteerde berichten bevatten zoveel reacties. Op sommige berichten is zelfs niet gereageerd. Bij andere berichten werd weleens een reactie te veel gecodeerd. Daardoor worden er in totaal 360 online krantenberichten en 3210 Facebook-reacties geanalyseerd. Een overzicht hiervan is weergegeven in tabel 1.

Tabel 1. De hoeveelheid handmatig geanalyseerde online dagbladartikelen en bijbehorende Facebook-reacties, weergegeven per periode per dagblad. De hoeveelheid reacties is weergegeven tussen haakjes.

<i>Krant</i>	<i>Periode</i>			<i>Totaal</i>
	<i>Feb t/m Mei</i>	<i>Jun t/m Sept</i>	<i>Okt t/m Jan</i>	
<i>de Volkskrant</i>	30 (305)	30 (271)	30 (328)	90 (904)
<i>NRC Handelsblad</i>	30 (223)	30 (303)	30 (278)	90 (804)
<i>De Telegraaf</i>	30 (283)	30 (311)	30 (306)	90 (900)
<i>Algemeen Dagblad</i>	30 (173)	30 (275)	30 (154)	90 (602)
<i>Totaal</i>	120 (984)	120 (1160)	120 (1066)	360 (3210)

² Aantal volgers afkomstig van Facebook-pagina's van kranten op 5 mei 2016

3.2 METHODEN & OPERATIONALISERING

Om een antwoord te geven op de gestelde onderzoeksvragen wordt er gebruik gemaakt van een combinatie van een kwalitatieve en een kwantitatieve inhoudsanalyse. De kwalitatieve, inductieve analyse wordt ingezet om de frames in mediaberichtgeving en Facebook-reacties over vluchtelingen op te tekenen. Via een inductieve frameanalyse kunnen de frames en kenmerken, oftewel *framing devices* en *reasoning devices*, in kaart worden gebracht die een rol spelen bij de beoordeling van een onderwerp, persoon of situatie (Gagestein, 2015). Een kwalitatieve inhoudsanalyse gaat verder dan het louter tellen van woorden: taaluitingen worden intensief bestudeerd met het doel om grote hoeveelheden tekst te classificeren in een efficiënt aantal categorieën met een soortgelijke betekenis (Weber, 1990). Het gebruik van een inductieve analyse voorafgaand aan een kwantitatieve inhoudsanalyse kan een meerwaarde zijn, doordat relevante frames minder eenvoudig over het worden hoofd gezien (Van Gorp, 2007). Het onderzoek van Ruigrok, Gagestein, Van Atteveldt, Slotboom & Jacobi (2014) naar de mediaframing van jeugdcriminaliteit toont aan dat deze combinatie een beproefde methode is. Dit maakt deze inductieve methode geschikt voor het categoriseren van frames en kenmerken.

Deze inductief vastgestelde frames en kenmerken van mediaberichtgeving en Facebook-reacties worden op deductieve wijze onderzocht in de kwantitatieve inhoudsanalyse. Via een kwantitatieve inhoudsanalyse kunnen op systematische wijze relevante concepten in een mediaboodschap worden gemeten. Dit maakt het mogelijk om repliceerbare en valide inferenties te maken over deze berichten (Krippendorff, 2004). In deze thesis wordt gebruik gemaakt van twee soorten kwantitatieve inhoudsanalyse: een automatische inhoudsanalyse en een handmatige inhoudsanalyse.

3.2.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse

De kwalitatieve inhoudsanalyse werd uitgevoerd aan de hand van de door Gagestein (2015) omschreven methode, die geënt is op de methodiek van Van Gorp (2006; 2007). Volgens Gagestein (2015) zijn uitingen op sociale media prima geschikt voor framinganalyse, omdat deze een breder perspectief opleveren aan frames en *framing devices*. Doordat deze reacties over het algemeen kort zijn, worden uitingen in deze reacties door minder context omgeven dan artikelen uit dagbladen. Dit maakt het complexer om saillante framing en reasoning devices op te tekenen in Facebook-reacties dan in krantenartikelen. Door eerst framing en reasoning devices te onderscheiden binnen een uitgebreidere context, wordt het met behulp van de opgedane kennis makkelijker om deze vervolgens te interpreteren in een minder omvangrijke

context. Om die reden werd de inductieve analyse eerst uitgevoerd naar de dagbladberichtgeving over vluchtelingen, alvorens de Facebook-reacties kwalitatief werden bestudeerd.

3.2.1.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse van mediaberichtgeving

De methode van Gagestein (2015) omvat vier stappen. Deze stappen bestaan uit (1) het verzamelen van data, (2) het casual coderen van saillante tekstelementen en framing devices, (3) het opstellen van voorlopige kaders en reasoning devices, en (4) het definitieve coderen. Deze vier stappen vinden meer naast elkaar plaats dan na elkaar, zodat tijdens het proces nog teksten konden worden toegevoegd of nauwkeuriger kunnen worden gecodeerd.

Omdat inductieve analyses vaak moeilijk repliceerbaar zijn (Semetko & Valkenburg, 2000) werd, ter bevordering van de betrouwbaarheid, de inductieve analyse van dagbladberichtgeving uitgevoerd door twee codeurs. Voor het selecteren van artikelen werd het gehele corpus als uitgangspunt genomen. Hieruit verzamelde beide codeurs 60 dagbladartikelen. In deze selectie werd rekening gehouden met drie dingen, namelijk (1) een goede spreiding van de dagbladen waaruit de artikelen werden geselecteerd, (2) het kiezen van artikelen waarin opvallende framing devices aanwezig waren en (3) een goede spreiding van de aanleidingen voor een artikel. Na het maken van deze eerste selectie, werden alle artikelen nagelopen op duidelijke framing devices en reasoning devices. Indien deze in eerste instantie slecht aan te wijzen waren, werd het artikel alsnog geschrapt. In deze stap van de analyse werden alle saillante tekstelementen gemarkeerd, zonder hier een interpretatie aan op te hangen.

In de tweede analyseronde werden, op zoek naar samenhang tussen de gemarkeerde elementen, alle devices nogmaals doorgenomen. Deze devices bestonden onder meer uit oneliners, voorbeelden, duidende woorden (zoals ‘gelukszoeker’ en ‘aanzuigende werking’) en stereotypes. Hierdoor ontstond een ruw kader waarmee in de derde stap de devices konden worden gelabeld. Dit gebeurde door het categoriseren van de verhalende elementen, oftewel de reasoning devices, die eenzelfde redenering lijken te hebben of beroep doen op dezelfde waarden, stereotypes of culturele associaties. Nadat beide codeurs deze drie analysestappen hadden doorlopen in hun eigen dataset, overlegden zij de door hun aangetroffen ‘stapels’ met elkaar om zo de subjectiviteit van hun interpretatie zoveel mogelijk weg te nemen.

Aan de hand van deze categorieën analyseerden de codeurs in stap vier hun eigen data ieder nogmaals. Hierbij werden alle verhaalelementen definitief ingevuld. Zo kon de essentie van soortgelijke uitingen worden gedistilleerd, waarmee verschillende frame-categorieën konden worden opgesteld. Beide codeurs gaven aan dat er na het analyseren van 60 artikelen sprake

was van data-saturatie. Dit is het geval wanneer de verzameling van nieuwe data geen nieuwe inzichten biedt in de onderzochte frames (Mason, 2010). Het feit dat data-saturatie bij beide codeurs werd bereikt, vormt een bevestiging van de aanname van Gagestein (2015) dat 60 krantenartikelen voldoende zijn voor een inductieve frameanalyse.

Om de betrouwbaarheid van de opgestelde frame-categorieën te testen, codeerden na de vierde stap beide codeurs hun eigen set en die van de ander. Hierna werden de verschillen en overeenkomsten naast elkaar gelegd. Als er sprake was van te grote verschillen, werden de desbetreffende frames nog een keer bekeken en indien nodig geschrapt. Als er anderzijds sprake was van frames die vaak samen voorkwamen, werd er afgewogen of deze samengevoegd konden worden. Na deze laatste stap konden de volgende frames worden onderscheiden: het menselijkheidsframe, het wij-zijframe, het urgentieframe, het economische frame, het sociale onrustframe en het beleidsframe. Al deze frames werden, zoals beschreven in het vorige hoofdstuk, onderworpen aan een literatuurstudie. Een beschrijving van de framing en reasoning devices van de opgestelde frames is te vinden in de framing-matrix in de appendix.

3.2.1.1 Kwalitatieve inhoudsanalyse van Facebook-reacties

Na het optekenen van zes frames in de mediaberichtgeving over vluchtelingen, werd onderzocht welke frames en kenmerken voorkwamen in de Facebook-reacties op deze berichtgeving. Dit gebeurde volgens hetzelfde stappenplan als in de kwalitatieve analyse van mediaberichtgeving, met als uitzondering dat er hier al een kader met framing en reasoning devices beschikbaar was. Deze kwalitatieve analyse onderzocht daarom vooral of de Facebook-reacties op mediaberichtgeving over vluchtelingen frames en kenmerken bevatten die afweken van de resultaten uit het voorgaande inductieve onderzoek. Volgens Gagestein (2015) bevat een corpus van driehonderd uitingen vaak genoeg variatie voor voldoende diepgang. Omdat veel Facebook-reacties slechts uit één uiting bestaan, werden er voor dit onderzoek driehonderd reacties geanalyseerd. Deze werden verzameld door op gerandomiseerde wijze dertig artikelen te selecteren uit het corpus dat was aangelegd voor de inductieve analyse van mediaberichtgeving. Op deze manier kon worden verzekerd dat in de artikelen waarop de uitingen een reactie vormden, voldoende framing devices aanwezig waren en dat er een goede spreiding was van de soorten dagbladen en aanleidingen.

Bij het casual coderen van saillante tekstelementen en de inkadering hiervan werd alleen een aanleiding tot aanpassing gevonden voor het sociale onrustframe. Dit frame besprak in de geanalyseerde mediaberichtgeving de sociale onrust vooral op groepsniveau, zoals protesten

tegen de komst van asielzoekerscentra. In de Facebook-reacties is deze onrust echter grotendeels waarneembaar in de vorm van individuele meningen als ‘links kijkt weg voor de problemen’ en ‘rechts is xenofob’. Er is dus sprake van soortgelijke reasoning devices die tot stand komen via verschillende framing devices. Om die reden zal in de kwantitatieve inhoudsanalyse van mediaberichtgeving het sociale onrustframe op een andere wijze worden gecodeerd dan in de kwantitatieve analyse van Facebook-reacties.

Hoewel er voor de overige frames geen afwijkingen werden gevonden, werd er in de Facebook-reacties wel een extra frame ontdekt, namelijk het ‘kritiek op media’-frame. In dit frame wordt de nadruk gelegd op de rol die media, zowel in het algemeen als een specifiek dagblad, spelen in de vluchtelingenproblematiek. Ook wordt binnen dit frame regelmatig de kwaliteit van een enkel bericht beoordeeld. In alle gevallen kan de evaluatie zowel positief als negatief zijn. De reasoning en framing devices van dit frame zijn weergegeven in de matrix in de bijlage. Deze frames met bijbehorende devices vormen de input voor het kwantitatieve onderzoek. Tot slot kwam in dit kwalitatieve onderzoek naar voren dat niet alle reacties op de mediaberichtgeving over migratie ook relevant waren in deze context. Om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van de van Facebook-reacties op mediaberichtgeving, zal de relevantie van reacties ook worden nagegaan in de kwantitatieve inhoudsanalyse.

3.2.2 Kwantitatieve inhoudsanalyse

3.2.2.1 Automatische inhoudsanalyse

De automatische inhoudsanalyse wordt gedaan met behulp van de analyseprogramma’s AmCAT en R. Doordat computers snel en gemakkelijk kunnen tellen, kunnen met behulp van deze programma’s grote hoeveelheden tekst eenvoudig worden geanalyseerd. Op deze manier kan onder meer worden vastgesteld welke woorden het meest worden gebruikt in de reacties op mediaberichtgeving over migratie en hoe lang deze reacties zijn. Zo ontstaat er meer inzicht in de wijze waarop Facebook-gebruikers reageren op de berichtgeving over migratie.

De automatische inhoudsanalyse wordt verder ingezet om te kijken naar de hoeveelheid media-aandacht voor de vluchtelingenproblematiek en de Facebook-reacties hierop. Door de hoeveelheid media-aandacht per periode te vergelijken met de perspectieven in Facebook-reacties op die berichtgeving, kan worden vastgesteld of er sprake is van een verband tussen de mate van media-aandacht en de manier waarop er wordt gereageerd op Facebook. Verder wordt er, door naar de inhoud van deze mediaberichtgeving te kijken, onderzocht welke

nieuwswaarden ten grondslag liggen aan de aan de verschillende pieken in de hoeveelheid mediaberichtgeving en Facebook-reacties.

3.2.2.2 Handmatige inhoudsanalyse

De operationalisering van de kwantitatieve inhoudsanalyse wordt gevormd door de uitkomsten van de kwalitatieve inhoudsanalyse. Zowel de dagbladartikelen zoals geplaatst op Facebook als de daaropvolgende reacties worden onderzocht op de aanwezigheid van de volgende frames: het menselijkheidsframe, het wij-zijframe, het urgentieframe, het economische frame, het sociale onrustframe en het beleidsframe. Van de Facebook-reacties wordt verder bestudeerd of hierin het ‘kritiek op medium’-frame voorkomt. Om meer inzicht te krijgen in de mate van discussie op Facebook, wordt er ook bestudeerd of Facebook-reacties deel uitmaken van een discussiesequentie.

Voor het vaststellen van ieder frame, zijn er een of meerdere vragen opgesteld. Deze vragen kunnen worden beantwoord met behulp van de framing en reasoning devices uit de matrix in de bijlage. Volgens Van Gorp (2006) zijn frames kwalitatief van aard. Als een frame bijvoorbeeld slechts één keer voorkomt in een bericht, maar deze expliciet in de titel van een stuk staat, kan dit frame dominant zijn dan een tegen hangend frame dat vaker voorkomt, maar minder expliciet is. Bij het coderen wordt dus afgewogen hoe dominant een frame naar voren komt in het artikel of de reactie. Op basis van het bovenstaande, is de operationalisering van frames en kenmerken als volgt:

Menselijkheidsframe

In het menselijkheidsframe wordt er aan asielzoekers gerefereerd als slachtoffers van de situatie in hun thuisland, autoriteiten, gevaarlijke reizen, hun cultuur en de asielpolitiek van het nieuwe land (Brune, 2004; Horsti, 2013). In deze referentie wordt vaak een persoonlijk verhaal geschetst en worden vluchtelingen gerepresenteerd als hulpbehoevende mensen waarvan het opvangen onze ‘morele plicht’ is. Daarom worden voor het vaststellen van dit frame de volgende vragen gesteld:

- 1. Voorziet het artikel of de reactie de vluchtelingen crisis van een menselijk voorbeeld?*
- 2. Benadrukt het artikel of de reactie hoe individuele vluchtelingen of groepen vluchtelingen worden getroffen door de situatie in hun thuisland, gebeurtenissen tijdens hun reis en/of de asielpolitiek in het land van aankomst?*
- 3. Gaat het artikel of de reactie in op het leven van (een) bepaalde vluchteling(en)?*

4. *Worden de vluchtelingen in het artikel of de reactie gerepresenteerd als mensen die geholpen moeten worden?*

Bij het coderen van deze vragen kan er worden geantwoord met JA (1) of NEE (0). Door de aanwezigheid van een frame per vraag te scoren, wordt er op een schaalniveau gemeten. Zo ontstaat meer inzicht in de intensiteit waarin een frame voorkomt in een bericht.

Wij-zijframe

In het wij-zijframe wordt er (impliciet) onderscheid gemaakt tussen een in-group en een out-group. Dit frame valt uiteen in twee subframes, te weten het bedreigingsframe en het otherness-frame. In het bedreigingsframe wordt veelal de illegaliteit van asielzoekers benadrukt en worden zij gepresenteerd als criminelen of terroristen (Van Gorp, 2006; Horsti, 2013). Om vast te stellen of een artikel het bedreigingsframe bevat, worden daarom de volgende vragen gesteld:

- 1. Worden er problemen besproken die in Nederland en/of Europa worden ervaren als gevolg van de komst van vluchtelingen?*
- 2. Worden vluchtelingen in verband gebracht met mogelijke criminele daden?*
- 3. Worden vluchtelingen in verband gebracht met mogelijk terrorisme/extremisme?*

Bij het coderen van deze vragen kan er worden geantwoord met JA (1) of NEE (0).

In het otherness-frame worden vluchtelingen op basis van sociaal-culturele verschillen gerepresenteerd als een soort out-group, waarbij hun identiteit vaak als minderwaardig wordt beschouwd (Staszak, 2008). Een onderwerp dat veel wordt genoemd binnen dit frame is integratie (Van Gorp, 2006). Daarom worden er bij het onderzoek naar dit subframe deze vragen gesteld:

- 1. Wordt er gesproken over (mogelijke) problemen tijdens de integratie van vluchtelingen in Nederland/Europa?*
- 2. Wordt er gesproken over (mogelijke) verschillen in normen en waarden of religie tussen vluchtelingen en de Nederlandse/Westerse samenleving?*

Bij het coderen van deze vraag kan er worden geantwoord met JA (1) of NEE (0).

Urgentieframe

Het urgentieframe bespreekt de mate van ernst van de vluchtelingenproblematiek. Zowel uit het vooronderzoek als uit de bestudeerde literatuur bleek dat dit frame uiteen kan vallen in meerdere perspectieven. Enerzijds kan de problematiek worden beschouwd als een heuse ‘vloedgolf’ of ‘tsunami’, maar anderzijds kan er in dit frame juist worden afgedaan aan deze urgentie door te stellen dat ‘het allemaal wel meevalt’. Om die reden wordt bij dit frame de volgende vraag gesteld:

1. *Behandelt het artikel of de reactie een mate van urgentie? Zo ja, welke mate van urgentie is dit?*

Voor het coderen zijn er drie antwoordcategorieën opgesteld. Hiervan worden er twee gevormd door de hierboven genoemde perspectieven. De derde categorie wordt gebruikt wanneer er sprake is van een neutraal perspectief op urgentie van de vluchtelingenstroom. Bij dit frame wordt er dus met ‘richting’ gecodeerd. Als een artikel of reactie impliceert dat er sprake is van een ernstige problematiek, wordt er een waarde van (-1) genoteerd. Wanneer er wordt gesteld dat het wel meevalt met de grootte en ernst van de problematiek, wordt er een waarde van (+1) genoteerd. Is het artikel of de reactie neutraal over de mate van problematiek, wordt deze gecodeerd als een (0). Als er geen mate van urgentie wordt behandeld, wordt er niks gescoord.

Economieframe

In het economische frame ligt de nadruk op de kosten en baten van immigratie voor de betrokkenen en de druk die migratie geeft op de verzorgingsstaat (D’Haenens & De lange, 2001; Nickels, 2007). Volgens Nickels (2007) wordt de redentatie of het goed is om op te dragen voor de kosten van immigratie vaak gemaakt op basis van de motivatie van een vluchteling. Vluchten om politieke redenen wordt meestal beschouwd als een legitieme reden, terwijl economische redenen vaak als illegitiem worden gezien. Ook wees het vooronderzoek uit dat de komst van vluchtelingen door sommigen wordt beschouwd als een mogelijke economische impuls. Daarom wordt er voor het vaststellen van het economische frame de volgende vraag gesteld:

1. *Beoordeelt het artikel of de reactie de economische situatie als gevolg van de komst van vluchtelingen? Zo ja, op welke manier wordt hierover geschreven?*

Omdat er binnen dit frame ook sprake is van uiteenlopende perspectieven, wordt ook hier gecodeerd met richting. Als een artikel of reactie impliceert dat de economische kosten die worden gemaakt als gevolg van de vluchtelingenstroom onterecht is, wordt er een waarde van (-1) gescoord. Een waarde van (0) betekent dat het artikel of de reactie neutraal is over de economische gevolgen van de vluchtelingenproblematiek en een waarde van (1) betekent dat de komst van vluchtelingen wordt beschouwd als een positief economisch effect op de samenleving. Als er niet wordt gesproken over een economische situatie, wordt er niks ingevuld.

Sociale onrustframe

In het sociale onrustframe wordt de nadruk vooral gelegd op het maatschappelijke debat over de vluchtelingenstroom en de conflicten die hierbij ontstaan. Het frame komt tot stand door de bespreking van de problematiek die bij en tussen Nederlanders is ontstaan als (indirect) gevolg van de vluchtelingenstroom. In het vooronderzoek bleek dat dit frame in mediaberichtgeving door verschillende framing devices wordt gevormd dan in Facebook-reacties. In dagbladen wordt dit frame meer beschreven op groepsniveau, bijvoorbeeld door te verhalen over ruzie tussen inwoners op een inspraakavond over de komst van een asielzoekerscentrum in hun dorp. Daarom wordt voor de analyse van deze berichtgeving de volgende vraag gesteld:

- 1. Benoemt het artikel de sociale onrust en het publieke debat dat is ontstaan als gevolg van de vluchtelingenstroom? Zo ja, welke kant van het debat wordt voornamelijk uitgelicht?*

Evenals de twee voorgaande frames wordt ook dit frame met richting gecodeerd. Een gescoorde waarde van (-1) betekent dat in het artikel voornamelijk de anti-vluchtelingenkant wordt uitgelicht. Een waarde van (0) houdt in dat het artikel neutraal is met betrekking tot het publieke debat en als er een waarde van (1) wordt gescoord focust het artikel zich grotendeels op de collectieve acties ter ondersteuning van vluchtelingen. Als de sociale onrust of het publieke debat niet wordt benoemd, wordt er niks gescoord.

In Facebook-reacties is de sociale onrust niet waarneembaar als een algemene ontwikkeling, maar in de vorm van individuele meningen die duiden op sociale onrust en polarisering tussen burgers met uiteenlopende meningen over de vluchtelingenstroom. Daarom wordt voor de analyse van deze reacties de volgende gesteld:

- 1. Vertoont de reactie tekenen van sociale onrust en polarisering in het publieke debat? Zo ja, welke kant van het debat hangt de auteur van de reactie aan?*

De reacties worden op een soortgelijke wijze gecodeerd als de mediaberichtgeving. Een waarde van (-1) betekent dat de auteur van de reactie zich voornamelijk uit tegen vluchtelingen. Een waarde van (0) betekent dat de auteur neutraal is en een score van (1) houdt in dat de auteur zich voorstander toont van de hulp aan vluchtelingen. Als de auteur van een reactie zich niet duidelijk uitspreekt als neutraal, voorstander of tegenstander, wordt er niks ingevuld.

Beleidsframe

In het beleidsframe speelt vooral de kwestie of de politiek in staat is om de vluchtelingenstroom te beheersen (D'Haenens & De lange, 2001; Van Gorp; Nickels, 2007). Dit frame wordt vastgesteld aan de hand van de volgende vraag:

1. *Wordt er in het artikel of de reactie gesproken over de capaciteiten van de politiek om de vluchtelingenproblematiek te beheersen? Zo ja, hoe wordt dit handelen gekwalificeerd?*

Ook dit frame wordt met richting gecodeerd. Een waarde van (-1) betekent dat in het artikel met wantrouwen wordt gesproken over de politiek, een waarde van (1) dat het artikel grotendeels positief is over het handelen van de politiek en dat er sprake is van vooruitgang. Is het artikel neutraal over de politiek, wordt er een (0) gescoord. Wordt er niet gesproken over politiek of beleid, wordt er niks gescoord.

'Kritiek op media'-frame

De aanwezigheid van het 'kritiek op media'-frame wordt alleen bestudeerd in Facebook-reacties. In dit frame wordt de nadruk gelegd op de rol die media spelen in de vluchtelingenproblematiek. Ook wordt in dit frame soms de kwaliteit van een enkel bericht worden beoordeeld. Beide evaluaties kunnen zowel positief als negatief zijn, waardoor dit frame wordt onderzocht op basis van de volgende vraag:

1. *Vormt de reactie een kritiek op media? Zo ja, is deze kritiek positief of negatief?*

Een gescoorde waarde van (1) houdt in dat de reactie een positieve kritiek op media bevat, een waarde van (-1) het tegenovergesteld. Als er sprake is van neutrale kritiek zoals het benadrukken van spelfouten, wordt er een waarde van (0) gecodeerd. Is er geen sprake van kritiek, wordt er niks gescoord.

Mate van Discussie

De publieke sfeer wordt gedefinieerd als een sociaal domein waarbinnen de publieke opinie wordt uitgedrukt door middel van discussie (Habermas, 1973). Volgens Wilhelm (2000) bestaat maar een klein deel van de uitingen in online politieke discussies uit reacties op anderen en is er vooral sprake van uitingen waarin de auteur bezig is met zijn eigen standpunt uiteen te zetten. Doorgaans reageren Facebook-gebruikers op uitingen van anderen door hun naam te

‘mentionen’. Hierbij typt men de naam van een andere gebruiker in, waarbij er een link ontstaat naar diegene zijn profiel. Op deze wijze krijgt de gebruiker op wiens uiting wordt gereageerd een melding. Een belangrijke kanttekening die hierbij moet geplaatst is dat veel reacties enkel bestaan uit de namen van andere gebruikers. Dit ‘taggen’ wordt vaak gedaan door gebruikers om hun vrienden op de hoogte stellen van het bericht, maar meestal volgt hierop geen verdere tekst, waardoor dit zonder beschikbare niet kan worden beschouwd als onderdeel van een discussie. Om vast te stellen in welke mate er sprake is van discussie in de Facebook-reacties op de mediaberichtgeving over vluchtelingen wordt daarom de volgende vraag gesteld:

1. *Noemt de auteur van de reactie de naam van een andere gebruiker? Zoja, bevat de reactie ook een uiting die betrekking heeft op migratie?*

Bij het coderen van deze vraag kan er worden geantwoord met JA (1) of NEE (0).

Irrelevantie

Tot slot wordt er om een zo compleet mogelijk beeld te krijgen van Facebook-reacties ook nagegaan of een reactie mogelijk irrelevant is in de context van de vluchtelingenstroom. Hiervoor werd de volgende vraag gesteld

1. *Is de reactie irrelevant in de context van de vluchtelingenstroom?*

Bij het coderen van deze vraag kan er worden geantwoord met JA (1) of NEE (0). Een belangrijke opmerking hierbij is dat een reactie die geen van de hierboven genoemde frames bevat, niet per direct als irrelevant wordt bestempeld. Een reactie als ‘ja eens’ bevat bijvoorbeeld geen duidelijke frames, maar is niet per definitie irrelevant.

3.2.2.2.1 Betrouwbaarheid van de analyses

Om te beoordelen of deze interpretatie van frames niet subjectief is, en dus onbetrouwbaar, werd voor elk frame de intercodeurbetrouwbaarheid berekend. Hiervoor werd een sample getrokken uit het geanalyseerde corpus dat wordt onderzocht door twee codeurs, waarna de overeenstemming tussen deze codeurs, de Cohen’s Kappa, werd berekend. De grootte van dit sample was gebaseerd op het percentage van de artikelen waarin het minst voorkomende frame wordt aangetroffen (Krippendorff, 2004). Ervan uitgaand dat het minst voorkomende frame in 1 op de 5 krantenartikelen voorkomt en een betrouwbaarheid van $p = 0.05$ met een laagste acceptatie alpha van .667% de laagst acceptabele is, is er op basis van Krippendorff (2004) een steekproef van 48 krantenartikelen getrokken.

Omdat de uitingen op Facebook korter zijn dan de mediaberichten waarop zij een reactie vormen, is het een logische verwachting dat de onderzochte frames hierin minder vaak voorkomen. Ervan uitgaande dat het minst voorkomende frame in 1 op de 10 reacties voorkomt en een betrouwbaarheid van $p = 0.05$ met een laagste acceptatie alpha van .667% de laagst acceptabele is, is er op basis van Krippendorf (2004) een steekproef van 86 reacties getrokken. De betrouwbaarheid van elk frame en kenmerk is weergegeven in tabel 2. Een overzicht van de data waarvan deze betrouwbaarheidsscores werden gemeten is toegevoegd in de bijlage.

Voordat de resultaten van de vragen die het menselijkheidsframe, het bedreigingsframe, het otherness-frame en het wij-zijframe bevroegen werden samengevoegd tot één factor, werd hiervan de Cronbach's Alpha gemeten. Zowel de vragen uit menselijkheidsframe ($\alpha = .779$), het bedreigingsframe ($\alpha = .794$), het otherness-frame ($\alpha = .923$) en het wij-zijframe ($\alpha = .825$) bleken hetzelfde te meten, waardoor deze konden worden samengevoegd tot de beoogde frames.

Tabel 2. De intercodeurbetrouwbaarheid van iedere codeervraag, berekend aan de hand van Cohen's Kappa (κ), weergegeven per mediaberichtgeving en reacties.

Vraag	Cohen's kappa (κ)	
	Mediaberichtgeving	Facebook-reacties
<i>Menselijkheid 1</i>	.764	.725
<i>Menselijkheid 2</i>	.729	.869
<i>Menselijkheid 3</i>	.786	.707
<i>Menselijkheid 4</i>	.780	.831
<i>Bedreiging 1</i>	.778	.704
<i>Bedreiging 2</i>	.748	.794
<i>Bedreiging 3</i>	.733	.738
<i>Otherness 1</i>	.833	.705
<i>Otherness 2</i>	.833	.807
<i>Urgentie</i>	.783	.794
<i>Sociale Onrust</i>	.826	.773
<i>Economie</i>	.877	.715
<i>Beleid</i>	.819	.771
<i>Kritiek</i>		.698
<i>Interactie</i>		.656
<i>Relevantie</i>		.935

4. RESULTATEN

In dit hoofdstuk worden de resultaten besproken van het hierboven beschreven onderzoek. Om zo goed mogelijk te verklaren hoe het publieke migratiedebat op Facebook wordt gevoerd en hoe dit debat tot stand komt, is dit hoofdstuk zo opgesteld dat iedere paragraaf een aspect bespreekt van de medialogica rond het publieke migratiedebat op Facebook. Zo ontstaat er geleidelijk een beter inzicht in de onderzochte relaties tussen mediaberichtgeving en Facebook-reacties.

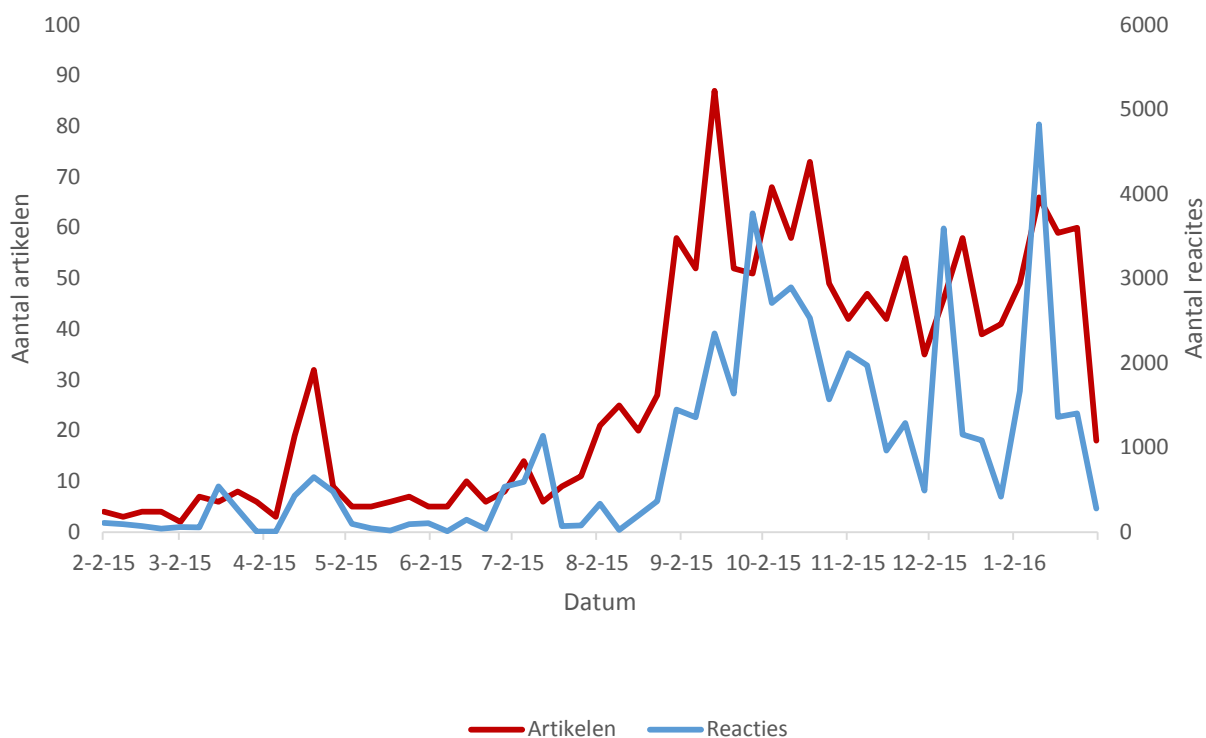
In paragraaf 4.1 wordt eerst geanalyseerd hoeveel nieuwsmidia berichten over de vluchtelingenstroom en hoeveel Facebook-reacties hierop volgen. Door te bestuderen welke nieuwswaarden ten grondslag liggen aan de pieken in (sociale) media-aandacht, wordt hierbij ook bekeken welk soort gebeurtenissen binnen migratie de meeste aandacht trekken. In paragraaf 4.2 worden de perspectieven in mediaberichtgeving en Facebook-reacties besproken door te analyseren in welke mate frames voorkomen in deze berichten. Paragraaf 4.3 bespreekt hoe de dominantie van deze frames is ontwikkeld tijdens het verloop van de vluchtelingenstroom. Hierna wordt in paragraaf 4.4 verder ingezoomd op het verband tussen de frames in mediaberichtgeving en Facebook-reacties. Nadat deze verbanden zijn onderzocht, wordt in paragraaf 4.5 uitvoerig besproken hoe er op Facebook wordt gediscussieerd over migratie, wat de achterliggende mechanismes van deze discussies zijn en in hoeverre er sprake is van een publieke sfeer.

4.1 MEDIA-AANDACHT EN NIEUWSWAARDEN

De relatie tussen nieuwsgebeurtenissen uit de vluchtelingenstroom en de hoeveelheid media-aandacht hiervoor werd onderzocht door te analyseren welke nieuwswaarden ten grondslag liggen aan de verschillende pieken in de hoeveelheid mediaberichtgeving en Facebook-reacties. Gebeurtenissen die een piek veroorzaken in de hoeveelheid media-aandacht voor een onderwerp, worden key-events genoemd (Kepplinger & Habermeier 1995; De Vreese, 2001; Donsbach, 2004). Om vast te stellen wat de key-events in de vluchtelingenstroom waren, werd figuur 2 opgesteld. Hierin is per week de hoeveelheid nieuwsartikelen op Facebook en het aantal reacties daarop weergegeven. Uit een correlatietest blijkt er sprake van een sterk verband tussen de hoeveelheid mediaberichtgeving en het aantal reacties dat daarop volgt ($r = .796$, $p < .01$). Meer nieuws over migratie lokt dus ook een grote hoeveelheid reacties uit. Dit is lijn met de agendasetting-theorie van McCombs & Shaw (1972).

In de grafiek zijn verschillende pieken in mediaberichtgeving zichtbaar. De eerste is half april, ten tijde van bed-bad-bood-discussie. In deze discussie viel het kabinet bijna over het al dan niet bieden van opvang aan uitgeprocedeerde asielzoekers. De tweede piek vindt begin september plaats, nadat de foto's van de verdrinken Syrische peuter Aylan Kurdi de hele wereld over gingen. Vervolgens zijn er diverse pieken zichtbaar in de periode van oktober tot en met november. Deze vonden plaats toen er hevige ophef en zelfs rellen ontstonden over de vestiging van asielzoekerscentra in dorpen als Oranje, Steenberg en Geldermalsen. De vierde piek vindt plaats in het nieuwe jaar, na de reeds benoemde gebeurtenissen in Keulen.

Ondanks de sterke samenhang tussen nieuwsberichten en reacties zijn er in figuur 2 ook een aantal afwijkingen zichtbaar. Eind september, begin december en begin januari steeg het aantal reacties verhoudingsgewijs sneller dan het aantal berichten. Die drie pieken hebben iets met elkaar gemeen. Ze ontstonden namelijk allemaal op momenten dat er veel emotionele discussie was tussen voor- en tegenstanders van vluchtelingenopvang. De eerste piek vond plaats op het moment dat veel asielzoekers Nederland binnenkwamen en overheden druk op zoek waren naar opvanglocaties. Dit was een week voor de ophef rond de uitbreiding van een asielzoekerscentrum in het Drentse dorp Oranje veel media-aandacht kreeg. De tweede piek vond plaats rondom de rellen die ontstonden bij een inspraakavond over de komst van een asielzoekerscentrum in Geldermalsen. Hierbij escaleerde een demonstratie van tegenstanders tot een aanvaring met de Mobiele Eenheid. De derde piek vond plaats na de incidenten tijdens de nieuwjaarsnacht in Keulen.



52 *Figuur 2. Het aantal artikelen dat dagbladen plaatsten op Facebook en de hoeveelheid daaropvolgende reacties, weergegeven per week.*

De algemene nieuwswaarden die uit de literatuur werden opgetekend zijn de bekendheid van het onderwerp of de betrokken persoon, de aanwezigheid van een (politiek) conflict, de mogelijkheid tot personificatie en dramatisering van een onderwerp, de potentiële negatieve impact op het persoonlijke leven en de culturele en geografische nabijheid (e.g. Galtung & Ruge, 1965; Schultz, 2007; Harcup & O’Neill, 2001; 2016). Getuige de hoeveelheid mediaberichtgeving over migratie en het aantal reacties dat hierop volgt, kan er met zekerheid worden gesteld dat de nieuwswaarde bekendheid van het onderwerp voor alle pieken van toepassing is. Dit geldt ook voor de nieuwswaarde aanwezigheid van een (politiek) conflict. Rond de bed-bad-brood-discussie is er met een regering die bijna valt duidelijk sprake van een politiek conflict. De foto’s van Aylan Kurdi leken in eerste instantie een keerpunt in een conflict, namelijk dat tussen het wel of niet opvangen van vluchtelingen. Dit conflict bleek echter in het najaar, bij de nieuwspieken rond de ophef over de komst van asielzoekerscentra, nog volop aanwezig te zijn. In Geldermalsen leidde het protest van tegenstanders zelfs tot een aanvaring met de mobiele eenheid. Dit conflict kwam ook duidelijk naar voren na de nieuwjaarsnacht in Keulen, maar hier leek meer de nadruk te worden gelegd op het conflict tussen de normen en waarden van vluchtelingen met die van de Westerse samenleving. Zoals Van Noije (2007) en Montes (2012) stellen is migratie ook een onderwerp dat erg mediageniek is, mede dankzij de dramatische en narratieve aantrekkingskracht van de beelden die dit onderwerp omgeven. Deze aantrekkingskracht wordt verder duidelijk uit de hoeveelheid aandacht voor de vele conflicten. Daarom lijkt ook de nieuwswaarde mogelijkheid tot personificatie en dramatisering van toepassing op alle pieken.

Op basis van het bovenstaande kan worden gesteld dat deze drie nieuwswaarden inherent zijn aan migratie, of in ieder geval aan de huidige problematiek. De pieken in figuur 2 lijken daarom vooral te worden veroorzaakt doordat de vluchtelingenproblematiek zowel cultureel als geografisch steeds ‘dichterbij huis’ kwam, met een potentiële negatieve impact op het persoonlijke leven als gevolg. Tijdens de gehele eerste helft van 2015 staken er immers al vluchtelingen de Middellandse Zee over, waaronder veel Syriërs die vluchtten voor een dramatisch en slepend conflict in hun thuisland (Vluchtelingenwerk Nederland, n.d.). Toch nam de aandacht voor de vluchtelingenstroom pas echt grote vormen aan toen tegen het einde van de zomer steeds meer vluchtelingen Nederland en Europa bereikten. Dit geldt des te meer voor de hoeveelheid Facebook-reacties, die op momenten dat er hevig werd gediscussieerd tussen voor- en tegenstanders van vluchtelingenopvang sneller piekten dan de hoeveelheid nieuwsberichten.

Samengevat kan de hoeveelheid aandacht voor de vluchtelingenstroom worden verklaard door het feit dat migratie een onderwerp is dat voldoet aan veel nieuwswaarden. Hierbij kan worden gesteld dat de pieken in deze berichtgeving vooral worden veroorzaakt door de potentiële negatieve impact van de gebeurtenissen en de culturele en geografische nabijheid hiervan, een effect dat in reacties sterker aanwezig is dan in mediaberichtgeving. Gezien de aangetroffen de bevestigde agendasettingtheorie van McCombs & Shaw (1972), is het een logische aanname dat ook de hoeveelheid Facebook-reacties wordt bepaald door deze nieuwswaarden. Dit bevestigt de eerder beschreven observatie van Maier (2015) dat Facebook-gebruikers vaker reageren op nieuwsgebeurtenissen met een culturele en geografische nabijheid. Dat pieken in de hoeveelheid reacties vooral ontstonden op het moment dat er sprake was van veel emotionele discussies, ondersteunt ook het standpunt van Harcup & O'Neill (2016) dat Facebook een platform is waar men veelal reageert vanuit emotie. Dit alles suggereert dat er niet alleen sprake is van relaties tussen mediaberichtgeving en Facebook-reacties als het gaat om hoeveelheid aandacht en focus, maar dat er ook een verband bestaat tussen de hoeveelheid mediaberichtgeving en de manier waarop Facebook-gebruikers reageren. Voordat dit verband wordt onderzocht in paragraaf 4.4, wordt in de volgende paragraaf geanalyseerd in welke mate de onderzochte frames voorkomen in beide soorten berichten.

4.2 FRAMES IN MEDIABERICHTGEVING EN REACTIES

In deze paragraaf wordt besproken in welke mate de onderzochte frames voorkomen in mediaberichtgeving en Facebook-reacties. Hierbij wordt in een sub-sectie ook gekeken naar de verschillen in berichtgeving door kwaliteitskranten en populaire dagbladen. In tabel 3 is daarom voor zowel de geanalyseerde mediaberichten als Facebook-reacties per soort media weergegeven in welke mate frames gemiddeld voorkomen per bericht. Dit gemiddelde is weergegeven op een schaal van 0 tot 1, waarbij een waarde van 0 inhoudt dat het frame in geen enkel bericht voorkomt en een waarde van 1 dat het frame in ieder bericht verschijnt. De hoeveelheid waarin het menselijkheidsframe, het bedreigingsframe, het otherness-frame en het wij-zij frame voorkwamen is in deze tabel gebaseerd op het gemiddelde van de verschillende kenmerken van deze frames. Voor het urgentieframe, economieframe, sociale onrustframe en het beleidsframe wordt hier alleen de mate weergegeven waarin ze werden aangetroffen. De gemiddelde scores van deze met richting gecodeerde frames worden verderop besproken.

Omdat de mate waarin het menselijkheidsframe, het bedreigingsframe, het otherness-frame en het wij-zijframe voorkomen is bepaald op basis van meerdere kenmerken, werd er een t-toets uitgevoerd om vast te stellen in hoeverre de in mediaberichtgeving aangetroffen frames

ook voorkwamen in Facebook-reacties. Omdat het al dan niet voorkomen van het urgentieframe, het economieframe, het sociale onrustframe en het beleidsframe werd vastgesteld door middel van één vraag, werd er voor deze frames gebruik gemaakt van een chi-kwadraattoets.

Tabel 3. De gemiddelde mate waarin frames per bericht voorkomen in mediaberichtgeving en Facebook-reacties, weergegeven per soort media. Standaarddeviaties zijn weergegeven tussen haakjes.

Frames	Mediaberichtgeving			Facebook-reacties		
	<i>Kwal.</i>	<i>Pop.</i>	<i>Tot.</i>	<i>Kwal.</i>	<i>Pop.</i>	<i>Tot.</i>
<i>Menselijkheid</i>	.301 (.332)	.269 (.351)	.285 (.341)	.061 (.164)	.102 (.240)	.080 (.204)
<i>Bedreiging</i>	.135 (.288)	.215 (.328)	.175 (.311)	.038 (.156)	.132 (.283)	.082 (.230)
<i>Otherness</i>	.222 (.393)	.158 (.352)	.190 (.374)	.103 (.293)	.143 (.338)	.122 (.316)
<i>‘Wij-Zij’</i>	.170 (.270)	.192 (.301)	.181 (.286)	.064 (.179)	.137 (.266)	.099 (.227)
<i>Urgentie</i>	.294 (.457)	.222 (.417)	.258 (.438)	.067 (.251)	.121 (.326)	.092 (.289)
<i>Economie</i>	.139 (.347)	.144 (.352)	.142 (.349)	.052 (.222)	.121 (.326)	.084 (.278)
<i>Sociale onrust</i>	.450 (.499)	.378 (.486)	.413 (.493)	.411 (.492)	.451 (.498)	.423 (.495)
<i>Beleid</i>	.728 (.446)	.622 (.486)	.675 (.469)	.494 (.500)	.471 (.499)	.484 (.500)
<i>Kritiek</i>				.169 (.375)	.068 (.252)	.122 (.327)

Uit deze statistische toetsen bleek dat het menselijkheidsframe ($t(388.221) = 11.193$; $p < .01$), het bedreigingsframe ($t(404.171) = 5.524$; $p < .01$), het otherness-frame ($t(418.352) = 3.350$; $p < .01$) en daardoor logischerwijs ook het wij-zijframe ($t(411.390) = 5.349$; $p < .01$) significant vaker voorkwamen in mediaberichtgeving dan in Facebook-reacties. Het urgentieframe ($\chi^2(1) = 92.006$; $p < .01$; $V = .161$), het economieframe ($\chi^2(1) = 13.103$; $p < .01$; $V = .061$) en het beleidsframe ($\chi^2(1) = 47.490$; $p < .01$; $V = .115$) kwamen allemaal vaker voor in nieuwsberichten. Alleen het sociale onrustframe kwam even vaak voor in mediaberichtgeving

als in Facebook-reacties ($\chi^2 (1) = .339$; $p = .560$; $V = .010$). Deze verschillen lijken te beweren dat er nauwelijks sprake is van frame-setting, maar dit kan ook worden verklaard door de lengte van deze reacties. Een langer nieuwsbericht heeft immers meer ruimte voor meerdere frames dan een korte reactie.

Het verband tussen frames in mediaberichtgeving en frames in Facebook-reacties lijkt wel te worden ontkend door de resultaten in tabel 4, waarin de gemiddeldes zijn weergegeven van de met richting gecodeerde frames. Deze gemiddeldes zijn weergegeven op een schaal van -1 tot 1, waarbij de eerste een negatieve evaluatie betekent en de tweede een positieve. Omdat er nu sprake is van variabelen op schaalniveau, werd er voor het vaststellen van verschillen tussen mediaberichten en Facebook-reacties gebruik gemaakt van een t-toets. Hierin werd geen verschil gevonden voor het urgentieframe ($t (387) = 1.480$; $p = .14$). Zowel de mediaberichtgeving als Facebook-reacties waren erg negatief met betrekking tot de urgentie van de vluchtelingenproblematiek. De mediaberichtgeving was daarentegen positiever over de economie ($t (60.261) = 6.922$; $p < .01$) en het beleid rond de vluchtelingenstroom ($t (303.433) = 7.788$; $p < .01$). Waar men in de Facebook-reacties overwegend negatief was over de komst van vluchtelingen, werden in de mediaberichtgeving de voorstanders van vluchtelingenopvang meer aan het woord gelaten ($t (196.080) = 4.538$; $p < .01$). Wanneer de verschillen tussen de reacties en nieuwsberichten werden bekeken per soort medium, werden dezelfde resultaten aangetroffen.

Tabel 4. De gemiddeldes van de met richting gecodeerde frames uit mediaberichtgeving en Facebook-reacties, weergegeven per soort media. Standaarddeviaties zijn weergegeven tussen haakjes.

Frame	Mediaberichtgeving			Facebook-reacties		
	Kwal.	Pop.	Totaal	Kwal.	Pop.	Totaal
<i>Urgentie</i>	-.51 (.697)	-.80 (.405)	-.63 (.604)	-.71 (.632)	-.76 (.618)	-.74 (.623)
<i>Economie</i>	.04 (.611)	-.19 (.749)	-.08 (.688)	-.65 (.605)	-.84 (.424)	-.78 (.498)
<i>Sociale onrust</i>	.22 (.652)	.03 (.810)	.13 (.732)	.00 (.828)	-.32 (.882)	-.16 (.870)
<i>Beleid</i>	-.56 (.556)	-.29 (.592)	-.44 (.588)	-.72 (.522)	-.78 (.510)	-.75 (.517)

Ondanks dat de bovenstaande resultaten in strijd zijn met de theoretisch veronderstelde potentie tot frame-setting van mediaframes, kan het feit dat media over het algemeen neutraler zijn in hun berichtgeving dan de Facebook-reacties toch vanuit de theorie worden verklaard. Van nieuwsmedia wordt immers verwacht dat zij objectief zijn in hun berichtgeving (Soroka, 2003). Dat media toch negatieve evaluaties erop nahouden met betrekking tot de urgentie en politiek is te verklaren doordat er sprake van een urgent probleem waar de politiek zich moeilijk raad mee wist.

Desondanks zijn de aangetroffen perspectieven in reacties opvallend. In tabel 3 valt af te lezen dat het sociale onrustframe en het beleidsframe de meest voorkomende frames in reacties zijn. In het veelvoorkomende sociale onrustframe werd een gemiddelde evaluatie van $-.16$ geobserveerd, wat inhoudt dat Facebook-gebruikers zich overwegend negatief uitlaten over de komst van vluchtelingen. In het beleidsframe, dat nog vaker voorkomt, waren deze evaluaties met een gemiddelde richting van $-.75$ veel negatiever. Facebook-gebruikers lijken zich een grotere tegenstander tonen van het beleid rond migratie dan van vluchtelingenopvang zelf. Dit gevoel is ook zichtbaar in reacties als “als er geen geld is om ouderen een fatsoenlijke menswaardige oude dag te geven, dan is er ook geen geld voor vluchtelingen”, “banen weg in heel veel sectoren. Zeker in de zorg. Veel werkelozen hierdoor en nu is er opeens geld...” en “Een veilige plek ja dat snap ik maar het kost ons zwaar geld!”

Deze observatie ligt in lijn met de stelling van Pels (2011), die beweert dat het onbehagen over vluchtelingen vooral gebaseerd is op de mogelijke gevolgen die migratie heeft voor de welvaart van Nederlanders, waardoor de politiek al snel als boosdoener wordt aangewezen. Deze bewering krijgt bijval door de samenhang die werd aangetroffen van het beleidsframe met het economieframe ($r = .534$; $p < .01$) en het urgentieframe ($r = .245$; $p < .01$). Deze correlaties zijn weergegeven in tabel 5 en zijn voor de met richting gecodeerde frames berekend op basis van de gemiddelde evaluatie.

Wie de vluchtelingenproblematiek beschouwt als een urgent probleem of vluchtelingen meer ziet als gelukzoekers, heeft dus ook een negatievere perceptie op de politiek. Deze mensen zijn bovendien ook vaker anti-vluchteling, zo blijkt uit de sterke samenhang van het sociale onrustframe met het urgentieframe ($r = .846$; $p < .01$) en het economieframe ($r = .868$; $p < .01$). Auteurs van reacties die het wij-zijframe bevatten hadden ook een negatiever perceptie op de urgentie van de problematiek ($r = -.267$; $p < .01$) en de economische gevolgen hiervan ($r = -.120$; $p < .05$). Reacties die het menselijkheidsframe bevatten, beschikken daarentegen over positievere evaluaties met betrekking tot de economische gevolgen ($r = .266$; $p < .01$). In lijn hiermee vertoont het wij-zijframe een negatieve samenhang met het sociale onrustframe ($r = -$

.390; $p < .01$) en het menselijkheidsframe een positieve ($r = .325$; $p < .01$). Het sociale onrustframe hangt, in mindere mate, ook weer samen met het beleidsframe ($r = .148$; $p < .01$). Samengevat bevatten reacties waarin men zich een grotere tegenstander toont van vluchtelingenopvang ook een negatievere evaluatie van de politiek. Dit alles kan worden gezien als een verdere bevestiging van de aanname Pels (2011) dat de vluchtelingenproblematiek wordt aangegrepen om een breder onbehagen te uiten, maar ook als indicatie voor de correctheid van Harcup & O’Neills (2016) bewering dat Facebook-gebruikers eerder reageren wanneer zij boos zijn. Deze bewering zal in paragraaf 4.5 nog uitvoeriger worden besproken. De rest van deze paragraaf richt zich op de verschillen tussen perspectieven in populaire kranten en kwaliteitskranten.

Tabel 5. De correlaties tussen de verschillende frames in Facebook-reacties.

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
<i>1. Menselijkheid</i>								
2. Bedreiging	-.024							
3. Otherness	-.053**	.477**						
4. Wij-zij	-.044*	.872**	.846**					
5. Urgentie	.041	-.228**	-.208**	-.267**				
6. Economie	.266**	-.066	-.135*	-.120*	.688**			
7. Sociale onrust	.325**	-.367**	-.390**	-.426**	.846**	.868**		
8. Beleid	-.55*	-.015	-.046	-.034	.245**	.534**	.148**	

** . Correlatie is significant op een niveau van $p < .01$

* . Correlatie is significant op een niveau van $p < .05$

4.2.1 Kwaliteitskranten en populaire kranten

In tabel 3 zijn de mate van frames ook weergegeven per soort media. Uit een t-toets bleek dat er geen verschil was tussen de nieuwsberichten uit kwaliteitskranten en populaire media in de mate waarin ze het menselijkheidsframe ($t(358) = .887$; $p = .376$), het otherness-frame ($t(353.888) = 1.624$; $p = .105$) en het wij-zijframe bevatten ($t(358) = -.737$; $p = .461$). Wel kwam het bedreigingsframe vaker voor in de berichtgeving uit populaire dagbladen ($t(352.054) = -2.449$; $p < .05$). In een chi-kwadraattoets werden ook geen verschillen gevonden voor het urgentieframe ($\chi^2(1) = 2.450$; $p = .118$; $V = .082$), het economieframe ($\chi^2(1) = .023$; $p = .880$; $V = .008$) en het sociale onrustframe ($\chi^2(1) = 1.935$; $p = .164$; $V = .073$). Wel kwam het

beleidsframe vaker voor in kwaliteitskranten ($\chi^2 (1) = 4.571$; $p < .05$; $V = .113$). Deze resultaten bevestigen de stelling van Schaap & Pleijter (2012) en Bakker & Scholten (2013) dat kwaliteitskranten meer politiek nieuws bevatten dan populaire kranten. Ook de beweringen van Street (2003) en Van Gorp (2006) dat populaire kranten vaak negatiever berichten over migratie, wordt met het vaker voorkomen van het bedreigingsframe bevestigd.

Wat betreft de reacties werden er meer verschillen aangetroffen tussen populaire media en kwaliteitsmedia. Met de beweringen van Street (2003) en Van Gorp (2006) in het achterhoofd, is het opvallend dat het menselijkheidsframe in de reacties op populaire media vaker voorkwam dan in de reacties op kwaliteitsmedia ($t (2601.399) = -5.512$; $p < .01$). Meer in de lijn der verwachting kwamen het bedreigingsframe ($t (2267.948) = -11.524$; $p < .01$) het otherness-frame ($t (2991.364) = -3.591$; $p < .01$) en het wij-zijframe ($t (2578.431) = -8.994$; $p < .01$) minder vaak voor in de reacties op kwaliteitskranten. Ook het urgentieframe ($\chi^2 (1) = 26.997$; $p < .01$; $V = .092$), het economieframe ($\chi^2 (1) = 48.534$; $p < .01$; $V = .123$) en het sociale onrustframe ($\chi^2 (1) = 5.320$; $p < 0.05$; $V = .041$) kwamen vaker voor in populaire kranten. Alleen voor het beleidsframe werd geen verschil gevonden ($\chi^2 (1) = 1.660$; $p = .198$; $V = .023$). Een mogelijke verklaring voor het feit dat de meeste frames vaker voorkomen in reacties op populaire kranten, is dat lezers van kwaliteitskranten zich meer uitdrukten in termen van beleid, en daarbij andere frames achterwege lieten. Een andere verklaring is dat het 'kritiek op media'-frame vaker voorkwam bij reacties op kwaliteitsmedia ($\chi^2 (1) = 76.659$; $p < .01$; $V = .155$), maar hiertegenover staat dat bij populaire media meer irrelevante reacties aangetroffen ($\chi^2 (1) = 10.685$; $p < .01$; $V = .058$).

Ook in tabel 4 zijn de gemiddelde evaluaties van de frames uit nieuwsberichten en reacties weergegeven per soort media. Uit een t-toets blijkt dat kwaliteitsmedia positiever zijn dan populaire dagbladen als het gaat om de urgentie van de problematiek ($t (86.007) = 2.523$; $p < .05$), maar negatiever met betrekking tot het beleid ($t (241) = -3.788$; $p < .01$). Er werden geen verschillen gevonden voor het economieframe ($t (49) = 1.211$; $p = .232$) en het sociale onrustframe ($t (147) = 1.610$; $p = .110$). De positievere perceptie op de urgentie van de problematiek door kwaliteitskranten is een indicatie dat zij ook minder negatief zijn over de komst van veel vluchtelingen. Dit is een verdere bevestiging van de stellingen van Street (2003) en Van Gorp (2006) dat kwaliteitskranten een meer open houding hebben tegenover vluchtelingen. Street (2003) beweert verder dat kwaliteitskranten zich hierbij weinig aantrekken van het huidige politieke beleid. Dit kan een mogelijke verklaring zijn voor de negatievere evaluatie in het beleidsframe door kwaliteitskranten.

In reacties zijn andere soorten verschillen waarneembaar tussen de soorten media. Hier

wordt geen verschil gevonden voor het urgentieframe ($t(294) = .664$; $p = .507$). Wel zijn gebruikers die reageren op populaire dagbladen negatiever over de economische gevolgen van migratie ($t(131.880) = 2.633$; $p < .01$), over het beleid ten aanzien van dit onderwerp ($t(1514.121) = 2.157$; $p < .05$) en over de media ($t(257.885) = 5.212$; $p < .01$). Bovendien tonen gebruikers die reageren op populaire media zich grotere tegenstanders van vluchtelingenopvang dan gebruikers die reageren op kwaliteitskranten. Hoewel de nieuwsberichten uit populaire dagbladen niet veel negatiever zijn dan kwaliteitskranten, geldt dit dus wel voor hun publiek op Facebook. Dat de perspectieven in Facebook-reacties verder uiteenlopen dan in nieuwsberichten is bevestiging dat nieuwsberichten inderdaad objectiever zijn dan de reacties, maar ook een verdere indicatie dat Facebook-gebruikers niet erg geneigd zijn om frames uit mediaberichtgeving over te nemen.

Dat er weinig verschil wordt gevonden tussen van populaire kranten en kwaliteitskranten maar wel tussen de reacties op hun nieuws, weerspreekt de stelling van Manssens en Walgrave (1988) dat populaire media opportunistischer zijn dan kwaliteitsmedia doordat zij eerder concessies doen aan hun lezers. Dit opportunisme en andere veronderstelde verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire dagbladen worden verder besproken in de volgende paragraaf, waarin wordt geanalyseerd in hoeverre de dominantie van frames van vluchtelingen in mediaberichtgeving en Facebook-reacties is veranderd in het verloop van de vluchtelingenstroom.

4.3 DOMINANTE FRAMES IN HET VERLOOP VAN DE VLUCHTELINGENSTROOM

Om vast te stellen of de dominantie van frames in de mediaberichtgeving en Facebook-reacties over migratie zijn veranderd in het verloop van de vluchtelingenstroom, werd de onderzochte tijdspanne opgedeeld in drie periodes. Dit gebeurde op basis van twee key-events, de foto's van Aylan Kurdi en de nieuwjaarsnacht in Keulen. De eerste periode loopt daarom vanaf februari 2015 tot en met augustus 2015, de tweede periode van september 2015 tot en met december 2015 en de derde periode beslaat januari 2016. In tabel 6 zijn de gemiddeldes weergegeven van de mate waarin frames uit nieuwsberichten en reacties voorkomen per periode en per soort media. De verschillen tussen populaire en kwaliteitsmedia worden besproken in de sub-sectie van deze paragraaf.

Omdat er met drie periodes sprake is van meer dan twee onafhankelijke variabelen, werd er voor het meten van statistische verschillen tussen deze periodes bij het menselijkheidsframe, het bedreigingsframe, het otherness-frame en het wij-zijframe gebruik gemaakt van een

variantieanalyse. Voor het urgentieframe, het economieframe, het sociale onrustframe en het beleidsframe werden er chi-kwadraattoetsen uitgevoerd.

Tabel 6. De gemiddelde mate waarin frames voorkomen in mediaberichtgeving en Facebook-reacties, weergegeven per soort medium, per periode. Standaarddeviaties zijn weergegeven tussen haakjes.

Frame	Periode	Berichten			Reacties		
		Kwal.	Pop.	Tot.	Kwal.	Pop	Tot.
<i>Menselijkheid</i>	Feb. t/m aug.	.404 (.345)	.421 (.384)	.413 (.251)	.099 (.200)	.146 (.287)	.121 (.245)
	Sep. t/m dec.	.254 (.300)	.223 (347)	.240 (.323)	.044 (.144)	.118 (.262)	.081 (.215)
	Januari	.246 (.330)	.163 (.264)	.204 (.301)	.045 (.129)	.036 (.113)	.041 (.128)
	Feb. t/m aug.	.072 (.213)	.128 (.282)	.100 (.251)	.024 (.131)	.040 (.177)	.031 (.154)
<i>Bedreiging</i>	Sep. t/m dec.	.117 (.328)	.172 (.291)	.144 (.295)	.014 (.093)	.118 (.267)	.066 (.208)
	Januari	.217 (.324)	.344 (.368)	.281 (.351)	.072 (.209)	.242 (.346)	.145 (.289)
	Feb. t/m aug.	.158 (.350)	.050 (.200)	.104 (.289)	.063 (.232)	.035 (.175)	.050 (.208)
Otherness	Sep. t/m dec.	.167 (.328)	.058 (.208)	.113 (.279)	.076 (.257)	.095 (.277)	.085 (.268)
	Januari	.342 (.465)	.367 (.477)	.433 (.498)	.163 (.356)	.312 (.450)	.228 (.406)
	Feb. t/m aug.	.107 (.225)	.097 (.207)	.102 (.215)	.039 (.128)	.038 (.147)	.039 (.137)
Wij-zij	Sep. t/m dec.	.137 (.240)	.127 (.224)	.132 (.231)	.038 (.128)	.109 (.218)	.074 (.182)
	Januari	.267 (.314)	.353 (.376)	.310 (.348)	.108 (.240)	.270 (.348)	.178 (.302)
	Feb. t/m aug.	.233 (.427)	.200 (.403)	.217 (.414)	.070 (.255)	.057 (.232)	.064 (.245)
Urgentie	Sep. t/m dec.	.350 (.481)	.267 (446)	.308 (.463)	.052 (.223)	.167 (.374)	.110 (.313)
	Januari	.300 (.462)	.200 (.403)	.250 (.435)	.079 (.270)	.124 (.330)	.099 (.298)
	Feb. t/m aug.	.100 (.303)	.183 (.390)	.142 (.350)	.049 (.217)	.083 (.277)	.065 (.247)
Economie	Sep. t/m dec.	.150 (360)	.133 (.343)	.142 (.350)	.040 (.196)	.167 (.374)	.104 (.306)
	Januari	.168 (.376)	.117 (.324)	.142 (.350)	.066 (.249)	.098 (.297)	.080 (.271)

Sociale Onrust	Feb. t/m	.250	.300	.275	.326	.439	.378
	aug.	(.437)	(.462)	(.448)	(.469)	(.497)	(.485)
	Sep. t/m	.617	.450	.533	.415	.442	.428
	dec.	(.490)	(.502)	(.501)	(.493)	(.497)	(.495)
Beleid	Januari	.483	.383	.433	.482	.476	.479
		(.504)	(.490)	(.498)	(.500)	(.500)	(.500)
	Feb. t/m	.717	.383	.550	.540	.327	.441
	aug.	(.454)	(.490)	(.499)	(.499)	(.470)	(.497)
	Sep. t/m	.783	.750	.767	.450	.596	.523
	dec.	(415)	(.437)	(.425)	(.498)	(.491)	(.500)
	Januari	.683	.733	.708	.497	.457	.479
		(.504)	(.446)	(.456)	(.500)	(.499)	(.500)

Uit deze statistische analyses kwam naar voren dat in de mediaberichtgeving na augustus het menselijkheidsframe significant is afgenomen ($F(2, 357) = 13.692$; $p < .01$), maar niet verder afnam na december ($p = .708$). Het bedreigingsframe ($F(2, 357) = 11.600$; $p < .01$), het otherness-frame ($F(2, 357) = 19.935$; $p < .01$) en het wij-zijframe ($F(2, 357) = 20.687$; $p < .01$) kwamen in de eerste twee periodes even vaak voor, maar namen toe na de gebeurtenissen in Keulen. Na dit incident zijn media meer nadruk gaan leggen op de potentiële sociale en/of fysieke bedreiging die vluchtelingen vormen. De hoeveelheid waarin het urgentieframe ($\chi^2(2) = 2.697$; $p = .260$; $V = .087$) en het economieframe ($\chi^2(2) = .000$; $p = 1.000$; $V = .000$) voorkwamen wisselde niet per periode. Wel kwamen het sociale onrustframe ($\chi^2(2) = 16.787$; $p < .01$; $V = .216$) en het beleidsframe ($\chi^2(2) = 13.751$; $p < .01$; $V = .195$) het meest voor in de periode van september tot en met december, gevolgd door januari. Dit valt te verklaren doordat de vluchtelingenstroom in deze periode het grootst was (Vluchtelingenwerk Nederland, n.d.), waardoor beleidsorganisaties hevig op zoek waren naar oplossingen als noodopvanglocaties, wat leidde tot een hoop onrust.

In de Facebook-reacties tekenden dezelfde ontwikkelingen zich af, maar dan extremer. Het menselijkheidsframe nam per periode significant af ($F(2, 3207) = 39.766$; $p < .01$). Daarentegen namen het bedreigingsframe ($F(2, 3207) = 69.575$; $p < .01$), het otherness-frame ($F(2, 3207) = 98.755$; $p < .01$) en het wij-zij frame ($F(2, 3207) = 113,673$; $p < .01$) per periode toe. In reacties zag men vluchtelingen steeds minder als slachtoffer en werd er eerder een verschil gestigmatiseerd. Dit is ook terug te zien in het sociale onrustframe, dat eveneens met iedere periode toenam ($\chi^2(2) = 21.445$; $p < .01$; $V = .082$). Het urgentieframe ($\chi^2(2) = 14.400$; $p < .01$; $V = .067$), het economieframe ($\chi^2(2) = 11.504$; $p < .01$; $V = .059$) en het beleidsframe ($\chi^2(2) = 14.520$; $p < .01$; $V = .67$) kwamen het meest voor in de tweede periode, gevolgd door de periode van januari. Ook dit is te verklaren door de grootte van de stroom op dat moment,

waardoor men op dat moment meer sprak over de urgentie van de problematiek, de economische gevolgen ervan en de beleidsmaatregelen die genomen moest worden.

Aan de wisselingen in het urgentieframe, economieframe, sociale onrustframe en beleidsframe kan meer betekenis worden gegeven aan de hand van tabel 7. Hierin zijn per soort media de gemiddeldes van de met richting gecodeerde frames weergegeven per periode. Uit deze tabel is af te lezen dat de evaluaties binnen het urgentieframe ($F(2, 90) = 1,844$; $p = .164$), het economieframe ($F(2, 48) = .528$; $p = .593$) en het beleidsframe ($F(2, 240) = 1.478$; $p = .230$) niet zijn veranderd in het verloop van de vluchtelingenstroom. Dit is wel het geval binnen het sociale onrustframe ($F(2, 146) = 16.893$; $p < .01$). Per periode werd steeds meer de kant van tegenstanders van vluchtelingenopvang belicht ($p < .01$), wat een indicatie is van een algemeen toenemende weerstand tegen vluchtelingen.

Deze weerstand groeide in reacties al eerder. Ook hier werden wisselende evaluaties geobserveerd voor het sociale onrustframe ($F(2, 1377) = 25.740$; $p < .01$). Reacties waren al vaker anti-vluchteling na augustus ($p < .01$). Deze negativiteit bleef wel hetzelfde na de incidenten in Keulen ($p = .512$). Ook werden er in de reacties schommelingen aangetroffen binnen het urgentieframe ($F(2, 293) = 6.044$; $p < 0.01$). Opvallend genoeg was men in de eerste periode, voordat de problematiek grote vormen aannam, negatiever over de urgentie van deze problemen dan in de tweede en derde periode ($F(2, 293) = 6.044$; $p < 0.01$). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat voor september de vluchtelingenstroom al gestaag toenam, maar er op dit moment nog amper sprake was van maatregelen om deze tegen te gaan, waardoor men het meer beschouwde als een onoverkoombaar probleem.

Op basis van de bovenstaande resultaten kan worden gesteld dat in de loop van de vluchtelingenstroom negatieve frames als het wij-zijframe meer de overhand kregen in beide soorten berichten en dat vluchtelingen minder werden gerepresenteerd als hulpbehoevend. Ook lijkt de komst van meer vluchtelingen te hebben geleid tot meer sociale onrust, waarbij men zich steeds meer uitsprak tegen vluchtelingenopvang. In de mediaberichtgeving nemen deze frames nog niet toe na augustus, maar in de Facebook-reacties wel. Dit is vermoedelijk omdat er in de tweede periode nog geen concrete aanwijzingen waren dat vluchtelingen een bedreiging vormen en media doorgaans objectief berichten. Met de gebeurtenissen in Keulen tijdens nieuwjaarsnacht werden deze aanwijzingen duidelijker. Dit verklaart waarom het bedreigingsframe, otherness-frame en het wij-zijframe in januari 2016 wel vaker voorkomen in mediaberichtgeving. Waar er in de periode van september tot en met december meer sprake leek van praktische problemen, lijkt er in de periode van januari meer sprake te zijn van een sociaal probleem.

Tabel 7. De gemiddeldes van de met richting gecodeerde frames uit mediaberichtgeving en Facebook-reacties, weergegeven per soort media, per periode. Standaarddeviaties zijn weergegeven tussen haakjes.

Frame	Periode	Berichten			Reacties		
		Kwa.	Pop.	Tot.	Kwa.	Pop.	Tot.
Urgentie	Feb. t/m	-.79	-.83	-.81	-.92	-.96	-.94
	aug.	(.426)	(.389)	(.402)	(.363)	(.196)	(.304)
	Sep. t/m	-.33	-.75	-.51	-.43	-.67	-.62
	dec.	(.730)	(.447)	(.651)	(.774)	(.729)	(.744)
Economie	Januari	-.50	-.83	-.63	-.73	-.82	-.78
		(.786)	(.389)	(.669)	(.644)	(.504)	(.571)
	Feb. t/m	.00	-.18	-.12	-.65	-.87	-.78
	aug.	(.894)	(.874)	(.857)	(.562)	(.414)	(.487)
Sociale onrust	Sep. t/m	.00	-.38	-.18	-.57	-.84	-.79
	dec.	(.500)	(.744)	(.636)	(.662)	(.423)	(.487)
	Januari	.10	.00	.06	-.70	-.82	-.76
		(.568)	(.577)	(.556)	(.608)	(.442)	(.527)
Beleid	Feb. t/m	.73	.61	.67	.15	.08	.11
	aug.	(.458)	(.608)	(.540)	(.856)	(.937)	(.900)
	Sep. t/m	.24	-.04	.13	.00	-.43	-.23
	dec.	(.641)	(.808)	(.724)	(.774)	(.844)	(.839)
Beleid	Januari	-.07	-.35	-.19	-.08	-.56	-.29
		(.593)	(.714)	(.658)	(.846)	(.742)	(.836)
	Feb. t/m	-.56	-.48	-.53	-.73	-.74	-.74
	aug.	(.511)	(.511)	(.533)	(.538)	(.559)	(.545)
Beleid	Sep. t/m	-.62	-.24	-.43	-.73	-.81	-.77
	dec.	(.534)	(.645)	(.617)	(.516)	(.476)	(.494)
	Januari	-.51	-.23	-.36	-.70	-.76	-.73
		(.597)	(.565)	(.595)	(.512)	(.530)	(.520)

Dat sommige frames eerder toenemen in reacties suggereert dat reacties ook over een eigen dynamiek beschikken en dat er ook sprake is van frame-building. Journalisten worden immers beïnvloed door externe factoren als het heersende discours over migratie (Carragee & Roefs, 2004; De Vreese, 2004). Een toename van het bedreigingsframe in reacties kan het gevolg zijn van een toename in de mediaberichtgeving, maar media kunnen ook meer vanuit dit perspectief berichten als dit frame vaker wordt waargenomen in het publieke debat. Dit verband tussen frames in mediaberichtgeving en Facebook-reacties wordt verder onderzocht in de volgende paragraaf. Het overige gedeelte van deze paragraaf focust zich op de verschillen in de ontwikkeling van dominante frames tussen populaire dagbladen en kwaliteitskranten.

4.3.1 Kwaliteitskranten en populaire kranten

In tabel 6 is ook af te lezen hoe de dominantie van frames zich ontwikkelde per soort media. Het menselijkheidsframe nam in de nieuwsberichten van kwaliteitskranten, net als in het algemeen, alleen af na augustus ($F(2, 177) = 4.495; p < .05$). De toename van het bedreigingsframe verliep in kwaliteitskranten meer geleidelijk. Dit frame kwam in januari 2016 vaker voor dan voor augustus 2015 ($F(2, 177) = 4.104; p < .05$), maar tussen de eerste en tweede periode ($p = .691$) en de tweede en derde periode ($p = .156$) werden geen verschillen aangetroffen. Het otherness-frame ($F(2, 177) = 4.324; p < .05$) en het wij-zijframe ($F(2, 177) = 4.495; p < .01$) namen wel op gelijke wijze toe als in de totale mediaberichtgeving. Waar in deze totale mediaberichtgeving schommelingen werden waargenomen voor het sociale onrustframe en het beleidsframe, werden deze in kwaliteitskranten alleen geobserveerd voor het sociale onrustframe ($\chi^2(2) = 16.700; p < .01; V = .305$). Ook hier kwam het frame het meest voor in de periode september tot en met december, gevolgd door januari. Voor het urgentieframe ($\chi^2(2) = 1.979; p = .372; V = .105$), het economieframe ($\chi^2(2) = 1.208; p = .547; V = .082$) en het beleidsframe ($\chi^2(2) = 1.570; p = .456; V = .093$) werden geen schommelingen waargenomen.

In populaire dagbladen vertoonde het menselijkheidsframe dezelfde ontwikkeling als kwaliteitskranten ($F(2, 179) = 9.706; p < .01$). Het bedreigingsframe nam hier na Keulen echter meer toe dan in de andere kranten ($F(2, 177) = 7.868; p < .01$). Hier werd namelijk wel een significant verschil aangetroffen tussen de tweede en de derde periode ($p < .01$). De ontwikkelingen in het otherness-frame ($F(2, 177) = 18.871; p < .01$) en het wij-zij frame ($F(2, 177) = 1.182; p < .01$) verschilden niet van kwaliteitsdagbladen. In kwaliteitskranten werden, in tegenstelling tot de totale berichtgeving, geen afwisselingen waargenomen voor het beleidsframe. Deze werden in populaire dagbladen wel gevonden ($\chi^2(2) = 21.886; p < .01; V = .349$). Dit frame kwam, net als in het algemeen, het meeste voor in de tweede periode, met de derde periode op de tweede plaats. Voor het sociale onrustframe werden hier, in tegenstelling tot in kwaliteitskranten, geen ontwikkelingen aangetroffen ($\chi^2(2) = 2.883; p = .237; V = .127$). Dit gold ook voor het urgentieframe ($\chi^2(2) = 1.029; p = .598; V = .076$) en het economieframe ($\chi^2(2) = 1.169; p = .557; V = .081$), wat wel weer overeenkomt met kwaliteitskranten en de totale berichtgeving.

In tabel 7 is ook per soort media weergegeven hoe de evaluaties van de met richting gecodeerde frames veranderde over tijd. De ontwikkelingen in berichten uit populaire kranten en kwaliteitskranten verschillen amper met die van de totale mediaberichtgeving. Het sociale

onrustframe was ook het enige frame dat veranderde wanneer er werd gekeken naar de berichtgeving uit kwaliteitskranten ($F(2, 78) = 9.033$; $p < .01$) en populaire kranten ($F(2, 65) = 9.944$; $p < .00$). Enig verschil was dat in zowel kwaliteitsdagbladen als populaire dagbladen geen significante toename werd gevonden na Keulen ($p = .113$; $p = .329$).

Op basis van deze resultaten kan worden gesteld dat er weinig verschil is tussen de ontwikkeling van dominante frames in populaire dagbladen en kwaliteitskranten. De enige verschillen werden gevonden voor het bedreigingsframe, het sociale onrustframe en het beleidsframe. Het bedreigingsframe nam in populaire dagbladen meer toe na Keulen. Dit is niet verrassend. Dit frame komt in het algemeen immers ook vaker voor in populaire dagbladen (Street, 2003; Van Gorp; 2006). Dat er in kwaliteitskranten geen afwisseling werd gevonden in de hoeveelheid beleidsframes over migratie, kan mogelijk worden verklaard doordat deze kranten altijd relatief veel politiek nieuws bevatten (Bakker & Scholten, 2013). Op dezelfde manier kan ook worden verklaard dat de hoeveelheid sociale onrustframes in populaire dagbladen niet significant veranderde per periode; deze kranten zijn eerder geneigd 'gewone burgers' aan het woord te laten (Bakker & Scholten, 2013), waardoor het sociale onrustframe mogelijk altijd relatief vaak voorkomt in populaire dagbladen. Daarentegen kan op basis van bovenstaande resultaten de aanname van Manssens en Walgrave (1988) dat populistische kranten opportunistischer zijn, niet worden bevestigd. Ondanks een trend van meer negatieve frames over vluchtelingen, namen deze frames in populaire dagbladen niet eerder toe dan in kwaliteitskranten.

4.3.2 Reacties op kwaliteitskranten en populaire kranten

Tussen reacties op kwaliteitskranten en reacties op populaire kranten werden meer verschillen aangetroffen. Reacties op nieuwsberichten van kwaliteitskranten bevatten in de eerste periode vaker het menselijkheidsframe dan in de periodes daarna ($F(2, 1705) = 20.428$; $p < .01$). Tussen de tweede en derde periode werd geen verschil gevonden ($p = .989$). Bij de populaire kranten nam het menselijkheidsframe in reacties pas af na Keulen ($F(2, 1499) = 27.208$; $p < .01$). In de voorgaande periodes kwam dit frame even vaak voor ($p = .151$). Het bedreigingsframe ($F(2, 1705) = 23.497$; $p < .01$), het otherness-frame ($F(2, 1705) = 20.830$; $p < .01$) en het wij-zijframe ($F(2, 1705) = 30.133$; $p < .01$) kwamen in reacties op kwaliteitskranten het meest voor in januari 2016. Tussen de voorgaande periodes werd geen verschil gevonden. In reacties op populaire dagbladen namen deze 'negatieve' frames al toe na augustus. Het bedreigingsframe ($F(2, 1499) = 64.433$; $p < .01$), het otherness-frame ($F(2, 1499) = 97.725$; $p < .01$) en het wij-zijframe ($F(2, 1499) = 105.148$; $p < .01$) namen alle drie

per periode toe. Opvallend in deze resultaten is dat de frames die een verschil stigmatiseren eerder toenemen in reacties op populaire dagbladen, maar dat het menselijkheidsframe in deze reacties pas later afneemt. Daarmee komen ontwikkelingen in de reacties op populaire dagbladen meer overeen met de ontwikkelingen in het totaal aantal reacties. Vluchtelingen werden in reacties op populaire kranten dus eerder gerepresenteerd als een vorm van bedreiging, maar ook langer als slachtoffer. Deze verschillen tussen soorten mediapubliek suggereren dat er een polariserende werking uitgaat vanuit de verschillende soorten media.

In reacties op populaire dagbladen werden geen schommelingen geobserveerd in het aantal urgentieframes ($\chi^2 (2) = 3.499$; $p = .174$; $V = .045$) en economieframes ($\chi^2 (2) = 4.142$; $p = .126$ $V = .049$). Dit was wel het geval in de reacties op populaire dagbladen. Het urgentieframe kwam, net als reacties in het algemeen, het meest voor in de periode van september tot en met december, gevolgd door januari ($\chi^2 (2) = 29.467$; $p < .01$; $V = .140$). Hetzelfde gold voor het economieframe ($\chi^2 (2) = 20.251$; $p < .00$ $V = .116$). Toen de vluchtelingenstroom toenam, benadrukten Facebook-gebruikers die reageerden op populaire kranten meer de urgentie van de problematiek en de (negatieve) economische gevolgen hiervan dan gebruikers die reageerden op kwaliteitskranten. In de reacties op kwaliteitskranten werd wel een afwisseling geobserveerd in het sociale onrustframe ($\chi^2 (2) = 28.445$; $p < .01$; $V = .129$), in tegenstelling tot de reacties op populaire kranten ($\chi^2 (2) = 1.644$; $p = .440$ $V = .033$). Dit verschil kan waarschijnlijk worden verklaard doordat de sociale onrust aan het begin van de vluchtelingenstroom al hoger was in reacties op populaire dagbladen, zo blijkt uit een t-toets ($t (942.869) = -3.646$; $p < .01$). Voor het beleidsframe werden in beide soorten reacties ontwikkelingen aangetroffen, maar wel verschillende. In reacties op kwaliteitskranten kwam dit frame, in tegenspraak met eerdere resultaten, het meest voor in de derde periode, gevolgd door de eerste ($\chi^2 (2) = 8.995$; $p < .05$; $V = .073$). Dit kan mogelijk worden verklaard door de eerder beschreven aanname dat kwaliteitskranten standaard meer politiek nieuws bevatten en daardoor deze frames ook op andere momenten vaker voorkomen. Reacties op populaire dagbladen kwam ook hier meer overeen met het totaal aantal. Het beleidsframe kwam het meest voor in de tweede periode, met de derde periode op de tweede plek.

Ook in de reacties vertoonde de ontwikkeling van evaluaties binnen het sociale onrustframe overeenkomsten met die van de totale berichtgeving. In reacties op kwaliteitskranten vond deze negatieve trend meer geleidelijk plaats dan in reacties op populaire dagbladen ($F (2, 699) = 4.121$; $p < .05$). Bij kwaliteitskranten werd alleen een verschil aangetroffen tussen de periode voor augustus en de periode van januari ($p < .05$), waarbij de laatste periode negatiever was. In de reacties op populaire nieuwsberichten was er al eerder sprake van een negatieve trend ($F (2,$

675) = 33.916; $p < .01$). In de periode van september tot en met december sprak men negatiever over vluchtelingen dan daarvoor ($p < .01$). Er werd echter geen verschil aangetroffen tussen de tweede en derde periode ($p = .248$). In het urgentieframe vond een soortgelijke schommeling plaats. Deze kan grotendeels worden verklaard door de reacties op kwaliteitskranten, die dezelfde ontwikkeling vertoonde ($F(2, 112) = 5.287$; $p < .01$). Toch was er in populaire kranten ook een soortgelijke trend waarneembaar ($F(2, 178) = 2.701$; $p = .070$).

In de vorige paragraaf werd al aangetoond dat de nieuwsberichten uit populaire dagbladen niet veel negatiever berichten over vluchtelingen dan kwaliteitskranten, maar dat dit wel geldt voor hun publiek op Facebook. In deze paragraaf kan daaraan worden toegevoegd dat er ook qua afwisselende frames sprake is van weinig verschil tussen kwaliteitskranten en populaire dagbladen. Dit rekt af met de stelling Manssens en Walgrave (1988) dat populaire media opportunistischer zijn dan kwaliteitsmedia in het doen van concessies aan hun publiek. In Facebook-reacties werden soortgelijke veranderingen waargenomen in de dominantie van frames als in mediaberichtgeving. Wel werden in reacties op populaire kranten vluchtelingen eerder als bedreiging beschouwd toen het aantal vluchtelingen toenam. Daarentegen duurde het in reacties op populaire dagbladen wel langer voordat het menselijkheidsframe afnam. Deze verschillen duiden op een polariserende werking van verschillende soorten mediaberichtgeving, maar het feit dat er sprake was van soortgelijke trends, duidt erop dat reacties, ondanks de uiteenlopende perspectieven, wel op eenzelfde manier worden beïnvloed. Dit wordt verder onderzocht in de volgende paragraaf, waarin het verband tussen frames uit mediaberichtgeving en frames in Facebook-reacties centraal staat.

4.4 FRAME-SETTING IN FACEBOOK-REACTIES

Tot dusver zijn er in dit hoofdstuk wisselende indicaties aangetroffen voor het al dan niet bestaan van een oorzakelijk verband tussen frames in mediaberichtgeving en frames in Facebook-reacties. Zo werden beide soorten berichtgeving gedomineerd door nagenoeg dezelfde frames en vertoonde beiden dezelfde ontwikkelingen over tijd. Daarentegen kwamen de frames in Facebook-reacties minder voor dan in mediaberichtgeving. Ook werd het vermoeden uitgesproken dat de negativiteit van de reacties het gevolg is van een dieper gewortelde onvrede over de maatschappij.

Om deze discussie te beslechten, werd onderzocht of er een samenhang was tussen het verschijnen van een frame in een nieuwsbericht en het verschijnen van dat frame in de reacties die daarop volgden. Deze correlaties zijn weergegeven in tabel 8. In deze tabel is af te lezen dat er een duidelijke correlatie werd aangetroffen voor het menselijkheidsframe ($r = .507$; $p < .01$),

het bedreigingsframe ($r = .549$; $p < .01$), het otherness-frame ($r = .497$; $p < .01$), het wij-zijframe ($r = .573$; $p < .01$) en het sociale onrustframe ($r = .434$; $p < .01$). De samenhang van het beleidsframe ($r = .382$; $p < .01$) en het economieframe ($r = .332$; $p < .01$) was wat lichter en voor het urgentieframe was deze klein ($r = .193$; $p < .01$). Elk frame komt dus vaker voor in Facebook-reacties wanneer dit frame voorkomt in mediaberichtgeving, een indicatie dat er duidelijk sprake is van frame-setting in het mediadebat over vluchtelingen. Het feit dat de aangetroffen correlaties niet heel sterk zijn, komt overeen met de eerdere observaties dat standpunten in reacties niet alleen worden gevormd op basis van nieuws en dat er ook sprake is van andere invloeden. Dit wordt uitvoeriger besproken in paragraaf 4.5.

Tabel 8. De correlaties tussen frames in mediaberichtgeving en frames in Facebook-reacties.

Frame	Correlatie
<i>Menselijkheid</i>	.507**
<i>Bedreiging</i>	.549**
<i>Otherness</i>	.497**
<i>Wij-zij</i>	.573**
<i>Urgentie</i>	.193**
<i>Economie</i>	.332**
<i>Beleid</i>	.382**
<i>Sociale onrust</i>	.434**

** . Correlatie is significant op een niveau van $p < .01$

* . Correlatie is significant op een niveau van $p < .05$

Het laatste verband dat werd onderzocht tussen mediaberichtgeving en de perspectieven in de reacties was de invloed van de hoeveelheid media-aandacht op het voorkomen van frames in reacties. Deze relatie werd onderzocht door per artikel te berekenen welke frames er gemiddeld voorkwamen in de reacties daarop. Zo werd het gemiddelde berekend waarin de frames voorkwamen per maand, waarvan vervolgens de samenhang werd berekend met de hoeveelheid nieuwsberichten die die maand op Facebook verschenen. Vervolgens werd ook de mate berekend waarin frames in mediaberichtgeving samenhangen met de hoeveelheid media-aandacht. De correlaties voor ieder frame met de hoeveelheid media-aandacht, zijn weergegeven in tabel 9.

Uit deze tabel blijkt dat het menselijkheidsframe beduidend minder vaak voorkomt in reacties naar mate de media-aandacht toeneemt ($r = -.639$; $p < .05$). Dit kan worden verklaard doordat in de periodes dat de hoeveelheid media-aandacht hoog was, de vluchtelingenproblematiek in volle gang was en de framing negatiever. Er is immers sprake van een correlatie tussen frames in nieuws en frames in reacties. Het verband wordt dan ook bevestigd door de correlaties tussen de hoeveelheid mediaberichtgeving en het voorkomen van het menselijkheidsframe in deze berichtgeving ($r = -.753$; $p < .01$). Op dezelfde wijze kan ook de correlatie tussen de hoeveelheid mediaberichtgeving en het voorkomen van het sociale onrustframe in Facebook-reacties worden verklaard ($r = .636$; $p < .05$). Ook in mediaberichtgeving kwam dit frame vaker voor naar mate de media-aandacht toenam ($r = .631$; $p < .05$).

Opvallend is dan dat het otherness-frame ($r = .626$; $p < .05$) en het urgentieframe ($r = .686$; $p < .05$) in Facebook-reacties wel samenhangen met de hoeveelheid mediaberichtgeving, maar dezelfde frames in mediaberichtgeving niet. Dit suggereert dat de toename in deze frames naar mate de mediaberichtgeving toeneemt niet alleen wordt veroorzaakt door frame-setting, maar dat er ook nog sprake is van andere invloeden op reacties. Het beleidsframe nam daarentegen wel toe in mediaberichtgeving als de media-aandacht steeg ($r = .622$; $p < .05$), maar niet in Facebook-reacties. Dit kan mogelijk worden verklaard door het feit dat reacties constant werden gedomineerd door dit frame, wat nogmaals suggereert dat er ook sprake is van andere invloeden. Deze resultaten bevestigen wel de door Vliegthart & Roggeband (2007) vastgestelde negatieve correlatie tussen de hoeveelheid media-aandacht voor migratie en de houding ten op zichten van vluchtelingen.

Dit alles leidt tot het volgende overzicht van resultaten: de media-aandacht voor de vluchtelingenproblematiek nam toe als gevolg van negatieve gebeurtenissen met een hoge nabijheid. Deze gebeurtenissen en de berichtgeving daarover lokten een hoop Facebook-reacties uit. In de periodes dat de hoeveelheid media-aandacht het grootst was, werd de framing van vluchtelingen negatiever. Doordat er een oorzakelijk verband bestaat tussen de frames in nieuwsberichten en de frames in Facebook-reacties, werden hierdoor ook de frames in reacties negatiever. Ondanks deze verbanden, werden er ook een aantal verschillen gevonden die duiden op andere invloeden op Facebook-reacties dan mediaberichtgeving alleen. Deze worden besproken in de volgende en laatste paragraaf van dit hoofdstuk.

Tabel 9. De correlaties tussen frames in mediaberichtgeving en Facebook-reacties en de hoeveelheid berichtgeving.

Frame	Correlatie	
	Mediaberichtgeving	Facebook-reacties
<i>Menselijkheid</i>	-.753**	-.639**
<i>Bedreiging</i>	.334	.302
<i>Otherness</i>	.224	.626*
<i>Wij-zij</i>	.347	.471
<i>Urgentie</i>	.342	.686*
<i>Economie</i>	.112	.531
<i>Beleid</i>	.631*	.123
<i>Sociale onrust</i>	.622*	.636*
<i>Kritiek</i>		.618*

** . Correlatie is significant op een niveau van $p < .01$

* . Correlatie is significant op een niveau van $p < .05$

4.5 HET PUBLIEKE MIGRATIEDEBAT OP FACEBOOK

De manier waarop er op Facebook wordt gediscussieerd over de vluchtelingenstroom werd gedeeltelijk onderzocht door te analyseren in welke mate frames voorkomen in reacties en hoe deze frames worden beïnvloed door mediaberichtgeving. Uit bovenstaande resultaten is gebleken dat, ondanks dat er sprake is van een verband tussen frames in mediaberichtgeving en reacties, er ook duidelijke verschillen bestaan tussen deze soorten berichten en dat er andere factoren meespelen in de wijze waarop men reageert op Facebook. In deze paragraaf worden deze factoren verder onderzocht aan de hand van Jürgen Habermas z'n concept van de publieke sfeer.

Een publieke sfeer wordt gekenmerkt door een uitgebreide, onbevangen en rationele discussie waarbinnen een onderhandeling plaatsvindt tussen het publieke belang en privébelangen (Habermas, 1973). Een eerste observatie die werd gedaan met betrekking tot dit concept, is dat er in de reacties op mediaberichtgeving over migratie nauwelijks discussies plaatsvonden. Slechts 3.1% van de geanalyseerde reacties richtte zich direct tot een andere gebruiker en 12.2% van de reacties tot het betreffende nieuwsmedium. Hoewel gebruikers ook

nog indirect op elkaar konden reageren, komen deze resultaten overeen met de conclusie van Wilhelm (2000) en Papacharassi (2007), die beweren dat discussies op sociale media vooral zelf-referentieel zijn.

Verder kwam uit een automatische inhoudsanalyse naar voren dat de reacties kort zijn. Een gemiddelde reactie bevat 19.85 woorden. Ter vergelijking: de nieuwsberichten waarop de uitingen een reactie vormen bevatten gemiddeld 649.75 woorden. Dit duidt erop dat er naast standpunten in de discussies maar weinig ruimte is voor argumentatie, wat een belangrijke voorwaarde is voor een publieke sfeer. Dit vermoeden wordt ondersteund door de framing devices die men gebruikte om een standpunt te vormen. Deze werden op basis van het vooronderzoek gehanteerd voor het kwantitatief vaststellen van frames. Opmerkingen als 'die politici zijn allemaal zakkenvullers', 'PVV-tokkies', 'vieze linkse elite', 'als ze aan m'n vrouw komen schiet ik ze kapot', 'lek schieten die rubberboten' en 'eigen volk eerst' kwamen in dit inductieve onderzoek met grote regelmaat voor. Reacties waarin standpunten inhoudelijk werden beargumenteerd en men open stond voor discussie waren daarentegen een zeldzaamheid. Deze observatie stemt overeen met de resultaten van Davis (1999) en Kushin & Kitchener (2009), die beweren dat de manier waarop er wordt gediscussieerd op sociale media, deelname ontmoedigt van gebruikers die beleefd en inhoudelijk willen discussiëren.

Dergelijke rancuneuze uitingen passen bovendien ook bij het beeld dat werd geschetst door de kwantitatieve inhoudsanalyse. Hieruit bleek dat Facebook-reacties voornamelijk negatieve frames over migratie bevatten en dat deze over het algemeen negatiever zijn dan de mediaberichtgeving waarop deze uitingen een reactie vormen. Dit kan worden verklaard door de bewering van Harcup & O'Neill (2016) dat gebruikers eerder reageren wanneer ze boos zijn en de stelling van Borer (2012) dat Facebook een laagdrempelig platform is om je woede te uiten.

Dat er in de reacties sprake lijkt te zijn van veel emotie en weinig nuance, komt ook naar voren uit de evaluaties binnen het sociale onrustframe. Met een gemiddelde richting van -0.17 lijkt er een redelijke balans te bestaan in de discussie over vluchtelingen, maar wanneer wordt gekeken naar de spreiding van de evaluaties, is er toch een behoorlijke polarisering waarneembaar. Slechts in 302 reacties die betrekking hadden op het publieke debat over vluchtelingen stelde de gebruiker zich neutraal op. In 430 reacties toonde men zich een duidelijke voorstander en in 648 reacties een duidelijke tegenstander. Dit suggereert dat van de mensen die in de discussies hun mening over vluchtelingen duidelijk kenbaar maakten, zo'n 78% lijnrecht tegenover elkaar staat. Waar Cottle (2000) stelt dat het mediadebat over migratie vaak intens, emotioneel en gepolariseerd is, lijkt dit dus nog meer te gelden voor sociale media.

Waar men elkaar in de Facebook-reacties wel goed kon vinden, was in hun breed gedragen onvrede over de politiek. In paragraaf 4.2 bleek dat zowel mensen die vluchtelingen zien als slachtoffers als mensen die vluchtelingen zien als bedreiging, zich negatief uitten over de politiek en dat de evaluatie met een gemiddelde van $-.75$ zeer negatief was. In het kwalitatieve vooronderzoek viel verder op dat de negatieve reacties vooral waren gericht op de Nederlandse regering en de Europese Unie. De enige politicus die met enige regelmatig positief werd beschreven was PVV-leider Geert Wilders, maar ook hij werd, net als zijn aanhangers, vaak negatief beoordeeld.

Getuige de hoeveelheid reacties die gericht zijn op het beleid, lijkt Facebook wel als een platform te fungeren waarop men hun onvrede uit over maatschappij. Dit onderhandelen tussen tussen het publieke belang en het privébelang is een kenmerk van de publieke sfeer. Gezien de geringe hoeveelheid discussie en de manier waarop men zich uit, lijkt echter vooral het privébelang de bovenhand te hebben. Deze vorm van civiel narcisme is een verdere bevestiging de noties van Ingelhart & Welzel (2005) en Pels (2011) over het ontstaan van assertieve groep individualistische burgers met hoge mate van onvrede over de regering. Deze woede is een eerste verklaring voor de verschillen tussen mediaberichtgeving en Facebook-reacties.

De tweede en voornaamste verklaring is de manier waarop discussies op sociale media plaatsvinden. De bovenstaande resultaten komen overeen met de literatuur die beweert dat politieke discussies op sociale media worden worden gekenmerkt door egocentrisch gedrag dat beleefde en inhoudelijke discussie ontmoedigt en dat deze discussies daardoor vaak stranden in ongefundeerde meningen en scheldpartijen (e.g. Davis, 1999; Kaye, 2007; Kushin & Kitchener, 2009; Robinson, 2010). Dit suggereert dat de reacties op Facebook geen reële weergave zijn van het maatschappelijk discours, maar dat deze discussies worden gedomineerd door voornamelijk boze mensen die hun onvrede willen uiten. Volgens de theorie is reageren op Facebook namelijk de meest laagdrempelige manier om je betrokkenheid te uiten (Borer, 2012) en reageren mensen eerder wanneer ze boos zijn (Harcup & O'Neill, 2016).

Met bovenstaande paragraaf zijn in dit hoofdstuk al de onderzochte aspecten rond medialogica in het publieke migratiedebat behandeld. In het volgende en laatste hoofdstuk worden deze gebundeld tot de conclusie van deze thesis.

5. CONCLUSIE & DISCUSSIE

Dit laatste hoofdstuk bestaat uit twee onderdelen. In het eerste deel zal via de hierboven besproken resultaten een antwoord worden gegeven op de centrale onderzoeksvraag van deze thesis. In het tweede deel wordt deze conclusie bediscussieerd door te reflecteren op de theorie en methodiek die gehanteerd zijn om tot deze conclusie te komen. Hierbij zal ook worden gereflecteerd op de maatschappelijke en academische bijdrage die deze thesis heeft geleverd. Uit deze reflectie zullen suggesties worden opgetekend voor verder onderzoek.

5.1 CONCLUSIE

Het onderzoek van deze thesis startte met twee observaties. De eerste hiervan was dat naar mate de problematiek rond de vluchtelingenstroom dichterbij Nederland kwam, de mediaberichtgeving hierover leek toe te nemen, de weerstand tegen vluchtelingen groter leek te worden en het publieke debat over migratie feller. De tweede observatie was dat dit debat niet alleen werd gevoerd in de traditionele massamedia, maar zich ook sterk leek te verleggen naar sociale media doordat elk nieuwsbericht over de vluchtelingenstroom op Facebook leek te worden gevolgd door een hevige discussie over het al dan niet opvangen van vluchtelingen.

Deze aannames werden in deze thesis onderzocht door te focussen op het verband tussen de berichtgeving van Nederlandse dagbladen op hun Facebook-pagina's en de daaropvolgende discussies, waarbij onderzoek werd gedaan naar de verschillende relaties tussen mediaberichtgeving en het publieke migratiedebat. De centrale vraag die hierbij werd gesteld is: *In hoeverre bestaat er, in termen van hoeveelheid, focus en perspectieven, een relatie tussen de berichtgeving over migratie van Nederlandse kwaliteitskranten en populaire dagbladen op Facebook en de daaropvolgende reacties?* Het antwoord op deze brede onderzoeksvraag werd gevonden via een zestal deelvragen, die zich ieder toelegde op een ander aspect van de medialogica in het publieke debat over migratie. Samengenomen, vormen de antwoorden op deze vragen de volgende conclusie:

Als het gaat om hoeveelheid, bestaat er een sterke relatie tussen de berichtgeving over migratie van Nederlandse dagbladen op Facebook en de daaropvolgende reacties. Wanneer het aantal nieuwsberichten over de vluchtelingenstroom op Facebook toenam, werd er ook aanzienlijk meer gereageerd. Dit kan worden gezien als een bevestiging van de agenda-settingtheorie, die beweert dat media het potentieel hebben om de onderwerpen te bepalen waarover door hun publiek wordt gesproken (McCombs & Shaw, 1972). Dit bevestigt ook de

theorie dat migratie een mediageniek onderwerp is dat kan rekenen op veel aandacht van het publiek (Van Noije, 2007, Montes, 2012).

De mediapopulariteit van migratie kan volgens Van Noije (2007) worden verklaard door de dramatische en narratieve aantrekkingskracht van het onderwerp. Deze aantrekkingskracht werd onderzocht bij het analyseren van het verband tussen de focus van mediaberichtgeving en reacties. Het sterke verband dat werd aangetroffen tussen de hoeveelheid nieuwsberichten op Facebook en daaropvolgende reacties, duidde ook op een duidelijke relatie wat betreft de gebeurtenissen waar deze berichten zich op richtten. Zowel nieuwsberichten als reacties piekten sterk in hun hoeveelheid wanneer er sprake was een gebeurtenis die geografisch of cultureel dichtbij huis plaatsvond en die een potentiële negatieve impact had op het persoonlijke leven. De nieuwswaarden bekendheid van het onderwerp of de betrokken persoon, aanwezigheid van een (politiek) conflict en mogelijkheid tot personificatie en dramatisering van een onderwerp, golden weliswaar ook voor deze gebeurtenissen, maar het was de nabijheid van een nieuwsgebeurtenis die de doorslag gaf of deze een key-event werden of niet. Dit effect van de nabijheid was nog sterker bij de Facebook-reacties, wat een bevestiging is van de bewering van Maier (2015) dat nabijheid van een gebeurtenis een versterkend effect heeft op de hoeveelheid Facebook-reacties op het nieuws hierover. Al met al kan worden gesteld dat naar mate de problematiek ‘dichtbij huis’ kwam, de hoeveelheid nieuwsberichten en vooral het aantal discussies over migratie toenam. De inhoud van deze berichtgeving en discussies werd onderzocht in het bestuderen van de relatie tussen de frames in beide soorten berichten.

Deze derde relatie was de meest uitgebreid onderzochte relatie. Om vast te stellen welke frames er überhaupt voorkwamen in de nieuwsberichten en Facebook-reacties over migratie en of deze met elkaar overeenkwamen, werd er een kwalitatief vooronderzoek uitgevoerd. Hieruit bleek dat in beide soorten berichten dezelfde frames voorkwamen; een eerste indicatie voor een verband en een bevestiging van eerdere framing-theorie over migratie (e.g Dekker & Scholten, 2015). Vervolgens werden deze frames op kwantitatieve wijze vastgesteld, waarbij er drie aspecten werden onderzocht.

Als eerste werd vastgesteld dat frames in reacties minder voorkwamen dan in mediaberichtgeving, maar dat beide soorten berichtgeving wel werden gedomineerd door nagenoeg dezelfde frames. Ook werd in mediaberichtgeving een minder negatief beeld geschetst van de vluchtelingenproblematiek. Zo was het menselijkheidsframe een van de meest voorkomende frames in de nieuwsberichten, werd er een genuanceerder beeld opgetekend van het publieke debat over vluchtelingen en was er sprake van minder negatieve evaluaties van de urgentie van de problematiek, de economische gevolgen hiervan en het beleid ten aanzien van

de vluchtelingenstroom. Dit duidde er enerzijds op dat er weinig sprake was van frame-setting in de berichtgeving over de vluchtelingenstroom. Anderzijds betekende dit ook dat media genuanceerder waren in hun berichtgeving, zoals van hen wordt verwacht (Soroka, 2003).

Ten tweede bleek dat in zowel nieuwsberichten als Facebook-reacties negatieve frames als het wij-zijframe steeds meer de overhand kregen in de loop van de geanalyseerde periodes en dat vluchtelingen steeds minder werden gerepresenteerd als hulpbehoevend. Ook bleek de toename van de problematiek inderdaad te hebben geleid tot meer sociale onrust, waarbij men zich steeds meer uitsprak tegen vluchtelingenopvang. Op basis van (sociale) mediaberichtgeving kan dus worden gesteld dat naar mate de problematiek rond vluchtelingen toenam, de weerstand tegen hun opvang groeide. Deze trends werden waargenomen in beide soorten berichtgeving, maar verliepen in Facebook-reacties sneller dan in mediaberichtgeving. Zo representeerden media vluchtelingen na Keulen pas vaker als bedreiging, terwijl dit frame in de reacties al vaker voorkwam in de periode van september tot en met december. En hoewel beide soorten berichten soortgelijke negatieve trends vertonen, suggereert deze steilere trend niet alleen dat er sprake is van frame-setting, maar ook van frame-building doordat journalisten bij het opstellen van hun berichtgeving worden beïnvloed door externe factoren als het heersende discours over migratie (Carragee & Roefs, 2004; De Vreese, 2004).

Bij het analyseren van de bovenstaande twee aspecten werden ook de verschillen onderzocht tussen de frames in de berichtgeving en reacties van en op kwaliteitsmedia met de frames in de berichtgeving en reacties van en op populaire media. Tussen de berichtgeving van deze soorten media werden weinig grote verschillen gevonden. Kwaliteitskranten bleken niet minder opportunistisch te zijn dan hun populaire tegenhangers, zoals door Manssens en Walgrave (1988) wordt verondersteld. Wel toonden kwaliteitskranten een meer open houding tegenover vluchtelingen en bevatten deze meer politiek nieuws dan populaire dagbladen, wat in lijn is met de theorie (Street, 2003; Van Gorp, 2006). Ook waren kwaliteitskranten negatiever over het beleid, wat in lijn is met Streets (2003) bewering dat kwaliteitskranten zich bij hun berichtgeving over migratie weinig aantrekken van de politiek.

Tussen het publiek van deze media werden grotere verschillen gevonden. Hoewel voor beide soorten kranten de reacties negatiever waren dan de berichtgeving, waren reacties op kwaliteitskranten positiever over vluchtelingen dan de reacties op populaire dagbladen. Dit suggereert dat er toch een polariserende werking uitgaat vanuit de verschillende soorten media, maar kan ook worden gezien als een indicatie dat de reacties van het publiek ook worden beïnvloed door andere aspecten dan mediaframes. Dit werd bevestigd toen er werd gekeken naar het derde aspect van de relatie tussen perspectieven.

Hier bleek dat elk frame vaker voorkomt in Facebook-reacties wanneer dit frame voorkomt in de nieuwsberichten waarop deze uitingen een reacties vormen. Er is dus sprake is van frame-setting in het mediadebat over vluchtelingen, maar reacties worden ook zeker gevormd door andere invloeden. Zo werd er een hogere mate van agendasetting waargenomen. Deze combinatie suggereert dat media niet zozeer de inhoud van reacties beïnvloeden, maar door te berichten over een onderwerp vooral reacties uitlokken en de discussie dus vooral lijken aan te wakkeren en dat andere factoren ook een grote rol spelen. Deze factoren werden onderzocht aan de hand van Jürgen Habermas z'n concept van de publieke sfeer.

Met betrekking tot dit concept werd vastgesteld dat er in Facebook-discussies over vluchtelingen maar weinig sprake is van het onbevangen en rationele debat dat een publieke sfeer kenmerkt. Reacties waren voornamelijk emotioneel: ze bevatten vaak grove taal en extreme opmerkingen en waren gemiddeld kort, wat erop duidt dat er weinig sprake was van rationele argumentatie. Ook werd er weinig gediscussieerd: gebruikers leken vooral bezig te zijn hun eigen standpunt te verkondigen. Deze standpunten richtten zich opvallend genoeg meer op het beleid ten aanzien van de vluchtelingenstroom dan op vluchtelingen zelf. Dit kan deels worden verklaard doordat ook de media veel over dit beleid berichtten, maar dit maakt het niet minder opvallend dat de evaluatie van de politiek in deze reacties negatiever was dan die van vluchtelingen. Deze negatieve houding ten aanzien van de politiek bestond bovendien al voor de vluchtelingenproblematiek grote vormen aannam. Men lijkt niet per definitie negatief te zijn over het opvangen, maar vooral over de politiek in het algemeen.

Op basis van de correlaties die werden aangetroffen tussen verschillende negatieve frames, komt dan ook de suggestie naar voren dat Pels (2011) bij het rechte eind zat met zijn observatie dat het onbehagen over vluchtelingen vooral gebaseerd is op angst voor de mogelijke gevolgen die migratie heeft voor de levenssituatie van Nederlanders, die hierbij de politiek al snel als boosdoener aanwijzen. Het feit dat deze politiek niet in staat is om de angst van deze mensen weg te nemen, wordt door Pels (2011) beschouwd als een voedingsbodem voor het populisme, dat zich doorgaans afzet tegen het 'normale' migratiebeleid. Vanuit dit perspectief is het dan ook niet verrassend dat PVV-leider Geert Wilders de enige politicus was die met enige regelmatig positief beschreven werd. Deze observatie wordt verder bevestigd doordat de partij van Wilders garen spon bij de vluchtelingenproblematiek (Van Teefelen, 2015; *Peil.nl*, 2016). Samengenomen met het feit dat tijdens de loop van de vluchtelingenstroom de framing van vluchtelingen in zowel de toenemende mediaberichtgeving als toenemende Facebook-reacties negatiever werd, kan er worden gesteld dat er sprake was van een toenemend anti-vluchtelingen sentiment in het publieke migratiedebat.

Vanuit Pels (2011) z'n bespreking van het populisme kan echter ook een kanttekening bij dit publieke debat op Facebook worden geplaatst. Volgens Pels (2011) wordt het onbehagen over migratie en de overheid vaak op een assertieve manier geuit. Dit kwam ook naar voren in zowel de kwalitatieve als kwantitatieve analyse van reacties. Hierin was namelijk maar weinig sprake van de onbevangen en rationele discussie die een publieke sfeer kenmerkt. Reacties waren voornamelijk emotioneel: ze bevatten vaak grove taal en extreme opmerkingen en waren gemiddeld kort, wat erop duidt dat er weinig sprake was van rationele argumentatie. Ook werd er weinig gediscussieerd; gebruikers leken vooral bezig te zijn hun eigen standpunt te verkondigen. Deze observaties stemmen overeen met de literatuur die beweert dat politieke discussies op sociale media worden gekenmerkt door egocentrisch gedrag van boze mensen die Facebook gebruiken als een platform voor expressie, waardoor een beleefde en inhoudelijke discussie wordt ontmoedigd (e.g. Davis, 1999; Kaye, 2007; Kushin & Kitchener, 2009; Robinson, 2010; Borer, 2012, Harcup & O'Neill, 2016). Hoewel het toenemende anti-migratiesentiment in Facebook-reacties zeker serieus moet worden genomen – deze werd immers ook waargenomen in de mediaberichtgeving – lijkt het erop dat de reacties op Facebook geen reële weergave zijn van het maatschappelijk discours, maar dat deze discussies worden gedomineerd door een relatief kleine groep boze burgers die hun onvrede willen uiten en met de manier waarop ze dat doen de discussie uit balans brengen.

Concluderend kan er dus worden gesteld dat er, in termen van hoeveelheid, focus en perspectieven een duidelijk verband bestaat tussen de mediaberichtgeving van Nederlandse dagbladen op Facebook en de daaropvolgende reacties. De reacties nemen toe wanneer de media-aandacht toeneemt als het gevolg van de nabijheid van gebeurtenissen, beide soorten berichten hebben betrekking op dezelfde onderwerpen en de perspectieven uit mediaberichtgeving worden overgenomen in Facebook-reacties. Deze perspectieven zijn in de loop van de vluchtelingenstroom negatiever zijn geworden in beide soorten berichtgeving, waarbij het migratiedebat in Facebook-reacties was heftiger dan in nieuwsmedia. Dit verschil kan worden verklaard door de achterliggende mechanismes van migratie en politieke discussies op sociale media. Zo is duidelijk sprake van een groep burgers die een groot onbehagen koesteren ten aanzien van immigratie en is er op Facebook maar weinig sprake van een publieke sfeer, waardoor de discussies uit balans worden gebracht en deze niet representatief kunnen worden geacht voor de Nederlandse perceptie op vluchtelingen. In de volgende paragraaf wordt er gereflecteerd op deze conclusie door eerst de relevantie van het bovenstaande onderzoek te bespreken. Vervolgens worden de beperkingen van dit onderzoek besproken, waarna er suggesties worden gegeven voor verder onderzoek.

5.2 DISCUSSIE

5.2.1 Relevantie

In de inleiding van deze thesis werd gesteld dat onderzoek naar de (sociale) mediaberichtgeving over vluchtelingen maatschappelijk relevant is omdat media bepalend zijn in het verspreiden van definities over maatschappelijke vraagstukken, waardoor hun berichtgeving kan worden beschouwd als een afspiegeling van het maatschappelijke discourse (Hall, 1997). In deze thesis is, getuige de aangetoonde samenhang tussen frames in mediaberichtgeving op Facebook en de daaropvolgende reacties, gebleken dat media inderdaad een bepalende functie hebben in het publieke debat over migratie. Uit de analyse van beide soorten berichtgeving kwam ook naar voren dat het antivluchtelingensentiment inderdaad is toegenomen naar mate de problematiek rond vluchtelingenstroom dichterbij Nederland is gekomen. Dit sentiment uit zich op Facebook in hevige discussies vol stigmatiserende opmerkingen en grof taalgebruik. Hoewel hierbij de kanttekening moet worden geplaatst dat discussies op Facebook geen reële afspiegeling lijken van het gehele maatschappelijk debat, kan worden gesteld dat het onderzoek uit deze thesis zeker maatschappelijk relevant is.

De academische bijdrage van deze thesis valt uiteen in vijf punten. Ten eerste heeft het onderzoek naar de manier waarop Facebook-gebruikers reageren op de berichtgeving over migratie, meer inzicht verschaft in de logica van politieke discussies op online mediaplatforms. Dit gebeurde allereerst doordat er een kwalitatief onderzoek werd uitgevoerd naar de frames in Facebook-reacties. Hier bestond nog geen literatuur over, waardoor dit onderzoek als volledig nieuw kan worden beschouwd. De frames uit het vooronderzoek vormde een input voor een kwantitatieve inhoudsanalyse, waarin bleek dat de discussies op Facebook qua hoeveelheid, focus en perspectieven worden beïnvloed door mediaberichtgeving, maar ook hun eigen dynamiek kennen. Deze dynamiek kan worden verklaard door een heersend onbehagen over migratie en het feit dat mensen zich op sociale media vooral uiten vanuit emotie. Hierbij werd ook vastgesteld dat er in Facebook-reacties maar weinig sprake is van de discussie zoals de publieke sfeer van Habermas (1973) die voorschrijft. Zoals het empirische onderzoek van Davis (1999) en Kushin & Kitchener (2009) al deed vermoeden, lijken de stigmatiserende opmerkingen in discussies inderdaad deelname van beleefde en respectvolle mensen te ontmoedigen. Hierdoor kunnen de reacties maar nauwelijks worden beschouwd als een representatieve afspiegeling van de Nederlandse samenleving.

Ten tweede onderzocht deze thesis welke gebeurtenissen rond de vluchtelingenstroom pieken hebben veroorzaakt in de hoeveelheid media-aandacht en Facebook-reacties. Door aan

de hand van de nieuwswaardetheorie (Galtung & Ruge, 1965; Altheide & Snow, 1979) te bestuderen welke eigenschappen van nieuwsgebeurtenissen hebben geleid tot veel aandacht van (sociale) media, is een beter begrip ontstaan waarom media aandacht besteden aan migratie en waarom sociale-mediagebruikers reageren op deze berichtgeving. Zoals Van Noije (2007) stelt, lijkt migratie inderdaad een mediageniek onderwerp vanwege de dramatische en narratieve aantrekkingskracht van de gebeurtenissen die hieromheen plaatsvinden. Echter, kijkend naar een aantal key-events, heeft vooral de geografische en culturele nabijheid van gebeurtenissen en de potentiële negatieve impact hiervan invloed op de hoeveelheid (sociale) media-aandacht. Dit bevestigt de stelling van Maier (2015), die beweert dat de culturele en geografische nabijheid van een onderwerp een versterkende invloed hebben op de hoeveelheid Facebook-acties. Doordat de key-events vooral bestonden uit onderwerpen die gepaard gingen met veel emoties, wordt ook de theorie van Harcup & O'Neill (2016) bevestigd die stelt dat Facebook-gebruikers vooral aandacht besteden aan nieuws dat hen blij of juist boos maakt.

Ten derde heeft deze thesis, door het vergelijken van de voorkomende frames in Facebook-acties met de frames in mediaberichtgeving, een bijdrage geleverd aan de reeds bestaande literatuur over het framen van migratie in mediaberichtgeving. Uit de theorie bleek dat hier al veel onderzoek naar is gedaan, maar dat deze studies zich vooral toededen op de analyse van nieuwsberichten (e.g. Dekker & Scholten, 2015). Doordat in deze thesis een inductief vooronderzoek werd gecombineerd met een kwantitatieve inhoudsanalyse, werden niet alleen uit de literatuur opgetekende frames onderzocht, maar werd er een update gegeven van frames die relevant zijn in de huidige migratiecontext en kon er worden vastgesteld dat frames in Facebook-acties in grote mate overeenkomen met de frames in krantenberichtgeving. De aangetroffen mediaframes kwamen bovendien grotendeels overeen met de reeds beschikbare literatuur

Ten vierde is deze thesis, door te kijken welke mediaframes voorkomen in de Facebook-acties van het publiek op de mediaberichtgeving over migratie, verder gegaan dan de aanname dat bijvoorbeeld negatieve framing van vluchtelingen ook een negatieve invloed heeft op de publieke perceptie op vluchtelingen. Dit in tegenstelling tot veel eerdere framingonderzoeken (Figenschou et al., 2015). Op deze wijze werd meer inzicht verschaft in hoe framing de publieke opinie over migratie beïnvloed. Zo bleek dat frames kwamen weliswaar minder vaak voor in Facebook-acties, maar dat Facebook-gebruikers wel gedeeltelijk frames overnemen uit mediaberichtgeving. Dit bevestigt de potentie van frame-setting die mediaberichtgeving volgens de literatuur heeft (De Vreese, 2005; Boomgaarden & Vliegthart, 2007, Beyer et al., 2014). De samenhang tussen de hoeveelheid

mediaberichtgeving en Facebook-reacties bevestigt bovendien de agenda-settingtheorie van McCombs & Shaw (1972), die beweert dat media het potentieel hebben om de onderwerpen te bepalen waarover gesproken wordt. Media spelen dus zeker een belangrijke factor in het bepalen van de manier waarop er over migratie wordt gesproken en in welke hoeveelheid dit gebeurt.

Tot slot bekeek deze thesis het verschil tussen de perspectieven en reacties in en op de berichtgeving van kwaliteitskranten en de perspectieven en reacties in en op de berichtgeving van populaire kranten. Buiten dat populaire dagbladen vaker over vluchtelingen spraken als een bedreiging en kwaliteitskranten meer politiek nieuws bevatten, was er weinig sprake van verschillen in deze kranten als het gaat om dominante frames. Deze verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire kranten waren bovendien in overeenstemming met de theorie (Street, 2003; Van Gorp, 2007; Bakker & Scholten, 2013). Ook in lijn met deze theorie is dat kwaliteitskranten zich in hun opinievorming minder aan lijken te trekken van het huidige beleid, iets wat bleek uit de negatievere beleidsevaluaties beleid door kwaliteitskranten dan populaire kranten.

In Facebook-reacties waren de verschillen tussen populaire kranten en kwaliteitskranten groter. Dit duidt er niet alleen op dat kranten objectiever zijn dan hun publiek. Het feit dat dezelfde soort verschillen voorkomen op extremere wijze, pleit ook voor de bewering van Patterson (2007) die, in tegenstelling tot Mitchell et al. (2013), stelde dat internetgebruikers online vooral zoeken naar een bevestiging van hun eigen interesse in plaats van dat ze in contact komen met media die ze normaal niet lezen.

Samengevat heeft deze thesis door onderzoek te doen naar de relaties tussen de online mediaberichtgeving van traditionele media met de reacties op nieuwe media, een nieuw soort onderzoek aangeboord. Zoals hierboven blijkt, leidt dit tot een behoorlijke bijdrage aan de wetenschappelijke theorie over mediaberichtgeving en het publieke debat, zowel met betrekking tot migratie als in het algemeen. Echter, mede door de nieuwheid van dit soort onderzoek werd in deze thesis ook tegen een aantal beperkingen opgelopen. Deze worden besproken in de volgende en laatste sectie van deze thesis, waarbij ook een aantal suggesties worden gegeven voor vervolgonderzoek.

5.2.2 Beperkingen & suggesties voor vervolgonderzoek

Omdat er met de framinganalyse van Facebook-berichten sprake was van een nieuw soort onderzoek, is er in deze thesis veel verkend en geprobeerd. Dit leidde, samen met de gewone beperkingen die het afbakenen van een onderzoek met zich meebrengt, tot een aantal

reflectiepunten die hier worden besproken. Deze punten gaan gepaard met een reeks suggesties voor verder onderzoek.

Doordat mediaberichtgeving rond migratie een uitgebreid onderzocht onderwerp is in de mediawetenschappen, kon het grote deel van deze thesis bouwen op een sterke theoretische fundering. Dit bleek onder meer toen de uit het vooronderzoek opgetekende frames werden getoetst aan de theorie. Er was echter nog weinig bekend in de literatuur als het gaat om de relatie van mediaberichtgeving met discussies op sociale media, evenals wanneer het aankomt op hoe er op sociale media wordt gediscussieerd over migratie. Er werd geprobeerd om deze leemte op te vullen door middel van een kwalitatief vooronderzoek. En hoewel de kwantitatieve analyse van de frames die uit dit onderzoek volgden betrouwbaar waren, konden deze niet extra worden gevalideerd aan de hand van de theorie, zoals wel het geval was in de mediaframes.

De keuze om een kwantitatieve inhoudsanalyse te combineren met een kwalitatieve inhoudsanalyse, was dus min of meer gedwongen, maar heeft zeker een positieve invloed gehad op de bijdrage die deze thesis levert. Het vooronderzoek gaf namelijk niet alleen inzicht in de frames die voorkomen in Facebook-reacties, maar gaf ook een goede update van de migratieframes die voorkomen in de huidige migratiecontext. Nog belangrijker is dat dit vooronderzoek het een stuk eenvoudiger maakte om relevante frames te vinden in de grote berg theorie die is geschreven over framing van migratie. Een inductief vooronderzoek combineren met een kwantitatieve inhoudsanalyse kan daarom worden gezien als een beproefde manier om theoretische leemtes te ondervangen en is zeker een aanrader voor volgend onderzoek dat met eenzelfde kwestie kampt.

Het toevoegen van een kwalitatief vooronderzoek is ook zeer nuttig gebleken bij de uitvoering van de kwantitatieve inhoudsanalyse. Doordat de framing en reasoning devices zelf waren opgesteld in een kwalitatieve inhoudsanalyse, was het eenvoudig om deze te herkennen bij het vaststellen van frames in de kwantitatieve analyse. Dit gold vooral bij de Facebook-reacties, die vaak kort van stof waren en waardoor het soms moeilijk was om frames te interpreteren. Hierdoor bevatten reacties vermoedelijk significant minder frames dan nieuwsberichten. Het gebrek aan context werd gedeeltelijk ondervangen door, in zowel het vooronderzoek als in de kwantitatieve analyse, eerst te kijken naar het nieuwsbericht waarop een uiting een reactie vormde. Toch bleef het moeilijker om Facebook-reacties te analyseren dan nieuwsberichten. Voor volgend onderzoek naar frames in reacties op sociale media geldt dus het advies om eerst een goed beeld te verkrijgen van de context en om een codeerschema op te stellen dat nog specifiek is dan de schema's die doorgaans worden gebruikt. Een

mogelijkheid om dit te doen is aan de hand van een inductief vooronderzoek waarmee specifieke framing en reasoning devices kunnen worden vastgesteld.

Een andere methodische kwestie was het aantal artikelen dat werd geanalyseerd. Ten eerste bij het vaststellen van het aantal artikelen dat werd gebruikt voor een kwalitatieve inhoudsanalyse. Het aantal artikelen dat nodig is voor een valide analyse kan verschillen per onderwerp. Op aanraden van Gagestein (2015) werd dit aantal voor de analyse van nieuwsberichten vastgesteld op 60 per codeur en voor de Facebook-reacties op 300. In beide gevallen was er sprake van data-saturatie, waardoor deze aantallen kunnen worden beschouwd als een ideaal corpus (Mason, 2010). Zoals gezegd wisselt het aantal artikelen dat nodig is voor een valide analyse per onderwerp, maar in vervolgonderzoek kunnen deze aantallen worden gezien als een goede uitgangspositie.

Ook in de kwantitatieve inhoudsanalyse ontstond een kleine kwestie met betrekking tot het aantal geanalyseerde artikelen. Zo bevatte niet alle verzamelde artikelen reacties. Om toch tot een aantal nieuwsartikelen per periode te komen waarop statistische analyses konden worden uitgevoerd, werden daarom ook een aantal artikelen gecodeerd zonder reacties. Dit was vooral het geval bij het *Algemeen Dagblad* en in mindere mate bij het *NRC Handelsblad*, waardoor het effect hiervan zich in zowel populaire dagbladen als kwaliteitskranten voordoet. In de ingewikkelde procedure die het verzamelen en coderen van Facebook-nieuwsberichten en de daaropvolgende reacties was, is bovendien een kleine fout gemaakt: bij een beperkt aantal artikelen werd een hoger aantal reacties geanalyseerd dan bij anderen, bijvoorbeeld elf in plaats van tien. Het geluk bij beide ongelukken is dat deze zijn ontstaan bij willekeurige artikelen en willekeurige kranten en dat het aantal geanalyseerde reacties zo hoog is dat er hoogstwaarschijnlijk geen sprake is van vertekende resultaten.

Buiten deze specifieke reflectiepunten, kent de conclusie van deze thesis ook een aantal beperkingen die onvermijdelijk zijn bij het afbakenen van onderzoek, maar die goede aanknopingspunten bieden voor volgende studies. De eerste hiervan is de generaliseerbaarheid van mediaberichtgeving. In een veranderend medialandschap zijn dagbladen zeker niet de enige media die het publieke debat beïnvloeden. Hoewel de geanalyseerde kranten kunnen worden beschouwd als een goede afspiegeling van de perspectieven in het Nederlandse medialandschap, bestaan er op het internet ook veel alternatievere media die een belangrijke rol spelen. De media die werden geanalyseerd in dit onderzoek schetsen dus wel degelijk een representatief beeld, maar niet het volledige. In volgend onderzoek naar frame-setting in gebruikersreacties zouden daarom bijvoorbeeld ook nieuwssites mee kunnen worden meegenomen met alternatieve perspectieven. In Nederland valt hierbij te denken aan *De*

Correspondent, *Geenstijl* en *Fok*, alle drie alternatieve nieuwssites waarop veel wordt gereageerd.

Ook kan er verder worden ingezoomd op de verschillen tussen kwaliteitskranten en populaire dagbladen. In deze thesis is vastgesteld dat kwaliteitskranten zich negatiever uitlaten over het beleid dan populaire dagbladen. Dit is in lijn met de theorie van Street (2003), maar kan verder worden onderzocht door te onderzoeken hoe de berichtgeving door verschillende soorten media zich verhoudt ten opzichte van politieke standpunten. Op die wijze ontstaat een completer beeld van het (Nederlandse) medialandschap.

Een soortgelijke opmerking als voor de generaliseerbaarheid van geanalyseerde nieuwsmedia, kan worden gemaakt ten aanzien van de geanalyseerde sociale mediaberichten. In dit onderzoek lag de nadruk op Facebook omdat dit het meest gebruikte sociale platform van Nederland is, maar andere sociale media als Twitter en Reddit staan vanaf hun ontstaan bekend om de uitvoerige politieke discussies. Kushin & Kitchener (2007) verklaarden hun nuancerende resultaten ten opzichte van Davis (1999) door het feit dat het door hun geanalyseerde sociale platforms niet anoniem waren. Mogelijk is er op andere platforms dan Facebook dus wel sprake van een nog fellere discussie. Verdere studies naar politieke discussies op sociale media zouden dus meerdere sociale media kunnen meenemen in hun analyse, maar zouden zich ook op andere aspecten van Facebook kunnen focussen. In deze thesis ligt de nadruk namelijk op reacties op nieuwsberichten, maar Facebook bevat ook discussiegroepen en pagina's over migratie die niet worden beheerd door media. Voor een completer beeld van het migratiedebat op Facebook, kunnen in vervolgonderzoek ook deze onderdelen geanalyseerd worden.

De conclusies die in deze thesis worden getrokken over politieke discussies op sociale media zijn bovendien alleen gebaseerd op de discussies over migratie, die op hevige wijze werden gevoerd. De woede in deze discussies werd deels verklaard door de aard van politieke discussies op sociale media en deels door het gevoelige onderwerp dat migratie is. Om dit met grotere zekerheid vast te kunnen stellen, is het goed om ook te kijken naar hoe er op Facebook wordt gediscussieerd over andere onderwerpen. Met betrekking tot migratie zou verder kunnen worden gekeken waar de woede in reacties vandaan komt, bijvoorbeeld door gebruikers te benaderen voor interviews of focus-groepen. Ook zou er specifiek gekeken kunnen worden op welke aspecten van het beleid men vooral hun woede richt, door bijvoorbeeld het beleidsframe onder te verdelen in verschillende politieke niveaus. Zo kan duidelijker worden gemaakt wat iemand beweegt om stigmatiserende opmerkingen te maken in het openbaar.

Al met al kan deze thesis het best worden beschouwd als een kapstok voor verder onderzoek. Met de brede onderzoeksvraag is onderzoek gedaan naar verschillende aspecten van

de medialogica in het publieke migratiedebat en met de originele methode is een nieuw soort onderzoek verkend. Deze werkwijze had tot gevolg dat een aantal aspecten niet zo specifiek zijn onderzocht als mogelijk is. Zo zou de analyse naar nieuwswaarden uitvoeriger kunnen. Deze is nu uitgevoerd door via een automatische analyse key-events te selecteren en deze kwalitatief te analyseren. Een andere mogelijkheid is echter om per bericht te coderen welke nieuwswaarden van toepassing zijn, zodat dit kwantitatief kan worden vastgesteld. Ook hadden de periodes die werden opgesteld om te onderzoeken hoe frames zich hebben ontwikkeld in het verloop van de vluchtelingenstroom specifieker gekund door er meer op te stellen. Dit alles neemt echter niet weg dat deze thesis is geslaagd om datgene te bereiken dat het beoogde te bereiken: een objectief en rationeel perspectief optekenen van het publieke debat over vluchtelingen. Want als de onderzochte berichtgeving uit deze thesis iets duidelijk heeft gemaakt, is dat het migratiedebat op Facebook zo'n perspectief wel kan gebruiken.

LITERATUURLIJST

- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Bailey, O. G., & Harindranath, R. (2005). In Racialized 'othering'. In S. Allan (Red.), *Journalism: Critical issues* (pp. 274-286). Berkshire: Open University Press.
- Baker, P., & McEnery, T. (2005). A corpus-based approach to discourses of refugees and asylum seekers in UN and newspaper texts. *Journal of Language and Politics*, 4(2), 197-226. <http://dx.doi.org/10.1075/jlp.4.2.04bak>
- Bakker, P., & Scholten, O. (2013). *Communicatiekaart van Nederland. Overzicht van Media En Communicatie*. Amsterdam: Kluwer.
- Bradshaw, P. (2010). Blogging Journalists: The Writing on the Wall. In S. Tunney, & G. Monaghan (Red.), *Web journalism: a new form of citizenship?* (pp. 97–106). Brighton: Sussex Academic Press.
- Bellamy, C., & Raab, C. D. (1999). Wiring-up the deck-chairs? *Parliamentary Affairs*, 52(3), 518-534.
- Benson, R. & Wood, T. (2015). Who Says What or Nothing at All? Speakers, Frames and Frameless Quotes in Unauthorized Immigration News in the United States, Norway and France. *American Behavioral Scientist*, 59(7), 801-821.
<http://dx.doi.org/10.1177/0002764215573257>
- Benton, M., & Frazier, P. J. (1976). The Agenda Setting Function of the Mass Media At Three Levels of "Information Holding". *Communication Research*, 3(3), 261-274.
<http://dx.doi.org/10.1177/009365027600300302>
- Beyer, A., Knutsen, C. H., & Rasch, B. E. (2014). Election Campaigns, Issue Focus and Voting Intentions: Survey Experiments of Norwegian Voters. *Scandinavian Political Studies*, 37(4), 406-427. <http://dx.doi.org/10.1111/1467-9477.12029>
- Boeije, H. (2010). *Analysis in qualitative research* (pp. 93-121). London: Sage.
- Boomgaarden, H. G., & Vliegenthart, R. (2007). Explaining the rise of anti-immigrant parties: The role of news media content. *Electoral Studies*, 26, 404-417.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.electstud.2006.10.018>
- Boutwell, L. (2015). "I Don't Want to Claim America": African Refugee Girls and Discourses

- of Othering. *Girlhood Studies*, 8(2), 103-118.
- Borer, T. A. (2012). Introduction: Willful ignorance. News production, audience reception and responses to suffering. In T. A. Borer (Red.), *Media, mobilization, and human rights: Mediating suffering* (pp. 1 - 41). New York, NY: Zed Books.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. <http://dx.doi.org/10.1086/297845>
- Carragee, K. M., & Roefs, W. (2004). The neglect of power in recent framing research. *Journal of Communication*, 54, 214-233. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02625.x>
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing public opinion in competitive democracies. *American Political Science Review*, 101, 637-655. <http://dx.doi.org/10.1017/S0003055407070554>
- Cottle, S. (2000). *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*. Philadelphia: Open University Press.
- Dahlgren, P. (2005). Internet, public spheres and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22(2), 147–162. <http://dx.doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Davis, R. (1999). *The Web of politics: The Internet's impact on the American political system*. Oxford: Oxford University Press. <http://dx.doi.org/10.1086/317996>
- Davis, R., & Owen, D. (1998) *New Media and American Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- D'Haenens, L. & De Lange, M. (2001). Framing of Asylum Seekers in Dutch Regional Newspapers. *Media, Culture & Society*, 23, 847-860. <http://dx.doi.org/10.1177/016344301023006009>
- Dekker, R., & Scholten, P. (2015). *Tsunami of tragedie? Media-aandacht en beeldvorming rond het vreemdelingenbeleid*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam. Verkregen via: <https://www.wodc.nl/onderzoeksdatabase/2554-framing-en-narratives-betreffende-nederland-als-immigratieland-2008-2013.aspx?cp=44&cs=6796>
- De Haan, Y., & Bardoel, J. (2011). From trust to accountability: Negotiating media performance in the Netherlands, 1987 - 2007. *European Journal of Communication*, 26(3), 230-246. <http://dx.doi.org/10.1177/0267323111413113>

- De Vreese, C. H. (2001). Europe in the News; A Cross-National Comparative Study of the News Coverage of Key EU Events. *European Union Politics*, 2(3), 283-307. <http://dx.doi.org/10.1177/1465116501002003002>
- De Vreese, C. H. (2004). The effects of frames in political television news on audience perceptions of routine political news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81, 36-52. http://dx.doi.org/10.1207/s15327825mcs0702_4
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information design journal+ document design*, 13(1), 51-62. <http://dx.doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Donsbach, W. (2004). Psychology of news decisions factors behind journalists' professional behavior. *Journalism*, 5(2), 131-157. <http://dx.doi.org/10.1177/146488490452002>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Figenschou, T. U., Beyer, A., & Thorbjørnsrud, K. (2015). The Moral Police. *Nordicom Review*, 36(1), 65-78. <http://dx.doi.org/10.1515/nor-2015-0006>
- Gagestein, S. (2015). Kwalitatief framingonderzoek als middel voor vergroting van de overtuigingskracht in publieksvoorlichting en reclame. *KWALON* 18(1), 53-58. <http://dx.doi.org/10.5553/KWALON/138515352015018001011>
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37. Verkregen via: <http://links.jstor.org/sici?sici=0360-0572%281992%2918%3C373%3AMIATSC%3E2.0.CO%3B2-Z>
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news; the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90. <http://dx.doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Goosen, S. (2016). Asielzoekers en vluchtelingen: gezondheid en zorg in vogelvlucht. *Tijdschrift voor gezondheidswetenschappen*, 94(1), 4-6. <http://dx.doi.org/10.1007/s12508-016-0003-8>
- Habermas, J. (1973). *Theory and practice*. (J. Viertel, vert.). London: Heinemann.
- Hall, S. (Red.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Verkregen via: http://faculty.washington.edu/pembina/all_articles/Hall1997.pdf

- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*. Verkregen via: <https://colectivociajpp.files.wordpress.com/2012/08/stuart-hall-etc-policing-the-crisis-mugging-the-state-and-law-and-order-critical-social-studies-1978.pdf>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, 2(2), 261-280. <http://dx.doi.org/10.1080/14616700118449>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 1-19. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hertog, J. K., & McLeod, D. M. (2001). A multiperspectival approach to framing analysis: A field guide. In S. D. Reese, O. H. Gandy & A. E. Grant (Red.), *Framing public life* (pp. 139-162). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Hill, K. A., & Hughes, J. E. (1998). *Cyberpolitics: Citizen activism in the age of the Internet*. Verkregen via: <http://onlinelibrary.wiley.com/store/10.1111/1541-0072.00029/asset/1541-0072.00029.pdf?v=1&t=ijyc6q8h&s=195733a0f019df039a8235c1e45cd9c266853c51>
- Horsti, K. (2013). De-ethnicized victims: Mediatized advocacy for asylum seekers. *Journalism*, 14(1), 78-95. <http://dx.doi.org/10.1177/1464884912473895>
- Humprecht, E., & Büchel, F. (2013). More of the Same or Marketplace of Opinions? A Cross-National Comparison of Diversity in Online News Reporting. *The International Journal of Press/Politics* 18(4), 436-461. <http://dx.doi.org/10.1177/1940161213497595>
- Inglehart, R. & Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change and Democracy*. London: Cambridge.
- Jacobi, C. (2016). *The Quality of Political News in a Changing Media Environment*. (Dissertatie). Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Jacobs, L., & de Vroome, T. (2014). *Waar zien we die migranten dan?* Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Kaid, L. L. (2002). Political advertising and information seeking: Comparing exposure via traditional and Internet channels. *Journal of Advertising*, 31, 27-35. <http://dx.doi.org/10.1080/00913367.2002.10673658>

- Kaye, R. (2013). An analysis of press representation of refugees and asylum-seekers in the United Kingdom in the 1990s. In R. King & N. Wood (Red.), *Media and migration: Constructions of mobility and difference* (pp. 53 – 69). London: Routledge.
- Kaye, B. K. (2007). Blog use motivations: An exploratory study. In M. Tremayne (Red.), *Blogging, citizenship, and the future of media* (pp. 127-148). London: Routledge.
- Kepplinger, H. M., & Habermeier, J. (1995). The impact of key events on the presentation of reality. *European Journal of Communication*, 10(3), 371-390.
<http://dx.doi.org/10.1177/0267323195010003004>
- Kushin, M. J., & Kitchener, K. (2009). Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook. *First Monday*, 14(11).
<http://dx.doi.org/10.5210/fm.v14i11.2645>
- Korac, M. (2003). Integration and How We Facilitate it A Comparative Study of the Settlement Experiences of Refugees in Italy and the Netherlands. *Sociology*, 37(1), 51-68.
<http://dx.doi.org/10.1177/0038038503037001387>
- Lasch, C. (1979). *The culture of narcissism*. New York: Norton & Co.
- Levy, C. (2005). The European Union after 9/11: The demise of a liberal democratic asylum regime? *Government and opposition*, 40(1), 26-59. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1477-7053.2005.00142.x>
- Lusoli, W., Ward, S., & Gibson, R. (2006). (Re)connecting politics? Parliament, the public and the Internet. *Parliamentary Affairs*, 59(1), 24–42. <http://dx.doi.org/10.1093/pa/gsj010>
- Maier, S. R. (2015). Compassion Fatigue and the Elusive Quest for Journalistic Impact A Content and Reader-Metrics Analysis Assessing Audience Response. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(3), 700-722. <http://dx.doi.org/10.1177/1077699015599660>
- Manssens, J., & Walgrave, S. (1998). *Populair en/of kwaliteit? De Vlaamse pers over de zaak-Dutroux*. Antwerpen: Universiteit Antwerpen.
- Mason, M. (2010). Sample Size and Saturation in PhD Studies Using Qualitative Interviews. *Forum: Qualitative Social Research*, 11(3). Verkregen via: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1428/3027>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.

- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage.
- Mitchell, A., Kiley, J., Gottfried, J., & Guskin, E. (2013). *The role of news on Facebook*. Pew Research Center. Verkregen via: <http://www.journalism.org/2013/10/24/the-role-of-news-on-facebook/>
- Mitchell, A., & Page, D. (2015). *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook*. Pew Research Center. Verkregen via: <http://www.journalism.org/files/2015/07/Twitter-and-News-Survey-Report-FINAL2.pdf>
- Montes, N. M. (2012). Framing Immigration in the Political and Public Agenda: The Role of Media Logic and News Hypes. *Journalism and Mass Communication*, 2(2), 373-384.
- Moy, P & Bosch, B. (2013). Theories of public opinion. In Cobley, P.& Schultz, P.J. (Red.), *Handbook of Communication Science. Vol. 1: Theories and Models of Communication* (pp. 289-308). Berlin: De Gruyter Mouton.
- Nickels, H. (2007). Framing Asylum Discourse in Luxembourg. *Journal of Refugee Studies*, 20(1): 37-59. <http://dx.doi.org/10.1093/jrs/fel029>
- Nir, R., & Roeh, I. (1992). Intifada coverage in the Israeli press: Popular and quality papers assume a rhetoric of conformity. *Discourse & Society*, 3(1), 47-60.
- O'Neill, D., & Harcup, T. (2009). News Values and Selectivity. In K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch (Red.), *Handbook of Journalism Studies* (pp. 161–174). Hoboken, NJ: Routledge.
- Papacharissi, Z. (2007). Audiences as media producers: Content analysis of 260 blogs. In M. Tremayne (Red.), *Bloggng, citizenship, and the future of media* (pp. 21-38). London: Routledge.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual sphere 2.0: The Internet, the public sphere, and beyond. In A. Chadwick, & P. N. Howard (Red.), *Routledge handbook of internet politics* (pp. 230-245). London: Routledge.
- Patterson, T. E. (2007). *Young People and News: A Report*. Boston: Harvard University. Verkregen via: http://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2012/03/young_people_and_news_2007.pdf
- Pels, D. (2011). *Het volk bestaat niet; leiderschap en populisme in de mediademocratie*. Amsterdam: De Bezige Bij.
- Phillips, A. (2015). *Journalism in Context*. London: Routledge.

- Plasser, F. (2005). From Hard to Soft News Standards? How Political Journalists in Different Media Systems Evaluate the Shifting Quality of News. *International Journal of Press/Politics* 10(2), 47-68. <http://dx.doi.org/10.1177/1081180X05277746>
- Reese, S. D., Gandy, O. H., & Grant, A. E. (Red.). (2001). *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*. London: Routledge.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2015). *Reuters Institute Digital News Report 2015: Supplementary Report*. Oxford: University of Oxford. Verkregen via: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Supplementary%20Digital%20News%20Report%202015.pdf>
- Robinson, S. (2010). Traditionalists vs. Convergents Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist—Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*, 16(1), 125-143. <http://dx.doi.org/10.1177/1354856509347719>
- Ruigrok, N., Gagestein, S., Van Atteveldt, W., Slotboom, A & Jacobi, C. (2014). *Jeugdcriminaliteit en Media: Een onderzoek naar de berichtgeving over jeugdcriminaliteit in een veranderd medialandschap*. Verkregen via: <http://dare.uvu.vu.nl/handle/1871/52400>
- Schmitz, J. (1997). Structural Relations, Electronic Media, and Social Change: The Public Electronic Network and the Homeless. In S.G. Jones (Red.), *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety* (pp. 80–101). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schultz, I. (2007). The Journalistic Gut Feeling: Journalistic Doxa, News Habitus and Orthodox News Values. *Journalism Practice*, 1(2), 190–207. <http://dx.doi.org/10.1080/17512780701275507>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50(2), 93-109. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Schaap, G., & Pleijter, A. (2012). Het sensatiegehalte van voorpaginafoto's: Een inhoudsanalyse van populaire en kwaliteitskranten in Nederland. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 40(1), 71.
- Schol, M., Woestenburg, N., Sibma, A., Jager, L. D., & Winter, H. (2013). *Directe plaatsing in gemeenten van hervestigde vluchtelingen*. Pro Facto. Verkregen via: <http://repository.tudelft.nl/view/wodc/uuid:bc4b74ef-2440-460f-a9c7-9721645134ed/>

- Shoemaker, P. J. & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge.
- Shoemaker, P. J., Vos, T. P., & Reese, S. D. (2009). Journalists as gatekeepers. In: K. Wahl-Jorgensen, & T. Hanitzsch, (Red.), *The handbook of journalism studies* (pp. 73-87). London: Routledge. Verkregen via: <http://www.rasaneh.org/Images/News/AtachFile/30-9-1390/FILE634600594129473750.pdf>
- Silove, D., & Fazel, M. (2006). Detention of refugees. *British Medical Journal*, 332, 251. <http://dx.doi.org/10.1177/1363461507081637>
- Snow, D. A., & Benford, R. D. (1992). Master frames and cycles of protest. In A.D. Morris & C. McClurg Mueller (Red.), *Frontiers in social movement theory* (pp. 133-155). Yale: Yale University Press.
- Soroka, S. N. (2003). Media, public opinion, and foreign policy. *The International Journal of Press/Politics*, 8(1), 27-48. <http://dx.doi.org/10.1177/1081180X02238783>
- Staszak, J.F. (2008). *Other/Otherness*. International encyclopedia of human geography. Verkregen via: <http://www.unige.ch/sciences-societe/geo/collaborateurs/enseignants/staszakjeanfrancois/OtherOtherness.pdf>
- Stewart, J. (2003). Conclusion: power to the media managers. In G. Mazzoleni, J. Stewart & B. Horsfield (Red.), *The Media and Neo-populism: a Contemporary Comparative Analysis*. Praeger. Westport: CT.
- Street, S., & Wright, J. (2007). Democracy, deliberation and design: The case of online discussion forum. *New Media & Society*, 9(5), 849–869. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444807081230>
- Valkenburg, P. M., Semetko, H. A., & De Vreese, C. H. (1999). The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication research*, 26(5), 550-569. <http://dx.doi.org/10.1177/009365099026005002>
- Van Atteveldt, W. (2008). *Semantic Network Analysis: Techniques for Extracting, Representing, and Querying Media Content*. (Dissertatie). Charleston: BookSurge.
- Van der Leun, J. (2004). Lokale solidariteit met illegale migranten. In H. Entzinger & J. Van der Meer, *Grenzeloze solidariteit. Naar een migratiebestendige verzorgingsstaat* (pp. 73-85). Amsterdam: De Balie.
- Van Dijk, T. A. (1988). Semantics of a Press Panic: The Tamil Invasion. *European journal of communication*, 3(2), 167-187. <http://dx.doi.org/10.1177/0267323188003002004>

- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4): 484–507.
<http://dx.doi.org/10.1177/0267323105058253>
- Van Gorp, B. (2006). *Framing asiel: Indringers en slachtoffers in de pers*. (Dissertatie). Leuven: Acco.
- Van Gorp, B. (2007). The constructionist approach to framing: Bringing culture back in. *Journal of Communication*, 57, 60-78. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00329.x>
- Van Gorp, B. (2007). *Het reconstrueren van frames via inductieve inhoudsanalyse: uitgangspunten en procedures*. *KWALON* 35, 12(2), 13-18.
- Van Noije, L. (2007). *The democratic deficit closer to home*. (Dissertatie). Amsterdam: Vrije Universiteit.
- Verkuyten, M., & Nekuee, S. (1999). Ingroup bias: the effect of self-stereotyping, identification and group threat. *European Journal of Social Psychology*, 29(2-3), 411-418.
[http://dx.doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199903/05\)29:2/3<411::AID-EJSP952>3.0.CO;2-8](http://dx.doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199903/05)29:2/3<411::AID-EJSP952>3.0.CO;2-8)
- Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38(3), 466-470.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.01.010>
- Vliegenthart, R. (2007). *Framing immigration and integration: Facts, parliament, media and anti-immigrant party support in the Netherlands*. (Dissertatie). Amsterdam: Vrije Universiteit.
- Vliegenthart, R., & Roggeband, C. (2007). Framing immigration and integration Relationships between press and parliament in The Netherlands. *International Communication Gazette*, 69(3), 295-319. <http://dx.doi.org/10.1177/1748048507076582>
- Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Wilhelm, A. (2000). *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. London: Routledge.

WEBBRONNEN

EenVandaag. (2015, 7 okt). *Protest tegen komst AZC in Purmerend*. Verkregen via:

<http://binnenland.eenvandaag.nl/tv-items/vluchtelingen/62393/protest-tegen-komst-azc-in-purmerend>

Commissariaat voor de Media. (2015). *Mediamonitor: Mediabedrijven en Mediamarkten 2014-2015*. Verkregen via: <http://www.mediamonitor.nl/wp-content/uploads/2013/11/Mediamonitor-Mediabedrijven-en-Mediamarkten-2014-2015.pdf>

Peil. (2016, 10 jan). *De Stemming van 10 januari 2016*. Verkregen via:

<https://www.noties.nl/v/get.php?a=peil.nl&s=weekpoll&f=De+Stemming+van+10+januari+2016.pdf>

Redmax. (2015, 24 feb). *Social media in Nederland in 2015: de laatste cijfers*.

<http://www.redmax.nl/nieuws/social-media-in-nederland-in-2015-de-laatste-cijfers/>

(Bekeken op 25-01-2016)

Van Teefelen. (2015, 22 jan). *Hoe in de vluchtelingen crisis de balans zoekraakt in de media*.

Trouw. Verkregen via: <http://www.trouw.nl/tr/nl/5133/Media-technologie/article/detail/4230165/2016/01/22/Hoe-in-de-vluchtelingen-crisis-de-balans-zoekraakt-in-de-media.dhtml>

Vluchtelingenwerk Nederland. (N.D.). *Feiten en Cijfers*. Verkregen via:

<http://www.vluchtelingenwerk.nl/feiten-cijfers>

BIJLAGEN

A. PRECISION & RECALL

Precision = True positive/(True positive + false positive)

Recall = True positive/(true positive + false negative)

Zoekterm:

Vluchtelingen or asielzoek* or migran**

Gevonden	Relevant		Totaal
	<i>Ja</i>	<i>Nee</i>	
<i>Ja</i>	28	2	30
<i>Nee</i>	0	30	30

Gevonden	Relevant		Totaal
	<i>Ja</i>	<i>Nee</i>	
<i>Ja</i>	$28/30 = .933$	$2/30 = .076$	30
<i>Nee</i>	$0/30 = .000$	$30/30 = 1$	30

Gevonden	Relevant		Totaal
	<i>Ja</i>	<i>Nee</i>	
<i>Ja</i>	$.933 \times 9096 = 8487$	$.076 \times 9096 = 609$	9096
<i>Nee</i>	$.000 \times 165210 = 0$	$1 \times 165210 = 165210$	165210

True Positive = 8487

False positive = 609

False negative = 0

Precision = $8487/(8487+609) = .933$

Recall = $8487/(8487+0) = 1$

Precision & Recall = $(0,933+1)/2 = 96,7\%$

B. FRAMING MATRIX

<i>Naam frame</i>	<i>Probleem</i>	<i>Hoofdrol/oorzaak</i>	<i>Bijrol/slachtoffer</i>	<i>Oplossing</i>	<i>Framing devices</i>
<i>Menselijkheidsframe</i>	Vluchtelingen hebben het moeilijk (gehad)	Terroristen, oorlog asielbeleid, verkrachters	Vrouwen, kinderen, homo's, christenen	Moeten worden geholpen	huis en haard achterlaten, wanhopige omstandigheden, gehuil van angst, , gevaar/risico, geweld ontvluchten, tocht naar veiligheid, morele plicht
<i>Wij-zijframe</i>	Vluchtelingen vormen een out-group doordat zij een bedreiging vormen of beschikken overbeduidend andere normen en waarden	Criminele vluchtelingen, mogelijke jihadisten, culturele/religieuze gebruiken van vluchtelingen	Westerse cultuur en veiligheid, Westerse vrouwen	Moeten worden aangepakt, Moet worden opgelost, door bijvoorbeeld voorlichting, hulp bij integratie	jihadisten, IS, verkrachting en intimidatie, toelaten van tuig, zwervende types in de stad, 'zij' en 'wij'-denken, vluchtelingen zijn anders, ander beeld, door hun religieuze achtergrond
<i>Urgentiefame</i>	Er is een grootse problematiek wat betreft de vluchtelingenstroom	Aantrekkingskracht Europa en geweld in thuisland	Westerse samenleving	Terugbrengen aantal asielzoekers dat Europa dan wel Nederland opzoekt	vluchtelingenstroom, indammen, niet meer aankunnen, overvoerde eindbestemming Duitsland, chaos rond vluchtelingen,

					‘tsunami’.
<i>Economieframe</i>	Vluchtelingenopvang kost te veel geld/Vluchtelingen vormen een economische impuls	Vluchtelingen- vooral economische migranten/ Achtergrond van vluchtelingen	De Nederlandse verzorgingsstaat, vooral werklozen en ouderen	We moeten vluchtelingen niet te veel geven en ze niet aanmoedigen hier naartoe te komen/ We moeten vluchtelingen inzetten waar we ze kunnen gebruiken	eigen volk eerst, aanzuigende werking, woning tekort, werkeloosheid, sobere opvang, ontmoedigen/ hoogopgeleid, belasting betalen, economische impuls, bijdrage kunnen leveren aan de economie en samenleving
<i>Sociale onrustframe</i>	Sociale onrust door de komst van vluchtelingen	Vluchtelingen, ‘xenofobe’ autochtonen versus ‘te gastvrije’ autochtonen	De Westerse cultuur en veiligheid, vluchtelingen, De Nederlandse verzorgingsstaat, vooral werklozen en ouderen	Zoeken naar een middenweg, beter naar elkaar luisteren in discussies en minder hard oordelen	Eigen volk eerst, linkse elite, PVV-tokkies, domrechts, laflinks, links kijkt weg, rechts is racistisch, grenzen dicht, tijd voor opstand, terug naar eigen land, niet in mijn wijk
<i>Beleidsframe</i>	De overheid handelt wel/niet goed met	Het Kabinet, politieke partijen,	Inwoners van Nederland en de	De politiek moet beter luisteren of opstappen,	dilemma, moeilijk op te lossen, onenigheid, Europa

	betrekking tot de vluchtelingenstroom	burgemeesters, gemeente de Europese Unie, Turkije, Arabische landen	Europese Unie, vluchtelingen	niet aan eigenbelangen denken	valt elkaar, ruzie, met de nek aangekeken, gaven hun buurlanden van alles de schuld, aartsrivalen, woorden zijn niet meer genoeg, internationale gemeenschap de gebeten hond, alleen een Europees immigratiebeleid kan tragedies voorkomen, geen daadkracht, geen gedegen systeem, opvang in de regio
<i>'Kritiek op media'- frame</i>	De media handelt wel/niet goed met betrekking tot de vluchtelingenstroom	De media in het algemeen, specifieke dagbladen	Inwoners van Nederland en de Europese Unie, vluchtelingen	Eerlijkere berichtgeving	Propaganda, elite media, linkse media, angst zaaien, stereotyperen, vertekend beeld, goed stuk, mooie weergave, spelfouten

