

# **Nederlandse berichtgeving over de Islamitische Staat: Toen en nu, populair- en kwaliteitskranten**

Master thesis - Media & Cultuur

Naam: Frank den Dunnen

Studentnummer: 429315

Begeleider: Mw. Dr. Nel Ruigrok

Tweede lezer: Dhr. Dr. Erik Hitters

Master Media Studies: Media & Cultuur  
Erasmus School of History, Culture and Communication  
Erasmus University Rotterdam

*juni 2017*

## *Abstract*

Dit onderzoek analyseert de berichtgeving omtrent de Islamitische Staat in de Nederlandse kranten tussen 2014 en 2016. De Islamitische Staat heeft verkondigd zich te willen focussen op het Westen. Sinds 2014 zijn er dan ook verschillende aanslagen gepleegd die zijn opgeëist door de Islamitische Staat. De berichtgeving omtrent de Islamitische Staat en diens aanslagen zijn op uiteenlopende manieren verslaan. Om verschillen te kunnen waarnemen wordt onder andere gekeken naar verschillende frames die kunnen voorkomen in een krantenbericht. Zo wordt het dreigingsframe, *othering* frame, diplomatieke- en militaireframe onderzocht. De keuze die journalisten maken omtrent het framen van gebeurtenissen heeft invloed op een maatschappij en kan volgens voorgaande literatuur bijdragen aan polarisatie. Er wordt in dit onderzoek onderscheid gemaakt tussen populaire- en kwaliteitskranten aangezien eerder onderzoek sterke verschillen heeft aangetoond. Populaire kranten worden getypeerd als populistisch en rechts waar kwaliteitskranten worden getypeerd als links en gefundeerd. Er zijn echter ook onderzoeken die erop wijzen dat de verschillen tussen populaire- en kwaliteitskranten vervagen. Dit houdt in dat de nieuwsselectie en de daartoe behorende nieuwswaarden door beide kranten gelijkgestemd worden gewaardeerd. Volgens enkele onderzoekers wordt zo de toenemende invloed van commercialisatie zichtbaar die ervoor moet zorgen dat er meer publiek wordt bereikt dan wel het huidige publiek wordt behouden.

Uit de analyse blijkt dat de media-aandacht omtrent de Islamitische Staat sterk is gestegen sinds 2014. Wanneer gekeken wordt naar de nieuwswaarden die beide krantentypes belangrijk achten wordt duidelijk dat beide kranten conform eerdere onderzoeken gelijkgestemd zijn. De berichtgeving over de Islamitische Staat piekt bij beide krantentypes op dezelfde momenten. Er is in dit onderzoek bewezen dat populaire- en kwaliteitskranten in hun berichtgeving steeds meer op elkaar gaan lijken. Kwaliteitskranten laten zich mogelijk leiden door commercialisatie wanneer geschreven wordt over de Islamitische Staat. De vervaging tussen beide krantentypes wordt ook zichtbaar wanneer gekeken wordt naar het gebruik van frames. Duidelijk wordt dat het *othering* frame veelvuldig wordt gebruikt in de berichtgeving van beide krantentypes. Voorgaande literatuur stelt dat vooral populaire kranten gebruik maken van het *othering* frame. Daarnaast blijkt dat vooral de culterele of geografische ligging van een gebeurtenis voor journalisten een rol speelt tijdens de nieuwsselectie. Conform eerdere literatuur geven populaire kranten voorkeur aan het militaire-interventie *frame*, waar kwaliteitskranten eerder het diplomatie *frame* gebruiken. Er is in de berichtgeving omtrent de Islamitische Staat geen *journalism of attachment* waargenomen. Beargumenteerd wordt dat dit kan veranderen wanneer er een aanslag wordt gepleegd in Nederland.

**Keywords:** Islamitische Staat, framing, othering, nieuwswaarden, clash of civilizations.

1. Inleiding	4
1.1 Wetenschappelijke relevantie	5
1.2 Maatschappelijke relevantie	6
2. Theoretisch kader	7
2.1 Islamitische Staat	7
2.2 Mediaberichtgeving Islamitische Staat	8
2.3 Nieuwswaarden	10
2.4 Framing	12
2.5 Associatieve framing	13
2.6 Clash of Civilizations	15
2.7 Othering	16
2.8 Journalism of attachment	18
3. Methodiek	20
3.1 Dataverzameling	20
3.2 Methodiek	21
3.3 Automatische analyse en operationalisering	21
3.4 Handmatige analyse en operationalisering	22
4. Resultaten	25
4.1 Aandacht Islamitische Staat over tijd	26
4.1.1 Totale berichtgeving omtrent de Islamitische Staat	26
4.1.2 Associatie terreurframe	28
4.1.3 Associatie van de Islamitische Staat met terreur over tijd	30
4.2 Nieuwswaarden Islamitische Staat	31
4.2.1 Onverwachte gebeurtenis of ontwikkeling?	32
4.2.2 Machtige landen of personen	33
4.2.3 Nabijheid	34
4.2.4 Nieuwswaarden over tijd	34
4.2.5 Conflict/slecht nieuws over tijd	35
4.2.6 Nabijheid over tijd	35
4.2.7 Correlaties tussen nieuwswaarden	36
4.2.8 Conclusie nieuwswaarden	36
4.3 Framing van de Islamitische Staat	36
4.3.1 Clash of civilizations	38
4.3.2 Othering	39
4.3.3 Journalism of attachment	40
4.4 Overzicht frame gebruik	42
5. Conclusie en discussie	44
5.1 Veranderend gebruik van frames	47
5.2 Journalism of attachment	48
6. Literatuurlijst	50
<b>Bijlage 1. Precision zoekterm automatische analyse</b>	<b>55</b>
<b>Bijlage 2. Recall zoekterm automatische</b>	<b>56</b>
<b>Bijlage 3. Intercodeurbetrouwbaarheid</b>	<b>57</b>

## 1. Inleiding

“*Cette fois, c’est la guerre*”

- Le Parisien, 13 november 2015

Bovenstaande quote “Deze keer is het oorlog” van de redactie van Le Parisien, toont treffend aan hoe de media stelling hebben genomen na de reeks aanslagen in Frankrijk door de Islamitische Staat. Een reeks aanslagen op 13 november 2015 kostte ruim 130 mensen het leven en zorgde voor wereldwijde onrust en discussies in verschillende media. Ook de Nederlandse premier Mark Rutte gaf in een toespraak aan dat wij in oorlog zijn met de Islamitische Staat, echter maakte hij nadrukkelijk onderscheid tussen ‘radicale moslims’ en ‘vredelievende moslims’ (*RTL Nieuws*, 2015). Sommige kranten riepen op tot kalmte en benadrukten dat de Islam niets met terrorisme te maken heeft (Jon, 2015). In contrast citeerde *De Telegraaf* herhaaldelijk uitspraken van politici welke als polariserend geïnterpreteerd kunnen worden, bijvoorbeeld een uitspraak van Geert Wilders. Hij stelde: “Bijna elke terrorist is moslim” (*De Telegraaf*, 16 november 2015).

Uit deze voorbeelden wordt duidelijk wat voor uiteenlopende invalshoeken artikelen kunnen aannemen wanneer het gaat om berichtgeving na een aanslag van de Islamitische Staat. In elk artikel worden moslims en/of de Islamitische Staat op een andere manier geportretteerd, oftewel *geframed*. Framen behelst het benadrukken van specifieke details/invalshoeken van een gebeurtenis waardoor deze meer relevant lijken dan andere details (Entman, 1993). Het framen van een gebeurtenis geeft een journalist zowel bewust als onbewust de mogelijkheid om de beeldvorming van de Islamitische Staat te beïnvloeden. De journalist is tenslotte verantwoordelijk voor de woordkeuze. Deze beïnvloeding kan ertoe leiden dat er verschillende opinies over de islam/moslims ontstaan welke kunnen bijdragen aan een toe- of afnemende polarisatie binnen een maatschappij (Ruigrok & Van Atteveldt, 2007; Seib 2004; Vos, 2015).

Er kan zich afgevraagd worden in hoeverre nieuwsmedia dit doen en of dit over tijd is veranderd. Nieuws is namelijk geen gegeven maar een keuze van, en het resultaat van beslissingen door journalisten (Ruigrok, 2012). In het huidige onderzoek wordt onderzocht waarom een gebeurtenis of ontwikkeling omtrent de Islamitische Staat nieuwswaarde heeft volgens populaire- en kwaliteitskranten. Journalisten overwegen zelf welke gebeurtenissen zij verslaan. Nieuwswaarden fungeren bij deze overweging vaak als doorslaggevend. Nieuwswaarden zijn eigenschappen van een gebeurtenis die het nieuwswaardig maken (Galtung & Ruge, 1965). Zo worden conflicten vaak nieuwswaardiger geacht dan andere gebeurtenissen. Ook gebeurtenissen die een land direct raken worden nieuwswaardiger geacht (Galtung & Ruge, 1965). Niet alleen beïnvloeden journalisten het debat middels hun keuze, ook het frame waarbinnen een gebeurtenis wordt gepresenteerd is van belang. Er kan bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van associatieve frames, waarbij bewust of onbewust een netwerk wordt gelegd tussen een of meerdere termen of fenomenen (Van Atteveldt, Ruigrok & Kleinnijenhuis, 2005). Tevens kunnen journalisten ook gebruik maken van complexere frames zoals

het *clash of civilizations* frame, welke is ontstaan uit de toenemende polarisatie tussen Westerse en Russisch-communistische media na de koude oorlog (Huntington, 1996). Deze theorie stelt dat politiek, journalistiek en andere bedrijven onbewust een kant kiezen. Dit proces wordt ook wel *othering* genoemd, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen de *in-* en *out-* groups (Seib, 2004). Mediaberichtgeving die de aspecten van een *in-* en *out-*groep benadrukken vergroot deze spanning. Veel media vormen, soms onbewust, al snel hun berichtgeving conform deze wereldbeelden (Seib, 2004). Het concept *othering* wordt door Shyrook (2002) toegepast op de huidige verdeling tussen de Westerse en Oosterse wereld. Hij stelt dat na 11 september 2001 (aanslag World Trade Center in Amerika) de gemoederen tussen de Westerse en Oosterse bevolking erg oplopen. Zodoende stelt Shyrook (2002) dat er een nieuwe golf van *othering* waarneembaar is, namelijk de Westerse maatschappijen die zich steeds sterker tegen Oosterse maatschappijen afzet.

Mediabedrijven kunnen er dus bewust of onbewust voor kiezen om bij te dragen aan de *clash of civilizations*. De media kunnen deze invloed ook gebruiken om het eigenbelang te behartigen of nationale opinies te sturen (Staszak, 2008). Journalisten kunnen zover gaan dat zij zelf betrokken raken bij een conflict en daardoor hun berichtgeving kleuren, zoals omschreven binnen de *journalism of attachment*-theorie (Ruigrok, 2005). Om deze reden is het interessant om binnen het Nederlandse medialandschap te kijken naar de berichtgeving omtrent de Islamitische Staat in twee type kranten die ideologisch sterk van elkaar verschillen. Waar de populaire kranten voornamelijk worden getypeerd als populistisch en rechts, worden kwaliteitskranten getypeerd als links en gefundeerd (Schaap & Pleijter, 2012). Voortvloeiend uit bovenstaande uiteenzetting is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

*In hoeverre en op welke wijze is er over de Islamitische Staat geschreven sinds diens oprichting in populaire- en kwaliteitskranten?*

### **1.1 Wetenschappelijke relevantie**

Er zijn veel onderzoeken gedaan naar *framing* van mediaberichtgeving, op zowel mondiaal (Ruigrok & van Atteveldt, 2007; Sobolewska & Ali, 2015) als nationaal niveau (Berbers, Joris & Boesman, 2015; Vliegthart & Roggeband, 2016; Walford, 2010). Nederlandse mediabedrijven en het gebruik van *framing* lijken in deze literatuur summier gerepresenteerd. Dit onderzoek is wetenschappelijk relevant omdat het meer inzicht geeft in het gebruik van *framing* in de Nederlandse media waarbij de Islamitische Staat centraal staat. De nadruk ligt hier op de eventuele verandering omtrent het gebruik van frames over tijd en het verschil tussen populaire- en kwaliteitskranten. Het is tevens wetenschappelijk relevant om inzichtelijk te maken hoe het gebruik van de specifieke frames over tijd is veranderd sinds het ontstaan van de Islamitische Staat in 2014 ten opzichte van eind 2016. De tweesplitsing tussen populaire- en kwaliteitskranten toont aan op welke wijze er waarde aan nieuws wordt toegekend en hoe de nieuwsselectie en het gebruik van frames verschilt. De wetenschappelijke discussie omtrent de verschillen tussen populaire- en kwaliteitskranten wordt hierdoor verscherpt en

aangevuld. Daarnaast draagt dit onderzoek bij aan de wetenschappelijke discussie en implicaties omtrent concepten als nieuwsselectie en framing, omdat het aantoont in welke mate eerdere literatuur kan worden toegepast op het onderwerp. Tevens wijst dit onderzoek uit hoe de Nederlandse nieuwsselectie is veranderd naarmate een conflict dichterbij komt en in welke mate journalisten *journalism of attachment* gaan vertonen. Derhalve wordt ook omtrent *journalism of attachment* bijgedragen aan de wetenschappelijke discussie en implicaties in de Nederlandse berichtgeving. Afsluitend wordt gemeten hoe de mate waarin geassocieerd wordt met terreur is veranderd over tijd en hoe dit verschilt tussen populaire- en kwaliteitskranten.

## 1.2 Maatschappelijke relevantie

De media zijn van grote invloed op de beeld- en opinievorming binnen een maatschappij (Kitzinger, 2014; Wanta, Golan & Lee, 2004). Nieuwsberichten kunnen invloed uitoefenen op hoe mensen over bepaalde onderwerpen praten en welke invalshoeken danwel details zij het vaakst belichten. Het is maatschappelijk relevant om het publiek duidelijkheid en transparantie te bieden over het gebruik van frames door populaire- en kwaliteitskranten. Eerder onderzoek heeft bijvoorbeeld aangetoond dat journalisten tijdens de oorlog in Bosnië dermate geëngageerd waren dat zij geen realistisch beeld meer gaven van de oorlog (Ruigrok, 2005; Wieten, 2002). Dit fenomeen heeft toentertijd zelfs geleid tot een intern onderzoek bij *de Volkskrant*, waarbij De Graaf (2003) in opdracht van de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling trachtte te onderzoeken in hoeverre er gereflecteerd werd op de eigen berichtgeving naar aanleiding van het NIOD-rapport over Srebrenica.

Het huidige onderzoek is tevens relevant voor de professionele journalistieke rol. Het eventueel kunnen aantonen dat er een verschuiving heeft plaatsgevonden in de berichtgeving en het gebruik van frames kan ertoe leiden dat journalisten zich bewust worden van eerder onbewuste vooroordelen. Een mogelijk gevolg is dat objectiviteit beter gewaarborgd wordt wanneer zij schrijven over de Islamitische Staat en andere bijkomende aspecten. Ook voor lezers van kranten kan het huidige onderzoek ervoor zorgen dat zij een beter waardeoordeel kunnen scheppen over hetgeen zij lezen omdat duidelijk moet worden hoe *framing* door verschillende kranten wordt toegepast.

Tevens is dit onderzoek ook relevant voor politici. Politici kunnen het huidige onderzoek gebruiken om beter in te schatten hoe kranten reageren op hedendaagse terroristische groeperingen. Zij kunnen aan de hand van dit onderzoek inzien hoe kranten wellicht aanzetten tot onrust en/of bijdragen aan eventuele polarisatie. Afsluitend kan het blootleggen van polarisatie door het gebruik van *framing* ervoor zorgen dat de intensiteit hiervan verloren gaat. Met als gevolg dat de door Ruigrok en Atteveldt (2007) genoemde toenemende polarisatie weer afneemt, waardoor men nader tot elkaar komt.

## 2. Theoretisch kader

“بعد الدولة الإسلامية، ويبدو حتى تنظيم القاعدة «معتدل»”

– Maajid Nawaz, 11 december 2015

“Naast de Islamitische Staat lijkt zelfs Al Qaida normaal.”

### 2.1 Islamitische Staat

Aangenomen wordt dat de benaming ‘Islamitische Staat’ een letterlijke vertaling van de Arabische naam is. De totstandkoming van de Islamitische Staat geschiedde in Irak en vloeide voort uit de oorlog tussen Amerika en Irak in 2003 (Oudheusden, 2016). Na het vertrek van de laatste troepen in 2012 bleef een groot deel van het land onbeheerd, ondanks dat het onder toezicht van de toenmalige premier Nouri Al-Maliki stond. De rechterlijke macht die Nouri Al-Maliki tot zijn beschikking leidde ertoe dat veel opstandige soennieten werden vermoord (Lister, 2015). Daarnaast was Nouri Al-Maliki zeer corrupt en wie een baan bij de overheid ambieerde kon daarvoor betalen. De ontevredenheid binnen het land werd steeds groter en uitte zich in de totstandkoming van rebelse groeperingen. Al Qaida nam de leiding en regisseerde talloze aanslagen. Na enkele jaren van verminderde activiteit ontstonden er andere groeperingen met ieder hun eigen beweegredenen (Feldman, 2008). Onder leiding van Abu Bakr al-Baghdadi werd onder de naam ISI (Islamitische Staat in Irak), in samenwerking met Al Qaida talloze aanslagen gepleegd in het Midden-Oosten. In 2013 breidde ISI hun terreur uit naar Syrië waardoor de terroristische tak van Syrië ging samenwerken met ISI. Door laatstgenoemde ontstond het huidige ISIS (afkorting van Islamitische Staat in Irak en Syrië). Naast steeds sterker uiteenlopende belangen vond Al Qaida dat ISIS te extremistisch werd. Zodoende trok Al Qaida zich terug uit het verbond (Oudheusden, 2016). Heden ten dage staat ISIS bekend als IS (afkorting van Islamitische Staat).

Ondanks dat er geen duidelijk actieprogramma bestaat zet de Islamitische Staat in hun online magazine ‘*Dabiq*’ duidelijk uiteen wat hun visie en missie is. Zo wordt verkondigd dat zij een mondiaal kalifaat beogen om zo dichterbij hun god te komen. De enige keer dat de leider van de Islamitische Staat, Abu Bakr al-Baghdadi, publiekelijk sprak verkondigde hij dat het de plicht van moslims is om een mondiaal kalifaat te verwezenlijken. Dit kan volgens al-Baghdadi alleen wanneer er stukken land geclaimd worden middels het zuiveren van onrein bloed (Lister, 2015). Daarnaast strijdt de Islamitische Staat voor het behouden van eeuwenoude islamitische normen, waarden en gebruiken. Tevens strijden zij voor wraak op de Westerse wereld, welke verantwoordelijk is voor het vernietigen en destabiliseren van het Midden-Oosten (Feldman, 2008).

## 2.2 Mediaberichtgeving Islamitische Staat

Het publiek in het Westen heeft voornamelijk middels mediaberichtgeving kennis gemaakt met de Islamitische Staat. Het gaat dan veelal over ontwikkelingen binnen de Islamitische Staat, hun daden en propaganda. Hierdoor is een nieuw soort journalistiek ontstaan waarbij terrorisme, terroristische groeperingen en hun handelen centraal staan. Veelal is het doel van deze berichtgeving het in kaart brengen van terroristische groeperingen en de algemene gebeurtenissen (Mogensen, 2008). Al Jazeera verwierf wereldwijde bekendheid na de aanslagen op 11 september 2001 (World Trade Center) omdat zij toegang hadden tot exclusieve informatie vanuit Al-Qaida. Dit zorgde ervoor dat vrijwel alle media zich ging richten op berichtgeving omtrent terroristische dreigingen waardoor er een strijd om de primeur ontstond. Wanneer Al Jazeera wordt vergeleken met CNN kan worden geconcludeerd dat beide evenveel aandacht besteedden aan de Islamitische Staat (Fessha, 2016).

In een artikel van Edge (2014) wordt onderzocht hoe journalisten van CNN, Al Jazeera en France24 berichten rondom de Islamitische Staat redigeren. In een interview wordt duidelijk dat Tony Maddox, directeur van CNN nauwkeurig oplet wat er geschreven of uitgezonden wordt omtrent de Islamitische Staat zodat CNN niet fungeert als hun propagandakanaal. Edge (2014) stelt tevens dat CNN sinds het ontstaan van de Islamitische Staat in 2014, steeds minder daden toont in hun berichtgeving. Bij de vierde executievideo van de Islamitische Staat werd besloten om geen grafische beelden meer te tonen, met als doel om de propaganda van de Islamitische Staat te beperken.

Ook in de Nederlandse media wordt sinds 2014 veel aandacht geschonken aan de Islamitische Staat. Grotere aanslagen zoals de aanslag op een Tunesisch strand (in 2015), bomaanslagen in Brussel (2016) en de reeks aanslagen in Frankrijk (2015 en 2016) zorgen voor pieken wat betreft media-aandacht voor de Islamitische Staat. Gesteld kan worden dat het nieuws dat burgers ontvangen over de Islamitische Staat met name afkomstig uit de nieuwsmedia. Nieuwsmedia hebben dan ook een functie in onze samenleving die verder rijkt dan het voorzien van informatie. Wanneer er niet geschreven wordt over een gebeurtenis is de kans groot dat de gebeurtenis velen ontgaat. Bovendien zetten media de toon bij een conflict of gebeurtenis (Vasterman, Yzermans & Dirkzwager, 2005).

Naast de informerende functie van media onderscheidt Deuze (2004) enkele andere functies. Zo wordt er gesproken over een waakhondfunctie, podiumfunctie en entertainmentfunctie. Deuze (2004) spreekt in zijn artikel over een waakhondfunctie, wat inhoudt dat de media verantwoordelijk zijn voor het juist afwegen van waarheid en fictie en kritische kanttekeningen biedt. Daarnaast wordt gesteld dat de media verantwoordelijk is voor het toepassen van hoor en wederhoor. Media worden door Deuze (2004) dan ook vaak als controleur van de macht bestempeld. Reden is dat zij de regering en andere machtige bedrijven kritisch moeten benaderen en het publiek moeten beschermen. Een andere functie welke door Deuze (2004) wordt besproken is de podiumfunctie. Dit houdt in dat zij een platform bieden aan individuen waardoor er een betere vorm van de bij waakhondfunctie genoemde hoor en wederhoor ontstaat. Tevens moet de podiumfunctie ervoor zorgen dat ook minderheden gehoord worden in de media. De laatste functie, entertainment, in de vorm van ontspanning en vermaak krijgt een steeds



hogere prioriteit voor mediabedrijven (Deuze, 2004). Deze bevinding wordt bevestigd in het onderzoek van Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok en Schaper (2015), waarin gesteld wordt dat het *market-model* (commercialisering) van de media steeds belangrijker wordt. Dit is volgens de onderzoekers te verklaren door het feit dat nieuwsmidia (onder druk van de commercie) steeds minder financiële ruimte hebben, waardoor zij zich moeten richten op berichtgeving welke meer lezers trekt. Hierdoor kan de berichtgeving van een krant soms afwijken van hun oorspronkelijke missie of visie.

De redactie van elke willekeurige krant heeft een bepaalde missie en visie welke ervoor zorgen dat er over verschillende gebeurtenissen worden bericht. Om meer lezers te trekken zijn mediabedrijven geneigd om onderwerpen te kiezen die interessanter en pakkend zijn (Schulz, 2004). Er kan zich afgevraagd worden of dit ten koste gaat van de objectiviteit (Vulliamy, 1999). Doordat de media zelf kiezen welke onderwerpen zij belichten en vanuit welk perspectief zij dit doen, hebben zij een grote invloed op het denkbeeld van een maatschappij (Berbers et al., 2015). Elke krant beïnvloedt het denkbeeld van een maatschappij op een andere manier, daarom is het voor een lezer van groot belang welke krant hij of zij leest (Martin & Copeland, 2003). Zo is er een sterk verschil waar te nemen tussen populaire- en kwaliteitskranten. Populaire kranten hebben vaak een entertainmentrol, waar kwaliteitskranten een grotere onderzoekende rol hebben (Schaap & Pleijter, 2012).

De eerder genoemde missie en visie kan veranderen wanneer journalisten zelf geraakt worden door een oorlog of conflict op emotioneel of persoonlijk niveau. Wanneer journalisten hierdoor anders gaan verslaan kan er sprake zijn van *journalism of attachment*. Deze term werd geïntroduceerd door BBC verslaggever Martin Bell (Wieten, 2002). Hij stelt dat het concept *journalism of attachment* duidt op een vorm van journalistiek waarbij neutraliteit niet meer van belang is. Zij kiezen in hun berichtgeving bijvoorbeeld voor de door hun beschouwde slachtoffers, of de door hun benoemde dader van het conflict. De berichtgeving distingeert dan veelal tussen goed of fout en zij of wij. Tegenstanders van deze journalistieke stijl stellen dat het ten koste gaat van de journalistieke objectiviteit (Vulliamy, 1999). In een onderzoek van Ruigrok (2008) waarin het concept *journalism of attachment* werd gemeten onder Nederlandse kranten gedurende de Bosnische oorlog (1992 – 1995), wordt duidelijk dat er tijdens het verslaan van deze oorlog sterke *attachment* was waar te nemen. Nederlandse media namen een rol aan waarbij zij podium gaven aan de onderdrukten in dat land. Dit zorgde ervoor dat er traditionele journalistieke regels genegeerd werden, wat verklaard werd als het dienen van een hoger moraal en het redden van slachtoffers (Ruigrok, 2008). Bell (1998) stelt dat het juist goed is om als journalist niet te neutraal te berichten. Volgens hem moeten de lezers ook daadwerkelijk voelen wat er speelt. Nieuws in tijden van conflict is volgens hem nooit vrij van sentimenten, zeker wanneer iemand in een land woont die een rol speelt in het conflict. Seib (2004) stelt dat Amerikaanse media tijdens conflicten een meer patriottistische toon aannemen. Het hieruit voortvloeiende *rally around the flag* effect treedt dan in werking. Dit houdt in dat media en politici in zoverre in aanraking komen met hun emotie dat zij niet meer objectief berichtgeven (Seib, 2004). Ditzelfde geldt voor politici, die minder waarde gingen hechten aan overheidsregels. Een belangrijk voorbeeld is de terroristische aanslag op 11 september

2001 op het World Trade Center in Amerika. Hier werd duidelijk dat mediabedrijven niet meer objectief berichtgaven en een militaire interventie een steeds groter draagvlak kreeg. Dit werd treffend bevestigd door Ombudsman Daniel Okrent (2004) die stelde dat mediaberichtgeving zich liet leiden door gesentimenteerde misinformatie. Hij concludeerde dat deze fout niet op individueel, maar op institutioneel niveau aanwezig was. Een voorbeeld hiervan is afkomstig uit een column van het *National Review Online* waarin Ann Coulter (2001) beargumenteerde dat er geen langdurige onderzoeken nodig zijn om erachter te komen wie er verantwoordelijk is voor verschillende aanslagen (moslims werden geïmpliceerd). Ze voegde daaraan toe dat de landen van die mensen geïnvadeerd moesten worden en gedwongen moesten worden zich te bekeren tot het christendom. In het huidige onderzoek zou *journalism of attachment* een reden kunnen zijn voor eventuele veranderingen in de berichtgeving over de Islamitische Staat in Nederlandse dagbladen. Tijdens de Bosnische oorlog was er namelijk ook een sterkere *attachment* waar te nemen bij kwaliteitskranten ten opzichte van populaire kranten (Ruigrok, 2008).

Er zijn in Nederland tien kranten welke het meeste gelezen worden. Zoals eerder gesteld kan de keuze grofweg worden opgesplitst tussen populaire- en kwaliteitskranten. Populaire kranten worden vooral getypeerd als populistisch en rechts waar kwaliteitskranten worden getypeerd als links en gefundeerd (Schaap & Pleijter, 2012). Bakker en Scholten (2013) stellen dat populaire kranten veelal een hoger gehalte van entertainment hebben dan kwaliteitskranten. Daarnaast dragen populaire kranten volgens Bakker & Scholten (2013) een sterkere waakhondfunctie uit. De huidige literatuur stelt dat kwaliteitskranten zich meer focussen op het informeren van het publiek, waarbij zij hen wil voorzien van uiteenzettingen die zo dicht mogelijk bij de feiten blijven. Aanvullend stellen Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder en Van Hoof (2007) dat kwaliteitskranten over het algemeen zwaardere en serieuzere onderwerpen bieden. Populaire kranten bieden vooral lichter nieuws en dragen een sterkere entertainmentfunctie uit. Volgens Schaap & Pleijter (2012) is dit vooral sensationeel nieuws dat niet van groot belang is voor de maatschappij. In contrast brengen populaire kranten volgens hen wel degelijk kwaliteitsnieuws, echter in mindere mate. Ook Kussendrager en Van der Lugt (2007) stellen dat kwaliteitskranten zich steeds meer gaan wagen aan het bieden van informatie welke rust op sensatie en de voorheen genoemde entertainmentfunctie. Deze verschillen komen in de berichtgeving tot uiting op twee niveaus: De selectie van het nieuws die bepaald wordt door nieuwswaarden en de manier waarop er over onderwerpen wordt bericht, oftewel de framing van het nieuws (Entman, 1993).

### **2.3 Nieuswaarden**

“Nieuws is geen gegeven, maar een keuze; het resultaat van beslissingen van een journalist” (Ruigrok, 2012, p. 4). Er lijkt geen eenduidigheid te bestaan welke aantoont wanneer een gebeurtenis of ontwikkeling in de wereld nieuwswaardig is voor nieuwsmedia. Harcup en O’Neill (2001) stellen in hun onderzoek dat journalisten een gebeurtenis als nieuwswaardig beschouwen wanneer het aan verschillende eisen voldoet. Zo is een eis volgens Galtung en Ruge (1965) dat een gebeurtenis zich

relatief dichtbij heeft afgespeeld. De eerder genoemde Harcup en O'Neill (2001) ontwikkelden op basis van het in 1965 uitgevoerde onderzoek van Galtung en Ruge (1965) een zogenaamde ranglijst van nieuwswaarden. Hierin herkenden Harcup en O'Neill (2001) tien verschillende nieuwswaarden: De macht van de elite, aanwezigheid van beroemdheden, het entertainmentgehalte, onverwachtetheid, slecht nieuws versus goed nieuws, de omvang, relevantie, opvolging van nieuwsgebeurtenissen en de agenda van een mediainstituut. Shoemaker en Reese (2014) achtten andere nieuwswaarden belangrijker en stelden dat nieuwswaarden slechts als richtlijn dienen voor journalisten. Shoemaker en Reese (2014) formuleerden de volgende nieuwswaarden: belangrijk en opmerkelijk, conflict versus controversie, ongewoon, human-interest en nabijheid.

De onderzoeken van bovengenoemde wetenschappers zijn talloze keren gebruikt als fundering in andere media onderzoeken, derhalve wordt in het huidige onderzoek gebruik gemaakt van een set nieuwswaarden die geformuleerd zijn door Ruigrok (2012). Haar richtlijnen zijn voor dit onderzoek treffender, daar zij een overzicht biedt van verschillende nieuwswaarden binnen de Nederlandse media. Tevens hebben deze nieuwswaarden sterke overeenkomsten met die van Shoemaker en Reese (2004). Ruigrok (2012) herkent vijf nieuwswaarden die te allen tijde gelden en voor nieuwswaardigheid zorgen. Zo stelt zij dat een "conflict tussen actoren en slecht nieuws altijd nieuwswaardiger is dan overeenstemming tussen actoren en goed nieuws" (Ruigrok, 2012, p. 4). Tevens stelt zij dat een onverwachte gebeurtenis meer aandacht kan verwachten dan een ontwikkeling die al op de agenda stond en dat gebeurtenissen rondom machtige landen en/of bekende personen eerder nieuwswaarde werven. Daarnaast stelt Ruigrok (2012) dat nabijheid, geografisch en cultureel gezien ook sterk van invloed is op de waarde die journalisten aan een gebeurtenis hechten. Afsluitend wordt gesteld dat nieuws wanneer het eenmaal in het nieuws is geweest, een grotere kans heeft om terug te keren dan andere nieuwe gebeurtenissen (Ruigrok, 2012).

Geografische of culturele nabijheid van een gebeurtenis speelt in het huidige onderzoek een grote rol omdat de Islamitische Staat zich steeds vaker richt op Europa (Feldman, 2008). Wu (2003) stelt dat de geografische afstand een steeds grotere rol krijgt bij het bepalen of een gebeurtenis in het buitenland relevant genoeg is voor media om te verslaan. Buurlanden en grootmachten krijgen wel veel aandacht in het nieuws (Wu, 2003). Daarnaast stelt hij dat een grotere geografische of culturele afstand tussen twee landen een negatief effect heeft op de hoeveelheid artikelen. Hij stelt dat landen meer bericht geven over conflicten wanneer deze dichterbij komen. Laatstgenoemde wordt onderbouwd in een onderzoek van Myers, Klak en Koehl (1996). Zij onderzochten conflicten in Rwanda en Bosnië. Van deze conflicten, die zich tegelijkertijd afspeelden, kreeg het conflict in Bosnië significant meer media-aandacht. De verklaring die de onderzoekers gaven was dat de cultuur vergelijkbaar was met de Westerse cultuur en zich tevens geografisch dichtbij de onderzochte landen bevond. Een ander treffend voorbeeld is het voorbeeld van Jetter (2014). Hij stelt dat terrorisme na 11 september 2001 een groot begrip werd en steeds meer media-aandacht kreeg, daar de terroristische groeperingen zich gingen richten op het Westen.

Eerder is verondersteld dat er een verschil is waar te nemen tussen populaire- en kwaliteitskranten. Kwaliteitskranten zouden volgens Kleinnijenhuis et al., (2007) meer artikelen publiceren over zwaardere en serieuze onderwerpen omtrent gebeurtenissen of conflicten. Dit is volgens hen te wijten aan het feit dat kwaliteitskranten meer onderzoeksjournalistiek verrichten en zich daarbij meer verdiepen in politieke en maatschappelijke kwesties. Zo verslaan kwaliteitskranten veel vaker de toedracht van een gebeurtenis en zoeken zij naar achterliggende context en eventuele motieven. Kussendrager en Van der Lugt (2007) sluiten zich hierbij aan. Echter stellen zij wel dat kwaliteitskranten zich ook steeds meer onderwerpen aan sensatienieuws. Kellsal (2016) stelt in haar onderzoek omtrent Engelse dagbladen dat er een vorm van *tabloidisation* is waar te nemen. Kellsal (2016) voegt hier echter een ander perspectief toe. In contrast stelt zij dat er een mogelijkheid is dat niet kwaliteitskranten *tabloidiseren*, maar populaire kranten onderhevig zijn aan *qualitisation*. Patronen in de berichtgeving toonden namelijk aan dat er een zogenaamde wedstrijd is waar te nemen tussen de twee verschillende typen kranten voor het behouden van publiek. Gevolg is dat er een vervaging tussen beide type kranten is waar te nemen. Kellsal (2016) stelt dat dit te danken is aan de commercialisering van de media, wat anno 2016 nodig is om als mediabedrijf te kunnen blijven voortbestaan. Cook (1998) omschrijft dit proces als institutionalisme waarbij mediabedrijven zich steeds meer gaan gedragen als politieke instituten en de politieke agenda steeds vaker door laten schijnen. Op deze manier stelt Cook (1998) dat subsidies nieuwsproducten op een negatieve manier beïnvloeden. Ditzelfde geldt voor bedrijven die geld verstrekken aan mediabedrijven. Welbers et al. (2016) stellen dat nieuwsselectie in het digitale tijdperk sterk onder druk staat van commercialisatie waardoor beide kranten types dezelfde nieuwswaarden gaan hanteren. Het huidige onderzoek kan uitwijzen of de terroristische dreiging die zich steeds meer verplaatst naar Europa van invloed is geweest op de nieuwswaarde die Nederlandse dagbladen aan de Islamitische Staat hechten. Daarnaast kunnen eventuele verschillen tussen populaire- en kwaliteitskranten worden onderzocht. Derhalve zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

*Deelvraag 1: Welke nieuwswaarden liggen ten grondslag aan de berichtgeving over de Islamitische Staat in populaire- en kwaliteitskranten?*

*Deelvraag 2: In hoeverre is er een verschil in aandacht waar te nemen voor de Islamitische Staat in populaire- en kwaliteitskranten over tijd?*

## **2.4 Framing**

Naast de selectie van het nieuws heeft ook de wijze waarop journalisten over een gebeurtenis schrijven, oftewel hoe zij het onderwerp framen, invloed op het beeld dat men krijgt van de Islamitische Staat. *Framing* wordt door Entman (1993, p. 52) als volgt gedefiniëerd: “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 for the item described.” Een abstractere en kritischere omschrijving van *framing* is

afkomstig van Brosius en Eps (1995). Zij stellen dat *framing* geen duidelijk en algemeen toepasbaar concept is. Het is volgens hen slechts een metafoor welke niet direct geïmplementeerd kan worden in een onderzoeksvraag. Hierdoor is het nodig om binnen het concept *framing* specifieke frames te kiezen. Deze frames zijn afkomstig uit voorgaande literatuur en vormen de basis voor het formuleren van deelvragen of hypothesen. Een frame wordt door Gorp (2004, p.2) gedefinieerd als “een standvastige, meta communicatieve boodschap die het structurerende denkbeeld weergeeft welke een nieuwsbericht samenhang en betekenis verleent.” Dit houdt in dat een boodschap waarbij gebruik wordt gemaakt van een frame de ontvanger helpt met het inhoudelijk structureren en definiëren van de realiteit. Een frame is volgens Entman (1993) verbonden met de heersende cultuur binnen een maatschappij en de daarbij behorende motieven zoals waarden en stereotypen. Om een frame-analyse uit te voeren op mediateksten dient er specifiek gekeken te worden naar de vorm van een tekst. Een onderzoek kan zich dan richten op de woordkeuze, metaforen, beschrijvingen of afbeeldingen (Gamson & Lasch, 1983).

Norris (2003) stelt dat het gebruik van frames niet altijd een negatieve connotatie hoeft te hebben. Frames geven de ontvanger namelijk de mogelijkheid om makkelijker te identificeren waar het nieuws zijn oorsprong vindt, in hoeverre de boodschap nieuwswaarde heeft en wat het voor gevolgen heeft. Daarnaast is het in veel gevallen onmogelijk voor journalisten om alle aspecten van een bepaalde gebeurtenis uitvoerig te benoemen. Anderzijds stellen auteurs als Entman (1993), Brosius en Eps (1995), Ruigrok en van Atteveldt (2007) dat de publieke opinie- en beeldvorming gestuurd kan worden door middel van *framing*. Doordat framen door nieuwsmedia niet altijd bewust wordt gedaan is het vaak lastig om waar te kunnen nemen. Entman (1993) heeft verschillende manieren herkend waarbij *framing* kan worden waargenomen. Zo kunnen onderzoekers *framing* waarnemen op cultureel niveau, de gedachtegang van politici, in de vorm van hun teksten of uitspraken en in teksten en uitspraken van burgers. *Framing* op cultureel niveau behelst het hebben van vaste gedachteschema's van burgers binnen een bepaalde culturele groep. Zij delen vaak dezelfde communicatie, literatuur, politieke voorkeur en nieuwsvoorzieningen. Elke culturele groep heeft een andere manier waarop zij hun opinie- en wereldbeeld vormen. In het huidige onderzoek is gekozen voor een tweesplitsing wat betreft het meten van frames. Op die manier worden er associatieve frames gemeten welke verbanden tussen twee concepten aantoont en complexere frames welke aan menselijke interpretatie onderhevig zijn.

## **2.5 Associative framing**

Bij associatieve framing worden er bewust of onbewust verbanden gelegd tussen twee termen of fenomenen. Deze associaties kunnen zo sterk zijn dat zij niet per definitie op feiten zijn berust (Faber, 2014). Van Atteveldt, Ruigrok en Kleinnijenhuis (2005) stellen dat associatieframes geïnterpreteerd kunnen worden als netwerken van objecten of attributen. Het meten van associatieve frames zorgt ervoor dat de mate van connectie tussen concepten zichtbaar wordt, deze associatie is veelal mentaal niveau en komt tot uiting in nieuwsberichten (Van Atteveldt et al., 2005). Met associatieve *framing* wordt in dit onderzoek gemeten in hoeverre de Islamitische Staat in nieuwsberichten wordt geassocieerd

met terreur. In een onderzoek van Featherstone, Holohan en Poole (2010) wordt beargumenteerd dat er sinds de bomaanslagen van 2005 in Londen steeds meer aandacht wordt besteed aan verschillende terreurgroepen. Zij stellen dat de berichtgeving *herframed* werd naarmate de dreiging jegens het Westen groter werd. Waar voorheen in nieuwsberichten werd gesproken over een Islamitische organisatie die onrust zaait in het Midden-Oosten, werd later gesproken over terreurorganisaties en vijanden van de Westerse wereld die onze democratie direct bedreigen. Dit is in lijn met bevindingen uit het onderzoek van Leugering (2015) die stelt dat na de aanslagen op de World Trade Center op 11 september 2001, nieuwsberichten meer aandacht gingen besteden aan terreur waardoor er minder aandacht kwam voor de organisatie achter deze aanslagen. In Nederland is deze trend ook waargenomen in een onderzoek van Korteweg (2005). Hij stelt dat na de aanslagen van 11 september 2001, gevolgd door de moord op Theo van Gogh de aandacht voor terreur in de Nederlandse mediaberichtgeving toenam. Daarnaast stelt hij dat er in de media meer ruimte gemaakt wordt voor rechts-populistische uitspraken in populair getypeerde kranten. In een onderzoek van Ruigrok en Van Atteveldt (2007) wordt beargumenteerd dat de media-aandacht en de associatie met terreur vooral waarneembaar is na terroristische aanslagen. Ook zij stellen dat er sprake is van een *shift* waarin het terreurframe vaker wordt gebruikt door Nederlandse dagbladen. Ook hier wordt gesteld dat 11 september 2001 als versneller fungeerde voor het bredere gebruik van het terreurframe. Dit is volgens hen te verklaren door het feit dat terroristische groeperingen niet meer gezien werden als iets wat zich op grote afstand bevond, maar steeds dichterbij kwam. Daarnaast stellen zij dat het gebruik van het terreurframe na een aanslag weer langzaam afneemt tot er een volgende aanslag wordt gepleegd.

Zoals eerder gesteld publiceren populaire kranten meer artikelen waarin sensatie of sentiment een rol speelt. Dit wordt onderbouwd door Van Bennekom (2010). Hij stelt dat populaire kranten eerder geneigd zijn om emotioneel gebonden te zijn met een conflict dan kwaliteitskranten en derhalve sneller associëren met terreur en/of maatschappelijke dreigingen aanduiden. In een eerder genoemd onderzoek van Ruigrok (2008), die berichtgeving omtrent de Bosnische oorlog onderzocht wordt duidelijk dat *De Telegraaf* vaak escaleert en zodoende vaker het terreurframe gebruikt. Echter, tijdens de re-escalatie in een later stadium wordt aangetoond dat juist *de Volkskrant* leidend is in het verslaan van terreurdreigingen, wat inhoudt dat zij in een later stadium juist meer gebruik maken van het terreurframe. Het *NRC Handelsblad* zou zich meer scharen achter de slachtoffers van een conflict en zodoende minder aandacht geven aan terreurdaden dan andere dagbladen (Van Bennekom, 2010). Tevens wordt beargumenteerd dat *De Telegraaf* vaker negatief en oppervlakkig bericht over conflicten (Bakker & Scholten, 2013). Derhalve kan verwacht worden dat populaire kranten meer gebruik maken van associatieve framing dan kwaliteitskranten. In het huidige onderzoek wordt gemeten in hoeverre de Islamitische Staat en terreur met elkaar worden geassocieerd en of dit overeenkomt met bevindingen uit voorgaande onderzoeken. Dit leidt tot de volgende deelvraag en hypothese:

*Deelvraag 1: Hoe verschilt de mate van associatie met terreur sinds het ontstaan van de Islamitische Staat in 2014 versus eind 2016?*

*Hypothese 1: Populaire kranten associëren de Islamitische Staat meer met terreur dan kwaliteitskranten.*

## **2.6 Clash of Civilizations**

Van Atteveldt et al. (2005) stellen dat veel frames complexere relaties en ongespecificeerde associaties bevatten die niet met behulp van een automatische analyse aangetoond kunnen worden. In het huidige onderzoek worden daarom complexere frames gemeten door middel van handmatige analyses. De handmatige analyses wordt toegepast bij het meten van de theorieën ‘*othering*’, ‘*clash of civilizations*’ en ‘*journalism of attachment*’. In deze paragraaf wordt aandacht besteed aan de *clash of civilizations* theorie.

Eerder in dit onderzoek werd gesteld dat het framen van nieuwsberichten kan bijdragen aan de polarisatie in een land (Ruigrok & van Atteveldt, 2007). Huntington (1997) zet dit fenomeen uiteen waarbij hij voorspelde dat de Koude Oorlog vooral gekarakteriseerd zou worden door culturele en religieuze aspecten. Huntington (1997) creëerde de theorie *clash of civilizations*. Naast geografische ligging kunnen maatschappijen ook herkend worden aan de hand van religie en taal. In het onderzoek van Huntington (1997) staan de Westerse samenlevingen versus samenlevingen uit het Oosten waar het communisme heerste centraal. Huntington (1997) beargumenteerde dat de opstelling van overheden, media en burgers in Westerse landen ervoor kan zorgen dat er spanning ontstaat tussen Westerse en Oosterse maatschappijen. Voornamelijk landen waar niet iedereen gelooft in een democratie staan haaks op de opvattingen van Westerse landen. Dit verschil kan namelijk sterk worden benadrukt in de berichtgeving van media (Semetko & Valkenburg, 2000). In het artikel van Seib (2004) wordt duidelijk dat de *clash of civilizations*, zoals verwoord door Huntington (1997), te simplistisch is om toe te passen op het huidige conflict tussen het Westen en het Midden-Oosten. Echter, een specifiek *clash of civilizations* frame is herkend in een onderzoek van Fessha (2016) waarin beargumenteerd wordt dat Al Jazeera en CNN gebruik maken van het zogenaamde bedreigingsframe. CNN geeft in haar berichtgeving weer hoe gevaarlijk de Islamitische Staat is voor de vrede, welvaart en maatschappij als geheel. Opvallend is dat Fessha (2016) stelt dat CNN de daden van de Islamitische Staat portretteert op een wijze waarbij men zou moeten vluchten en zij een terroristische dreiging vormen. Dit gebeurt volgens hem veelal na terroristische aanslagen en wordt steeds meer zichtbaar naarmate de Islamitische Staat langer bestaat. Dit is in lijn met bevindingen uit het onderzoek van Leugering (2015), die stelt dat na de aanslagen op de World Trade Center op 11 september 2001 nieuwsberichten meer aandacht gingen besteden aan mogelijke dreigingen. Leugering (2015) illustreert dit ook door middel van het zogenaamde bedreigingsframe. Hij toont aan dat er vòòr de aanslag op de World Trade Center meer werd gesproken over de algemene interne organisatie van

onrustige groeperingen in het Midden-Oosten. Na de aanslag gebruikte mediaberichten het bedreigingsframe om aan te tonen dat zij een directe terroristische dreiging vormen (Leugering, 2015). Twee krantenkoppen gepubliceerd door CNN illustreren dit:

*“IS dangerous as ever”*

- (Barbara Starr, 2016)

*“Nuclear terrorist threat bigger than you think”*

- (Joe Cirincione, 2016)

Daarnaast heeft CNN ook een peiling uitgebracht waarvan de resultaten uitvoerig werden besproken in hun mediaberichtgeving. Deze peiling laat zien dat 90 procent van de bevolking de Islamitische Staat als een bedreiging zien. Dit wordt ondersteund door De Vries (2016), waarin hij dat populaire media sneller gebruik maakt van het bedreigingsframe dan kwaliteitskranten. Dit kan verklaard worden door het feit dat populaire kranten meer rechts-populistische uitspraken doen waarbij directe dreigingen een prominente rol krijgen in de berichtgeving (Schaap & Pleijter, 2012). Dit wordt onderbouwd in een onderzoek van Gabrielatos en Baker (2008) die stellen dat een dreiging vaker wordt gesuggereerd in de berichtgeving van populaire kranten. Dit is in contrast met eerdere bevindingen van Kellsal (2016). Zij stelt dat populaire kranten niet meer dan kwaliteitskranten gebruik maakten van het bedreigingsframe. Echter stelt zij dat kwaliteitskranten significant meer gebruik maakten van het bedreigingsframe. In het huidige onderzoek wordt op basis van de *clash of civilizations* en het door Fessha (2016) herkende bedreigingsframe de volgende hypothesen geformuleerd:

*Hypothese 2: In de Nederlandse berichtgeving over de Islamitische Staat wordt eind 2016 ten opzichte van 2014 meer gebruik gemaakt van het dreigingsframe.*

*Hypothese 3: In populaire kranten wordt het dreigingsframe vaker gebruikt dan in kwaliteitskranten.*

## **2.7 Othering**

Een tweede, meer complex frame, is het door Said (1979) genoemde *othering* frame. Deze hangt nauw samen met de *clash of civilizations* theorie, aangezien deze *othering* bevordert. Door een sterker wordende *clash of civilizations*, waarbij twee gemeenschappen steeds sterker polariseren, wordt de onderliggende wij/zij gedachtegoed (*othering*) versterkt (Said, 1979). *Othering* is het in de praktijk toepassen van oriëntalisme, waarbij de westerse opvattingen op het gebied van sociaal, politiek, militair, wetenschappelijk, ideologisch en artistiek vlak worden gebruikt om te oordelen over het Oosten (Said, 1979). Haldrup, Koefoed en Simonsen (2006) stellen dat *othering* ervoor zorgt dat stereotype beelden van het Oosten op den duur als normaal kunnen worden beschouwd in het Westen. Vervolgens worden er onbewust *in-* en *out*groepen gecreëerd waarbij de *out*-groepen als minder worden beschouwd. Zoals gesteld in de inleiding kan dit leiden tot spanning en zelfs geweld (Staszak, 2008). In het onderzoek van



Staszak (2008) wordt gesproken over ‘banaal nationalisme’, waarmee ideologische gewoonten van de Westerse wereld worden bedoeld. Deze gewoontes kunnen onbewust voorkomen in teksten waarbij er gebruik wordt gemaakt van ‘wij’ en ‘zij’ aanduidingen. Deze gewoonte zorgt ervoor dat er een scheiding ontstaat tussen twee maatschappijen. Fessha (2016) stelt dat *othering* anno 2016 steeds vaker voorkomt tussen het Westen en Oosten. Laatstgenoemde werd al eerder bevestigd in een onderzoek van Ruigrok (2008) waarin werd gesteld dat na de aanslagen 11 september 2001 journalisten zonder weerstand het *war on terror-framework* hadden geadapteerd, waarbij het thema ‘vrienden versus vijanden’ centraal stond. Een treffend voorbeeld van *othering* door nieuwsmedia is afkomstig uit een interview van CNN met Ben Rhodes, veiligheidsadviseur van het Witte Huis.

“*They pose a greater threat today than they did six months ago and we are taking it very seriously.*”

- Ben Rhodes, 22 augustus 2014.

Bovenstaand citaat illustreert hoe er gebruik wordt gemaakt van ‘*they*’ waarbij gerefereerd wordt naar de Islamitische gemeenschap. Het toepassen van *othering* duidt niet direct op islamofobie, maar kent volgens Werbner (2005) wel overeenkomsten. Het herhaaldelijk omschrijven van een groep als ‘de ander’ kan uitgroeien tot racisme en in dit geval islamofobie (Staszak, 2008). Na de aanslag op de Twin-Towers in 2001 blijken er volgens Featherstone, Holohan en Poole (2010) in de media steeds meer nadruk gelegd te worden op een islamitische *out-group*. Dit is in lijn met de bevinding van Kumar (2010) die stelt dat nieuwsmedia na de aanslag op 11 september 2001 een lichte vorm van islamofobie vertoonden. Latere aanslagen van de Islamitische Staat zorgden voor een toename van deze islamofobie en verdeling tussen het Westen en Oosten. Dit manifesteert zich in een toename in uitspraken die passen bij een ‘wij’ versus ‘zij’ omschrijving (Seib, 2004), zoals de uitspraak van Mark Rutte in de inleiding.

Doordat er wordt gesteld dat er een causaal verband is tussen aanslagen van de Islamitische Staat en een toename in *othering* (Featherstone, Holohan & Poole, 2010; Kumar, 2008), wordt er in dit onderzoek onderzocht of er eind 2016 meer sprake is van *othering* dan sinds het ontstaan van de Islamitische Staat. Tevens blijkt uit recent onderzoek dat Engelse populaire kranten (*tabloids*) in hun berichtgeving niet significant meer gebruik maken van het *othering* frame dan Engelse kwaliteitskranten (Kellsal, 2016). Welbers et al. (2015) beargumenteren dat dit te verklaren is door het feit dat kwaliteitskranten zich steeds meer richtten op de entertainmentwaarde van een artikel waardoor objectiviteit verloren gaat en er meer op het marktaandeel gefocust wordt. Dankzij deze bevindingen wordt in het huidige onderzoek ook onderzocht of Nederlandse populaire kranten meer gebruik maken van het *othering frame* dan kwaliteitskranten. Benadrukt wordt dat het hier *othering* tussen het Midden-Oosten en het Westen betreft.

*Hypothese 4: Eind 2016 is er meer ‘othering’ waar te nemen in de Nederlandse berichtgeving dan in het begin van 2014.*

*Hypothese 5: Kwaliteitskranten maken minder gebruik van het othering frame dan populaire kranten.*

## **2.8 Journalism of attachment**

*Journalism of attachment* kan worden gezien als een extreme vorm van *framing*. Martin Bell (1998) benoemde dit concept voor het eerst en stelt dat *Journalism of attachment* een vorm van journalistiek is waarbij de journalisten zich niet meer gedragen als neutrale toeschouwers, maar actief bijdragen aan het publieke debat. Dit valt dan te wijten aan het feit dat deze journalisten zelf betrokken raken bij een conflict. Deze betrokkenheid wordt volgens Bell (1997) versterkt wanneer er compassie ontstaat voor het menselijke leed. Daarnaast stelt Bell (1997) dat *journalism of attachment* verantwoordelijk kan zijn voor het creëren van een bepaalde sfeer omtrent een gebeurtenis. Deze visie strekt zich uit tot andere mediabedrijven en uiteindelijk onder het publiek. Dit heeft als gevolg dat één dominant beeld de overhand neemt in de berichtgeving rondom een conflict. Volgens Ruigrok (2010) zijn journalisten veelal geneigd te kiezen voor het verhaal van de slachtoffer. Dit zorgt ervoor dat de neutrale en objectieve berichtgeving in het geding komt. Ruigrok (2010) stelt dat *journalism of attachment* onder andere te herkennen is wanneer journalisten een waardeoordeel toekennen aan een van de partijen binnen een conflict, wanneer zij de goeden van de kwaden scheiden. Daarnaast kan het eenzijdige gebruik van bronnen en het minder aandacht geven van een partij ten opzichte van de andere partij binnen een conflict duiden op *journalism of attachment*.

Om in dit onderzoek *journalism of attachment* te meten is er gekeken naar een onderzoek van Ruigrok (2008). In dit onderzoek is *journalism of attachment* ook te herkennen wanneer een nieuwsmiddeel een oplossing voor een conflict benoemt. Uit de bevindingen van ditzelfde onderzoek, waarin de berichtgeving rondom de Bosnische oorlog van 1992 tot en met augustus 1995 wordt onderzocht, wordt duidelijk dat journalisten een militaire of diplomatieke interventie als meest prominente oplossing voor het conflict beschouwen. Zij stelt dat de diplomatieke tendens het meest voorkomt in het *NRC Handelsblad* en in *de Volkskrant*. Een diplomatieke interventie frame houdt in dat er geschreven wordt over diplomatische maatregelen tussen overheden, juridische oplossingen worden geboden of interventies van humanitaire organisaties worden benoemd. In de berichtgeving van *De Telegraaf* werd een voorkeur voor het militaire interventie frame waargenomen om zo het conflict in Bosnië te beëindigen. Een militaire interventie houdt in dat er gesproken wordt over maatregelen welke duiden op een militaire ingreep of militaire samenwerking met andere landen (Ruigrok, 2008). In het onderzoek van Fessha (2016) wordt gesteld dat nieuwsmiddeel eerder het militaire interventie frame toepassen naarmate een conflict dichterbij komt. Dit is in lijn met een uitspraak van Ruigrok (2008). Zij stelt dat *attached* journalisten uit Bosnië tijdens de oorlog in hun berichtgeving een doel hadden, namelijk het verwezenlijken van militaire interventie waardoor zij als slachtoffers zo snel mogelijk bevrijd konden worden.

In dit onderzoek wordt onderzocht of de hypothese, die stelt dat populaire kranten meer gebruik maken van het militaire interventie frame en kwaliteitskranten meer gebruik maken van het diplomatieke frame, bevestigd kan worden. Daarnaast wordt gemeten of het gebruik van het militaire interventie frame is toegenomen sinds het ontstaan van ISIS in 2014 vergeleken met eind 2016. De volgende hypothesen worden onderzocht:

*Hypothese 7: Sinds het ontstaan van ISIS in 2014, in vergelijking met eind 2016 is het gebruik van het militaire interventie frame in de Nederlandse dagbladen toegenomen.*

*Hypothese 8: Nederlandse populaire kranten maken meer gebruik van het militaire interventie frame waar kwaliteitskranten meer gebruik maken van het diplomatieke frame.*

### 3. Methodiek

“If you want to understand trends in the history of global violence, look to data, not headlines.”

- Steven Pinker, 4 april 2016

In dit hoofdstuk wordt de gebruikte methodiek uiteengezet. Zoals eerder gesteld wordt er in het huidige onderzoek gebruikt gemaakt van zowel een automatische als handmatige inhoudsanalyse. Allereerst wordt er aandacht besteedt aan de dataverzameling. Vervolgens worden respectievelijk de automatische en handmatige inhoudsanalyse geoperationaliseerd.

#### 3.1 Dataverzameling

Om te onderzoeken hoe en in hoeverre berichtgeving omtrent de Islamitische Staat is veranderd wordt voor dit onderzoek berichtgevingen van de afgelopen twee jaar geanalyseerd. Er is gekozen voor de laatste twee jaar omdat de Islamitische Staat in 2014 is opgericht en sindsdien steeds meer nieuwswaarde verwierf. In dit onderzoek is gekozen voor vijf Nederlandse dagbladen. Deze kunnen worden opgesplitst in populaire- en kwaliteitskranten. Bakker en Scholten (2013) stellen dat in Nederland het *NRC Handelsblad*, *Trouw* en *de Volkskrant* worden beschouwd als kwaliteitskranten. *De Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* worden door Bakker en Scholten (2013) getypeerd als populaire kranten. De data wordt verzameld middels de online computerinfrastructuur AmCAT. De totale dataset bestaat uit 6985 artikelen welke zijn gevonden met de zoekterm “*Islamitische Staat*” OR “*ISIS*”. De *precision* van deze zoekterm is 95 procent en de *recall* is 99 procent, wat ruim voldoende is gezien de strekking van dit onderzoek. De berekeningen van de *precision* en *recall* staan in bijlage 1.

Tabel 1. Aantal artikelen eerste- en laatste zes maanden sinds het ontstaan van IS en het gemiddeld aantal artikelen per dag.

Naam	Type	2014		2016	
		01-01 t/m 30-06	01-07 t/m 31-12	01-07 t/m 31-12	01-07 t/m 31-12
Telegraaf	Populair	101	136		
Volkskrant	Kwaliteit	149	246		
NRC Handelsblad	Kwaliteit	92	205		
Trouw	Kwaliteit	163	238		
Algemeen Dagblad	Populair	40	119		
Totaal kwaliteitskranten		404	689		
Totaal populaire kranten		141	255		
Totaal		545	944		

In tabel 1 wordt de hoeveelheid artikelen per krant weergegeven die zijn gepubliceerd in de eerste en laatste zes maanden sinds het bestaan van de Islamitische Staat. Uiteindelijk zijn voor de handmatige analyse in totaal 401 artikelen gecodeerd verdeeld over de populaire- en kwaliteitskranten. De exacte

verdeling is te vinden in tabel 2. Voor de betrouwbaarheidsberekeningen worden er via AmCAT steekproefsgewijs artikelen gekozen en gedownload waarbij de onderzoeker handmatig kan coderen.

Tabel 2. *Verdeling aantal artikelen per krant en tijdsperiode*

	Jan 2014 t/m juni 2015	Juli 2015 t/m december 2016
Populair	99 (49,5%)	100 (50.5%)
Kwaliteit	99 (49.5%)	101 (50.5%)
Totaal	200	201

### 3.2 Methodiek

De onderzoeksvraag wordt beantwoord middels een kwantitatieve inhoudsanalyse omdat de vraag doelt op een objectieve, evenwel systematische omschrijving van kwantitatieve data over de representatie van de Islamitische Staat in de media (Berelson, 1952; Krippendorff, 2004). Dit onderzoek zet uiteen hoe kranten berichtgeven over de Islamitische Staat. Kranten bieden het publiek een grote hoeveelheid geschreven communicatie. Om deze reden is een kwantitatieve inhoudsanalyse geschikt, aangezien deze een systematische omschrijving biedt (Krippendorff, 2004). Tevens wordt in dit onderzoek gekeken naar de aanwezige frames in nieuwsberichten. Ook hieruit blijkt dat het huidige onderzoek systematisch onderzocht dient te worden.

De eventuele aanwezigheid van verschillende frames wordt aan de hand van eerdere literatuur na operationalisering onderzocht. Deze operationalisering zorgt ervoor dat er een onderzoeksinstrument ontstaat. Elk frame heeft hierdoor zijn eigen thema's en herkenningspunten. Het onderzoeksinstrument kan uitsluiten of een frame in het nieuwsbericht aanwezig is en in hoeverre. Aan de hand van deze methode wordt gemeten hoe berichtgeving rondom de Islamitische Staat sinds haar ontstaan in 2014 en de laatste maanden van 2016 wordt *geframed*. Daarnaast wordt onderzocht hoe deze berichtgeving verschilt tussen populaire- en kwaliteitskranten.

### 3.3 Automatische analyse en operationalisering

In het huidige onderzoek wordt de automatische analyse gebruikt om associaties te meten. AmCAT helpt een onderzoeker de zogenaamde co-occurrence te meten (Van Atteveldt, Ruigrok, Takens & Jacobi, 2014). De automatische inhoudsanalyse wordt uitgevoerd met behulp van de online computerinfrastructuur AmCAT. De gebruikte zoektermen fungeren als operationalisatie. Deze operationalisatie dient zo nauwkeurig mogelijk te zijn ten behoeve van de betrouwbaarheid. In dit onderzoek wordt gezocht naar een associatie over de gehele bestaansperiode van de Islamitische Staat en het concept terreur. De betrouwbaarheid van de *searchstring* wordt gemeten aan de hand van een zogenaamde *precision* en *recall* waarbij de *precision* meet of de gevonden artikelen terecht verwijzen

naar de term die voorkomt in de *searchstring*. De *recall* toont aan of alle resultaten die met de gekozen *searchstring* worden getoond daadwerkelijk over het gekozen concept gaan. Een hogere *precision* en *recall* is gewenst om het onderzoek zo replicerbaar mogelijk te maken. Een goede replicerbaarheid zorgt ervoor dat andere onderzoekers hetzelfde onderzoek kunnen uitvoeren en daarmee de bevindingen van het huidige onderzoek kunnen bevestigen (Van Atteveldt, Ruigrok, Takens & Jacobi, 2014). Op deze wijze kan worden gemeten hoe vaak de Islamitische Staat wordt geassocieerd met terreur en hoe dit zich heeft ontwikkeld in de tijdsperiode 2014 tot en met eind 2016. De gebruikte zoekterm voor het meten van deze associatie is: “IS#”Islamitische Staat OR ISIS” AND Terreur#(”Terreur” OR ”Terrorisme”)”. De *precision* van deze zoekterm is 95 procent en de *recall* is 99 procent, wat ruim voldoende is gezien de strekking van dit onderzoek. De berekeningen van de *precision* en *recall* staan in bijlage 3.

### 3.4 Handmatige analyse en operationalisering

Een handmatige analyse is geschikt om contextuele kenmerken zoals onderwerpen, emoties, thema's en verbanden te kunnen herkennen (Lewis, Zamith & Hermida, 2013). Dit is niet mogelijk met behulp van een automatische inhoudsanalyse omdat computers geen conceptuele verbanden herkennen (Van Atteveldt et. al, 2014). In dit onderzoek wordt aan de hand van een handmatige analyse gemeten welke nieuwswaarden de berichtgeving over de Islamitische Staat kent. De operationalisatie van nieuwswaarden is gebaseerd op een onderzoek van Ruigrok (2012) en moet uitwijzen wat voor verschillen er zijn wat betreft het hechten van waarden omtrent de Islamitische Staat tussen populaire- en kwaliteitskranten. De Cohen's Kappa voor nieuwswaarden zijn per vraag berekend, deze waren respectievelijk; 0.80, 0.90, 0.90 en 0.73.

#### *Nieuwswaarden*

1. Suggereert het krantenbericht een conflict tussen actoren of slecht nieuws?
2. Behelst het krantenbericht een onverwachte gebeurtenis/ontwikkeling?
3. Suggereert het krantenbericht dat er machtige landen dan wel personen betrokken zijn bij de gebeurtenis/ontwikkeling?
4. Is het geografisch- of cultureel nabij voor inwoners van Nederland?

Daarnaast wordt gemeten in hoeverre het *othering*-, *clash of civilizations*- en *journalism of attachment*-frame worden gebruikt door de Nederlandse dagbladen. Per frame zijn aan de hand van bestaande literatuur vragen geformuleerd. Als er op één van de vragen positief geantwoord kan worden is het frame in het nieuwsbericht aanwezig. Daarna kan gekeken worden in hoeverre het frame aanwezig is door te meten op hoeveel van de vragen positief geantwoord kan worden. Wanneer geen van de vragen voorkomen gaat de onderzoeker ervanuit dat het frame niet aanwezig is (aangezien het onderzoeksinstrument betrouwbaar wordt geacht middels Cohen's Kappa).

<i>Frame</i>	k
Othering	0.76
Clash of Civilizations	0.82
Diplomatieke <i>frame</i>	0.79
Militaire interventie <i>frame</i>	0.84

De Cohen's Kappa's van *othering*, *clash of civilizations* en *journalism of attachment* zijn per vraag berekend. Een gemiddelde hiervan is de uiteindelijke intercodeurbetrouwbaarheid van het frame, tabel 3 geeft deze waarden weer. De intercodeurbetrouwbaarheid per vraag is te vinden in bijlage 3. De operationalisering voor *othering* geschiedde aan de hand van de literatuur van Semetko en Valkenburg (2000) en Seib (2004). De operationalisering van *clash of civilizations* is afkomstig uit literatuur van Fessha (2016) en Huntington (1997). Voor het meten van het militaire interventie frame en het diplomatieke frame wordt gebruik gemaakt van richtlijnen uit een ander onderzoek van Ruigrok (2005).

#### *Othering*

1. Suggereert het krantenbericht onenigheid tussen partijen/individuen/groepen of landen?
2. Suggereert het krantenbericht dat de ene groep de andere groep ergens van beschuldigt?
3. Refereert het krantenbericht aan meerdere kanten van het probleem?
4. Spreekt het artikel over 'wij' en 'zij'?

#### *Clash of Civilizations*

1. Suggereert het krantenbericht dat er een dreiging is op maatschappelijke niveau ?
2. Suggereert het krantenbericht dat er een dreiging is die dichterbij komt?
3. Suggereert het krantenbericht dat het Westen en Oosten uit elkaar drijven dan wel toenemend polariseren?

#### *Journalism of attachment*

##### *Diplomatieke frame*

1. Suggereert het krantenbericht een vreedevolle oplossing voor het benoemde conflict?
2. Suggereert het krantenbericht een juridische oplossing met eventuele hulp van internationale organisaties?
3. Suggereert het krantenbericht diplomatieke betrokkenheid van overheidsinstellingen of activistische groeperingen?

##### *Militaire interventie frame*

1. Suggereert het krantenbericht een militaire oplossing voor het conflict?

2. Suggereert het krantenbericht een militaire interventie of militaire samenwerking met andere landen?



#### 4. Resultaten

*“We are in your state/We are in your cities/We are in your streets/You are our goals anywhere.”*

*- #AmessagefromISIS to US, 9 augustus 2014*

*Een tweet, geüpload door een ISIS aanhanger in augustus 2014. Bovenstaand bericht werd op een handgeschreven blaadje voor het Witte Huis gehouden. Vele meer volgden.*

De berichtgeving over de Islamitische Staat heeft invloed op het publieke debat en de publieke perceptie op de Islamitische Staat. De keuzes van journalisten spelen hier een grote rol in. Om antwoord te geven op de hoofdvraag “in hoeverre en op welke wijze is er over de Islamitische Staat geschreven sinds diens oprichting in populaire- en kwaliteitskranten?” zijn verschillende aspecten van de berichtgeving onderzocht. Het eerste aspect betreft de hoeveelheid nieuws omtrent de Islamitische Staat en de verschillen tussen populaire- en kwaliteitskranten. Door het aantal artikelen over de Islamitische Staat relatief te maken ten opzichte van het totaal aantal gepubliceerde artikelen, kan duidelijk worden hoe de kranten de Islamitische Staat op de publieke agenda zetten. Daarnaast wordt door middel van een automatische inhoudsanalyse gemeten in hoeverre de Islamitische Staat wordt geassocieerd met terreur. Enkele onderzoekers stellen namelijk dat associatie met terreur sterker wordt naarmate een conflict dichterbij komt (Leugering, 2005). Op deze manier kan worden vastgesteld of de berichtgeving *herframed* is zoals Featherstone en collega's (2010) beweren.

Een tweede aspect beslaat het onderzoeken van de gebruikte nieuwswaarden en de mate hiervan. Door middel van een handmatige analyse kan gemeten worden in hoeverre populaire- en kwaliteitskranten gebruik maken van nieuwswaarden en in hoeverre zij verschillen in het toekennen van nieuwswaarde. Zo stellen Schaap & Pleijter (2012) dat populaire kranten meer sensationeel nieuws publiceren. Middels een t-toets moet blijken of dit ook het geval is wanneer het de Islamitische Staat betreft en in hoeverre dit is veranderd over tijd. Daarnaast moet blijken in hoeverre nieuwswaarden als ‘nabijheid’ en ‘het betrekken van machtige landen en/of personen’ worden gebruikt. Via deze manier kan worden gemeten of en in hoeverre populaire- en kwaliteitskranten waarde hechten aan een nieuwswaarde en hoe dit is veranderd sinds het ontstaan van de Islamitische Staat.

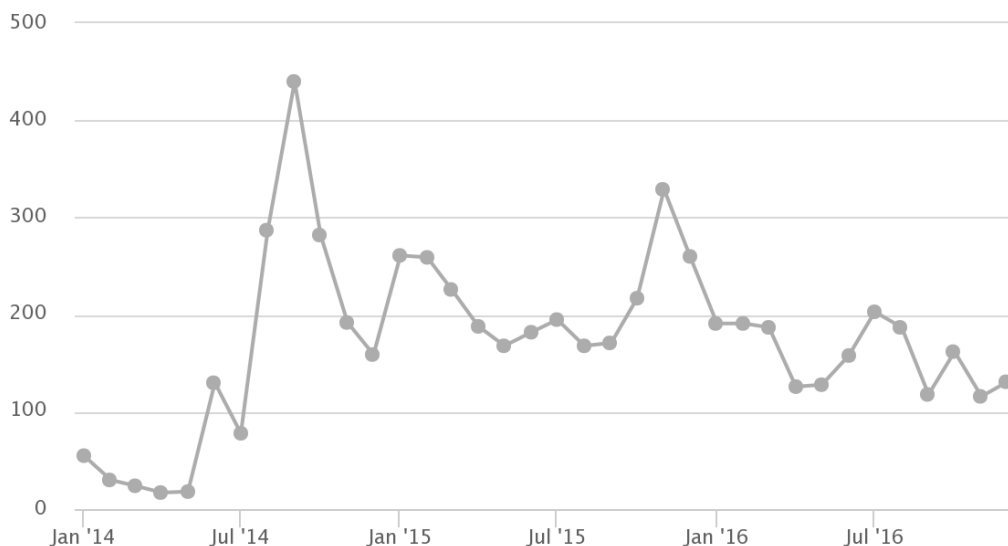
Een derde aspect in het huidige onderzoek beslaat het onderzoeken van verschillende frames, ook middels een handmatige analyse. Aan de hand van een aantal vragen per frame (zie codeerschema) kan met behulp van t-toetsen gemeten worden of en in hoeverre populaire- en kwaliteitskranten het frame toepassen. Op deze manier kan wederom gekeken worden hoe de verschillende krantentypes de publieke agenda proberen te sturen en of de berichtgeving over tijd anders vorm gekregen heeft. De frames die onderzocht worden zijn respectievelijk, *clash of civilizations*, *othering*, en de twee door *journalism of attachment* omvatte frames: militaire interventie frame en het diplomatieke frame.

#### 4.1 Aandacht Islamitische Staat over tijd

Door het aantal artikelen die over de Islamitische Staat gaan relatief te maken ten opzichte van het totaal aantal gepubliceerde artikelen, kan duidelijk worden hoe de kranten de Islamitische Staat op de publieke agenda zetten. Daarna wordt door middel van een automatische inhoudsanalyse gemeten in hoeverre de Islamitische Staat wordt geassocieerd met terreur. Enkele onderzoekers stellen namelijk dat associatie met terreur sterker wordt naarmate een conflict dichterbij komt (Leugering, 2005). Op deze manier kan worden vastgesteld of de berichtgeving *herframed* is zoals Featherstone en collega's (2010) beweren. Hieruit voortvloeiend is de volgende deelvraag geformuleerd welke in deze paragraaf wordt onderzocht: Hoe verschilt de mate van associatie met terreur sinds het ontstaan van de Islamitische Staat in 2014 versus eind 2016?

##### 4.1.1 Totale berichtgeving omtrent de Islamitische Staat

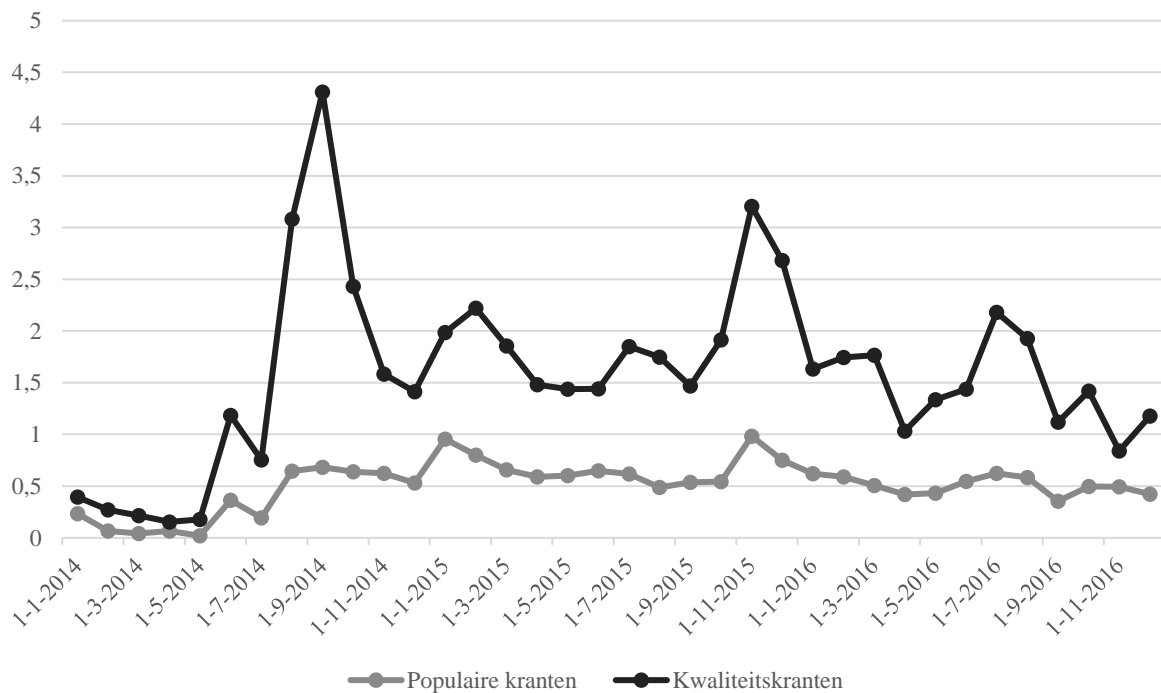
Onderstaande grafiek toont aan het aantal gepubliceerde artikelen over Islamitische Staat per maand vanaf januari 2014 tot en met december 2016.



Figuur 1. Totaal aantal artikelen die 'Islamitische Staat' bevatten over tijd.

Uit de grafiek blijkt dat er een sterke stijging in aandacht voor IS was in september 2014, toen IS de aanslag op een Joods museum in België opeiste. Een jihadist opende het vuur en bracht vier mensen om het leven. Nadien is de dader ruim twee weken op de vlucht geweest, hierdoor ontstond een klopjacht. Tijdens deze klopjacht is in de media veel aandacht besteed aan de ontwikkelingen en onzekerheden omtrent deze aanslag. Ook in november 2015 is een piek te zien. Deze ontstond nadat in Frankrijk op zowel 13 als 14 november een gecoördineerde reeks bommen ontploften in het centrum van Parijs gevolgd door een schietpartij in theater Bataclan. In de tussenliggende periode is er steeds veel aandacht voor IS geweest met ook hier kleinere pieken, zoals in januari 2015 toen de zogenaamde "Charlie Hebdo aanslagen" plaatsvonden in Frankrijk. Hierbij kwamen zeventien mensen om het leven. In juli 2016 was

er wederom sprake van een aanslag, maar nu in Nice waar een truck inreed op een mensenmassa die op de boulevard het vuurwerk rondom de 14<sup>e</sup> Juli aan het bekijken waren.



Figuur 2. *Relatieve aandacht Islamitische Staat, populaire- versus kwaliteitskranten per maand.*

Om de onderlinge verschillen tussen krantentypes goed te kunnen meten, is de aandacht voor de Islamitische Staat relatief gemaakt ten opzichte van het totale nieuws. Figuur 2 geeft deze relatieve aandacht voor de Islamitische Staat per maand weer. Wat direct duidelijk wordt is dat kwaliteitskranten meer artikelen publiceren omtrent de Islamitische Staat dan populaire kranten. Een paired t-toets laat zien dat de verschillen tussen beide krantentypes significant zijn ( $t(35)=-9,107$ ,  $p<0,001$ ). Populaire kranten schenken minder aandacht aan IS ( $M= 0,0051$ ) dan kwaliteitskranten ( $M=0,0158$ ). Dit is in lijn met de studie van Bakker & Scholten (2013) door het feit dat zij beweren dat kwaliteitskranten zich meer bezighouden met maatschappelijke en politieke kwesties. In het huidige onderzoek wordt dit evident wanneer gekeken wordt naar de piek op september 2014 in figuur 2. De dader kon zich ook in Nederland bevinden, derhalve was dit een maatschappelijk probleem. Een treffend voorbeeld hiervan is afkomstig uit *de Volkskrant*, waarin duidelijk wordt dat de dader zich in een bus bevond die vanuit Amsterdam was vertrokken.

“Bestrijding jihadi's.

*De aanslag op het Joods Museum in Brussel vraagt om intensivering van de jacht op jihadstrijders. Mehdi Nemmouche werd op 30 mei in Marseille aangehouden in een bus die uit Amsterdam kwam. Dat was zes dagen nadat de aanslag op het Joods Museum in Brussel waarschijnlijk door hem was*

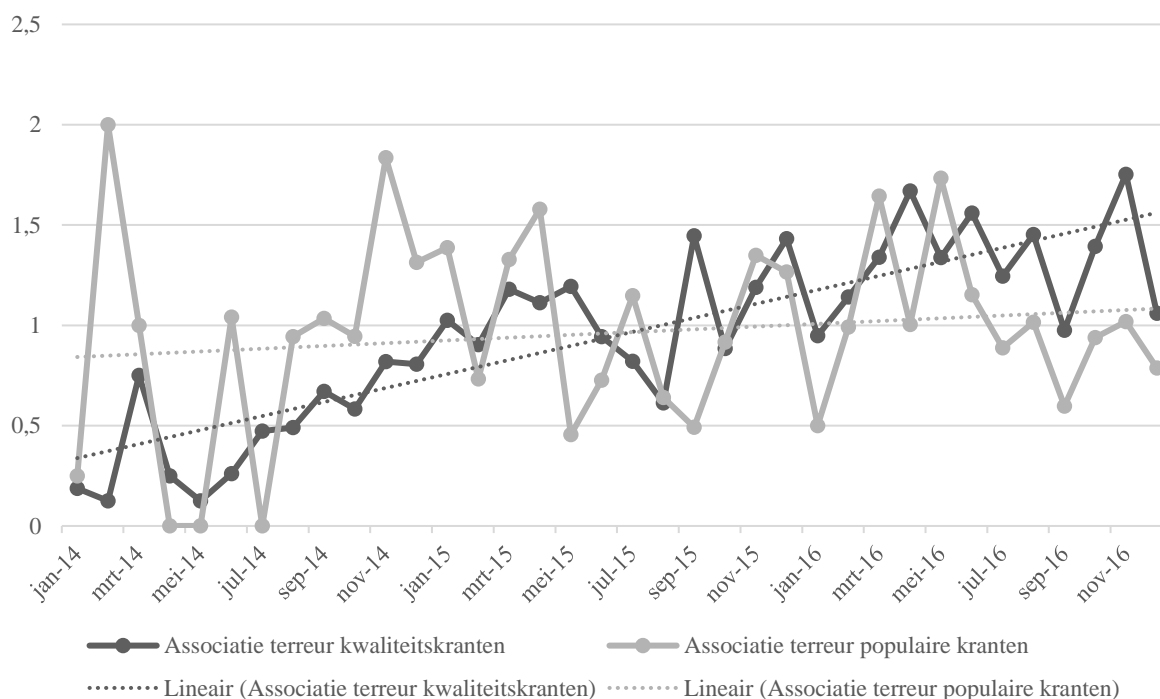
gepleegd. Die terreurdaad vond plaats op de dag van de verkiezingen in België. Ze kostte drie mensen het leven en er viel een zwaargewonde.”

- de Volkskrant, 14 juni 2014

In figuur 2 is eveneens te zien dat de beide krantentypes op dezelfde momenten meer of minder aandacht besteden aan IS. Een correlatieanalyse toont aan dat er een significante, zeer sterke positieve correlatie is tussen het aantal artikelen dat populaire kranten publiceren omtrent de Islamitische Staat versus het aantal artikelen dat kwaliteitskranten publiceren,  $r = 0.807$ ,  $p = 0,000$ . Derhalve kan gesteld worden dat beide typen kranten dezelfde nieuwswaarde hechten aan een gebeurtenis. Dit is in lijn met de eerdergenoemde bevinding van Kellsal (2016), die stelt dat kranten vaak dezelfde gebeurtenissen verslaan en er weinig diversiteit is waar te nemen onder de nieuwsselectie van kranten. Dit is tevens in lijn met de bevindingen van Cook (1998) en Welbers en collega's (2016) die stellen dat dankzij commercialisatie en institutionalisme, verschillen tussen beide krantentypes vervagen onder de toenemende financiële druk en race om het publiek te behouden.

#### 4.1.2 Associatie terreurframe

Zoals duidelijk werd in de inleiding zijn er in Nederland tien kranten die het meeste gelezen worden. Deze kranten zijn grofweg op te splitsen in populaire- en kwaliteitskranten (Schaap & Pleijter, 2012). De huidige literatuur stelt dat kwaliteitskranten zich meer focussen op het informeren van het publiek waarbij zij hen willen voorzien van uiteenzettingen die zo dicht mogelijk bij de feiten blijven. Aanvullend stellen Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder & Van Hoof (2007) dat kwaliteitskranten over het algemeen zwaardere en serieuzere onderwerpen bieden. Populaire kranten bieden vooral lichter nieuws en dragen een grotere entertainmentfunctie uit. Volgens Schaap & Pleijter (2012) is dit vooral sensationeel nieuws, wat niet van groot belang is voor de maatschappij. Aansluitend stelt Ruigrok (2008) dat er bij kwaliteitskranten meer *journalism of attachment* waar te nemen is wanneer zij schrijven over een conflict. Dit zou ervoor zorgen dat kwaliteitskranten eerder geneigd zijn om een conflictframe toe te passen, of in dit geval het terreurframe. Omdat al deze literatuur erop wijst dat kwaliteitskranten eerder geneigd zijn dergelijke frames in te zetten, is er gemeten in hoeverre de verschillende kranten de Islamitische Staat associëren met terreur. Onderstaande grafiek geeft de relatieve associatie met terreur weer ten opzichte van het totaal aantal artikelen omtrent de Islamitische Staat.



Grafiek 3. *Relatief aantal publicaties geassocieerd met terreur populaire- en kwaliteitskranten.*

In eerste instantie lijkt het erop dat populaire kranten begin 2014 IS meer associeerden met terreur dan kwaliteitskranten. Twee krantenkoppen die deze associatie illustreren zijn afkomstig uit *De Telegraaf* ('Iraakse leger doodt terreurstrijders Islamitische Staat', 1 februari 2014) en het *NRC Handelsblad* ('Terreur Oeigoeren schokt de Chinezen', 3 februari 2014). Vanaf 2015 lijkt het dat beide kranten op gelijke wijze de Islamitische Staat associëren met terreur. Met behulp van een paired t-toets is voor de twee groepen populaire- en kwaliteitskranten gemeten of er een significant verschil is in de mate waarin geassocieerd wordt met terreur. De toets is uitgevoerd over 156 weken en omvat de gehele onderzoeksperiode van januari 2014 tot en met december 2016. Populaire kranten associëren meer ( $M=0.241$ ) met terreur dan kwaliteitskranten ( $M=0.238$ ). De paired t-toets toont echter aan dat er geen significant verschil bestaat tussen populaire- en kwaliteitskranten en de mate waarin wordt geassocieerd met terreur ( $t(155)=-0,165$ ,  $p=0,869$ ). Derhalve kan H1 worden verworpen. Populaire kranten associëren IS niet meer met terreur dan kwaliteitskranten. Dit is niet in lijn met de bevindingen van Ruigrok (2008) die stelt dat populaire kranten eerder grijpen naar het terreurframe. Ook is dit niet in lijn met de bevindingen van Gabrielatos & Baker (2008) die ook bevonden dat populaire kranten meer gebruik zouden maken van het terreurframe. Dit verschil is mogelijk ook te verklaren door de toenemende commercialisatie en institutionalisme (Cook, 1998; Welbers, 2016) waardoor beide krantentypes anno 2014 meer op elkaar zijn gaan lijken omtrent de berichtgeving over de Islamitische Staat.

Om te kijken of de Islamitische Staat op gelijke momenten wordt geassocieerd met terreur, is een correlatieanalyse uitgevoerd. Deze analyse toont aan dat er een significante, matige positieve

correlatie is tussen het aantal artikelen waarin populaire kranten de Islamitische Staat associëren met terreur versus het aantal artikelen waarin kwaliteitskranten de Islamitische Staat associëren met terreur,  $r = 0.185$ ,  $p = 0,021$ . Dit houdt in dat populaire kranten en kwaliteitskranten op gelijke momenten de Islamitische Staat associëren met terreur. Derhalve kan wederom worden gesteld dat beide typen kranten dezelfde nieuwswaarde hechten aan een gebeurtenis. Een voorbeeld komt uit de maand augustus 2016 waarin meerdere kranten de terroristische dreiging van de Islamitische Staat aanduiden in hun berichtgeving (“De angst voor terreur is doorgeslagen”, *de Volkskrant*, 15 augustus 2016). Deze koppen komen voort uit de dreiging van nieuwe aanslagen. (“Kans op nieuwe aanslag IS in Europa”, *Trouw*, 17 augustus 2016 en (“Kans op aanslag is onverminderd groot”, *de Volkskrant*, 12 augustus 2016). Op drie verschillende dagen daaropvolgend zijn drie politieagenten neergestoken in Frankrijk en België. Een mogelijke verklaring voor deze correlatie kan zijn dat beide krantentypes inzien dat dit relevant is voor de Nederlandse bevolking, de bevinding van Wu (2003) sluit hierop aan die stelt dat de geografische afstand een steeds grotere rol speelt bij het bepalen of een gebeurtenis in het buitenland relevant genoeg is voor media om te verslaan. Een tweede verklaring kan de commercialisatie zijn wat betreft het type krant en de alsmaar groter wordende financiële druk, waardoor kranten om het publiek te behouden meer op elkaar gaan lijken (Welbers, 2016).

#### 4.1.3 Associatie van de Islamitische Staat met terreur over tijd

De deelvraag die centraal stond bij de automatisch analyse was: Hoe verschilt de mate van associatie met terreur sinds het ontstaan van de Islamitische Staat in 2014 versus eind 2016? In de vorige paragraaf is verkend hoeveel en in hoeverre Nederlandse dagbladen artikelen publiceren omtrent de Islamitische Staat. Nu kan worden getoetst of de associatie met terreur over tijd significant is gestegen zoals verwacht wordt aan de hand van eerdere literatuur, besproken in de inleiding. Dit werd gemeten met behulp van een ANOVA-toets over de perioden 2014, 2015 en 2016. Tabel 4 weergeeft de gemiddeldes en standaarddeviaties.

Tabel 4. *Gemiddeldes associatie met terreur over tijd.*

	M	SD
2014	0,170	0,193
2015	0,258	0,012
2016	0,290	0,015

Uit de toets blijkt dat er een significant verschil bestaat tussen het aantal artikelen dat geassocieerd wordt met terreur wanneer de verschillende periodes worden vergeleken. ( $F(2, 309) = 14,67$ ,  $p = 0,000$ ). Er is geen significant verschil waargenomen tussen 2015 en 2016, wat inhoudt dat er in 2016 niet significant meer is geassocieerd dan in 2015. De post hoc vergelijkingen (LSD) bevestigen dat het gemiddelde voor 2014 ( $M = 0,1704$ ,  $SD = 0,1933$ ) significant verschilt met dat van 2016 ( $M = 0,290$ ,

SD = 0,0156). Echter, 2015 ( $M = 0,2585$ ,  $SD = 0,01298$ ) toont geen significant verschil aan ten opzichte van 2016.

De resultaten blijken in lijn met de bevindingen van Leugering (2005) en Korteweg (2005) die stellen dat dagbladen terroristische groeperingen meer associëren met terreur in plaats van een tegendraadse groep. Daarnaast is dit ook conform de bevinding van Featherstone en collega's (2010) die stellen dat de berichtgeving zogenaamd *herframed* is over tijd. Ruigrok & Van Atteveldt (2007) vinden dat het gebruik van het terreurframe constant sterker zou worden na de aanslagen op 11 september 2001. Omdat de data zijn verzameld over 2014 tot en met 2016, kan met enige zekerheid worden vastgesteld wat ten grondslag lag aan het groeiende gebruik van het terreurframe, zoals de aanslag op 11 september 2001 eerder liet zien. Namelijk, de aanslag op het Joodse museum in 2014, zoals te zien in paragraaf 4.1.2, waardoor vanaf juni 2014 actief werd geschreven over de Islamitische Staat. Een treffend voorbeeld van de toenemende aandacht na deze aanslag is afkomstig uit *NRC Handelsblad*.

“Dit drama in Brussel heeft Europa wakker geschud over IS.

*Op 24 mei verandert het leven van Philippe Blondin, directeur van het Joods Museum in hartje Brussel, voorgoed. Die middag loopt de 29-jarige Frans-Algerijnse Mehdi N. de museumhal binnen en schiet met zijn handvuurwapen op twee toeristen, een echtpaar uit Israël. Daarna neemt hij met zijn kalasjnikov twee museummedewerkers onder vuur. Alle vier de slachtoffers overleden.”*

- *NRC Handelsblad*, 2014

Hierdoor kan worden beargumenteerd dat er wel degelijk aanslagen ten grondslag liggen aan de stijgende associatie met terreur, zoals dit zich al voordeed tijdens het onderzoek van Ruigrok & Van Atteveldt (2007).

#### **4.2 Nieuwswaarden Islamitische Staat**

Een tweede onderdeel van dit onderzoek is het onderzoeken van de gebruikte nieuwswaarden en de mate hiervan. Door middel van een handmatige analyse kan gemeten worden in hoeverre populaire- en kwaliteitskranten gebruik maken van nieuwswaarden en in hoeverre zij verschillen in het toekennen van nieuwswaarde. Zo stellen Schaap & Pleijter (2012) dat populaire kranten meer sensationeel nieuws publiceren. De geformuleerde nieuwswaarden worden per artikel gewaardeerd met een ja (aanwezig) of nee (niet aanwezig). Derhalve is het niet mogelijk om te kijken in hoeverre een nieuwswaarde aanwezig is. In de inleiding werd duidelijk dat er verschillende nieuwswaarden bestaan waar een nieuwsbericht aan moet voldoen. Ruigrok (2012) heeft van deze nieuwswaarden een treffend overzicht gemaakt waardoor de volgende nieuwswaarden overbleven.

1. Suggereert het krantenbericht een conflict tussen actoren of slecht nieuws?

2. Behelst het krantenbericht een onverwachte gebeurtenis/ontwikkeling?
3. Suggereert het krantenbericht dat er machtige landen dan wel personen betrokken zijn bij de gebeurtenis/ontwikkeling?
4. Is het geografisch- of cultureel nabij voor inwoners van Nederland?

Nadien zijn de volgende deelvragen geformuleerd. Deelvraag 1 luidt: welke nieuwswaarden liggen ten grondslag aan de berichtgeving over de Islamitische Staat in populaire- en kwaliteitskranten? En deelvraag 2 luidt: in hoeverre is er een verschil in aandacht waar te nemen voor de Islamitische Staat in populaire- en kwaliteitskranten over tijd?

Tabel 5. *Gebruik nieuwswaarden en percentage populaire- en kwaliteitskranten*

Nieuwswaarden	Slecht nieuws Waarnemingen	Ontwikkeling/onverwachte Waarnemingen	Machtige landen Waarnemingen	Nabijheid Waarnemingen
Populair	104(52,3)	164(82,4)	133(55)	109(54,8)
Kwaliteit	78(38,6)	188(93,1)	109(45)	65(32,2)
Totaal	182(45,4)	352(87,8)	242(60,3)	174(43,4)

De eerste nieuwswaarde die door Ruigrok (2008) werd omschreven als het bieden van slecht nieuws of een conflict tussen twee partijen kwam in eerste instantie bij populaire kranten sterker terug dan bij kwaliteitskranten. In tabel 5 ziet men de mate waarin nieuwswaarde ‘conflict/slecht nieuws’ wordt gebruikt. Een chi-kwadraat toets toont aan dat populaire kranten significant meer publiceren omtrent een conflict/slecht nieuws dan kwaliteitskranten ( $\chi^2(1)=7.532$ ;  $p = .006$ ;  $V=.137$ ). Gesteld kan worden dat dit niet conform de bevindingen van Kleinnijenhuis en collega’s (2007) is, die stelden dat kwaliteitskranten doorgaans juist serieuzere en zwaardere onderwerpen aansnijden. Een treffend voorbeeld van slecht nieuws of een conflict komt uit een artikel van *De Telegraaf*;

“Islamitische Staat wint terrein in Syrië.

*Strijders van Islamitische Staat (IS) hebben de Syrische plaats Maheen, in de provincie Homs, ingenomen. Dat melden de terreurgroep en het Syrische Observatorium voor de Mensenrechten. Tijdens het gevecht om Maheen zijn zeker vijftig mensen die strijden aan de zijde van de Syrische regering gedood of gewond geraakt.”*

- De Telegraaf, 1 november 2015

#### 4.2.1 *Onverwachte gebeurtenis of ontwikkeling?*

Eerdere onderzoeken stellen dat journalisten onverwachte gebeurtenissen vaak voorrang geven bij het toekennen van nieuwswaarde ten opzichte van gebeurtenissen die gecategoriseerd kunnen worden als een ontwikkeling. In deze paragraaf wordt gemeten of populaire- dan wel kwaliteitskranten vaker onverwacht nieuws brengen. Wanneer in het huidige onderzoek deze nieuwswaarde herkend wordt, is



er sprake van een ontwikkeling. Wanneer deze niet wordt waargenomen, is er sprake van een onverwachte gebeurtenis (op zowel grote als kleine schaal). Met deze kennis wordt in tabel 5 duidelijk dat er bij populaire kranten significant vaker onverwachte gebeurtenissen worden aangehaald dan bij kwaliteitskranten ( $\chi^2(1)=10.615$ ;  $p = .001$ ;  $V=.163$ ).

Er kan dus met zekerheid gesteld worden dat kwaliteitskranten vaker onverwachte gebeurtenissen en ontwikkelingen aanhalen dan populaire kranten omtrent de Islamitische Staat. Laatstgenoemde is conform de bevindingen van Bakker & Scholten (2013), die stellen dat kwaliteitskranten meer onderzoeksjournalistiek (waakhondfunctie) verrichten en derhalve meer kunnen vertellen over de ontwikkeling van een fenomeen, in dit geval de Islamitische Staat. Onderstaande voorbeelden tonen het verschil tussen een ontwikkeling en een onverwachte gebeurtenis treffend aan. Deze artikelen zijn beide afkomstig uit *NRC Handelsblad*.

Onverwachte gebeurtenis:

“Vrachtwagen rijdt in op menigte in Nice - 84 doden.

*Tijdens de viering van de nationale feestdag Quatorze Juillet in Nice, Frankrijk, zijn donderdagavond tientallen doden gevallen bij een aanslag. Minister van Buitenlandse Zaken Bernard Cazeneuve spreekt van 84 doden. Tientallen mensen zijn zwaargewond, waarvan achttien in kritieke toestand verkeren. Nadat een vrachtwagen rond 23.00 uur op hoge snelheid het publiek inreed, werd de bestuurder gedood door de politie.”*

- NRC Handelsblad, 14 juli 2016

Ontwikkeling:

“Islamitische Staat eist verantwoordelijkheid Nice op.

*Islamitische Staat heeft zaterdag alsnog de verantwoordelijkheid opgeëist voor de aanslag in Nice. De terreurbeweging heeft een verklaring laten uitgaan via persbureau Amaq, meldt Reuters. De autoriteiten slaagden er tot nu toe niet in de aanvaller aan de terreurbeweging te linken, hoewel de werkwijze wel met IS in verband wordt gebracht. De vader en buren van de vermoedelijke dader omschreven hem als niet-religieus.”*

- NRC Handelsblad, 16 juli 2016

#### 4.2.2 Machtige landen of personen

Eerdere onderzoeken tonen aan dat kranten eerder nieuwswaarde hechten aan een gebeurtenis wanneer er machtige landen of personen bij betrokken zijn. In het huidige onderzoek (tabel 5) wordt duidelijk dat kwaliteitskranten minder berichten over gebeurtenissen waarbij machtige landen en/of personen betrokken zijn. Ook deze bevinding blijkt niet op toeval te berusten ( $\chi^2(1)=6.943$ ;  $p = .008$ ;  $V=-.132$ ). Er kan dus gesteld worden dat populaire kranten meer gebeurtenissen verslaan waarbij machtige

personen dan wel landen betrokken zijn. Dit kan worden verklaard door het feit dat de betrokkenheid van grootmachten kan leiden tot meer spanning en sensatie, wat populaire kranten veelal prefereren (Schaap & Pleijter, 2012).

#### 4.2.3 Nabijheid

Geografisch- of culturele nabijheid van de gebeurtenis speelt in het huidige onderzoek volgens enkele onderzoekers een grote rol. Wu (2003) stelt dat de geografische afstand het belangrijkste is bij het bepalen of een gebeurtenis in het buitenland relevant genoeg is voor media om te verslaan. Aansluitend stelt hij dat een grotere geografische of culturele afstand tussen twee landen een negatief effect heeft op de hoeveelheid artikelen. Laatstgenoemde wordt onderbouwd in een onderzoek van Myers, Klak en Koehl (1996). Zij deden onderzoek naar conflicten in Rwanda en Bosnië. Van deze conflicten die tegelijkertijd speelden, kreeg het conflict in Bosnië overduidelijk meer aandacht. Dit is te wijten aan de cultuur welke vergelijkbaar is met de Westerse cultuur en aan de geografische nabijheid ten opzichte van de Westerse wereld. Kwaliteitskranten zouden volgens Kleinnijenhuis et al., (2007) minder artikelen publiceren omtrent gebeurtenissen of conflicten die direct of indirect in verband staan met Nederland of buurlanden omdat zij ook zwaardere conflicten en wereldproblemen aansnijden in hun berichtgeving. In tabel 5 wordt duidelijk dat populaire kranten meer artikelen wijden aan gebeurtenissen of ontwikkelingen die cultureel of geografisch nabij zijn voor Nederland. Dit is tevens significant ( $\chi^2$  1)=20.836;  $p = .000$ ;  $V=-.228$ ). Terugkerend naar de literatuur kan gesteld worden dat de huidige bevindingen aansluiten bij die van Kleinnijenhuis et al., (2007) en Myers, Klak en Koehl (1996). Enkele voorbeeld van culturele of geografische nabijheid zijn:

“Jihadisten IS keren terug naar EU.

*Door het offensief tegen IS zullen jihadisten terugkeren naar Europa, zegt Neumann. Dit zal jaren duren, maar de EU moet voorbereid zijn.”*

- *NRC Handelsblad, 19 oktober 2016*

“Hier blijft een aanslag nog uit. Kwestie van geluk – of van beleid?

*Dreiging in Nederland Waarom is Nederland nog niet getroffen door een grote aanslag? Experts over acht factoren die de kans op terreur vergroten en verkleinen.”*

- *De Telegraaf, 21 december 2016*

#### 4.2.4 Nieuwswaarden over tijd

Deelvraag 2 luidde: in hoeverre is er een verschil in aandacht waar te nemen voor de Islamitische Staat in populaire- en kwaliteitskranten over tijd? Onderstaande tabel toont de verschillen aan.

Tabel 6. *Gebruik nieuwswaarden en percentage populaire- en kwaliteitskranten over tijd*

	Slecht nieuws	Ontwikkeling/Onverwachte	Machtige landen	Nabijheid
	Waarnemingen	Waarnemingen	Waarnemingen	Waarnemingen
<i>1<sup>e</sup> periode</i>	92(50,5)	168(47,7)	112(46,3)	63(31,5)
<i>2<sup>e</sup> periode</i>	90(49,5)	184(52,3)	130(53,7)	111(55,2)
<i>Totaal</i>	182(45,3)	352(87,7)	242(60,3)	174(43,4)

#### 4.2.5 Conflict/slecht nieuws over tijd

Uit eerder onderzoek besproken in het theoretisch kader van onder andere Ruigrok & Van Atteveldt (2007) wordt duidelijk dat er over tijd minder geschreven wordt over de ontwikkeling van terreurgroepen over tijd omdat de dreiging dan steeds dichterbij zou komen. Er kan dus gesteld worden dat er door beide kranten over tijd minder is geschreven over de ontwikkelingen binnen de Islamitische Staat. In tabel wordt duidelijk dat beide kranten minder onverwachte gebeurtenissen hebben verslagen en juist meer ontwikkelingen hebben gepubliceerd omtrent de Islamitische Staat. Dit is tevens significant ( $\chi^2 1=5.317$ ;  $p = .021$ ;  $V=.115$ ). Dit kan verklaard worden door het feit dat er in de tweede periode (juli 2015 tot en met eind 2016) meer aanslagen gepleegd zijn die ervoor zorgden dat ook de ontwikkelingen met betrekking tot de dreiging van de Islamitische Staat als zijnde ‘ontwikkeling’ zijn gecodeerd. Het onderscheid tussen ontwikkelingen binnen de Islamitische Staat versus ontwikkelingen omtrent het conflict is dan niet duidelijk.

#### 4.2.6 Nabijheid over tijd

Omtrent de vierde nieuwswaarde beargumenteren meerdere onderzoekers dat er sinds de bomaanslagen in Londen 2005 (Fetherstone et al., 2010), in navolging van de aanslagen op het World Trade Center, steeds meer aandacht werd besteed aan terreurgroepen. Er geschiedde een zogenaamde *herframing* waarbij een spanningsveld ontstond tussen terroristische groeperingen en de aandacht van Westerse media. Hierdoor was in het huidige onderzoek de verwachting dat er in de tweede onderzoeksperiode meer gebruik wordt gemaakt van de nieuwswaarde geografische- of culturele nabijheid dan in de eerste periode. Echter zijn we in dit onderzoek benieuwd of de verschillen over tijd omtrent de Islamitische Staat conform deze eerdere bevindingen zijn. In tabel 6 wordt duidelijk dat er in de tweede tijdsperiode overduidelijk meer berichten worden gepubliceerd die cultureel of geografisch nabij zijn voor Nederland omtrent de Islamitische Staat. Tevens zijn deze bevindingen significant verschillend ( $\chi^2 1=22.970$ ;  $p = .000$ ;  $V=-.239$ ). De eerdergenoemde *herframing* kan dus ook worden waargenomen bij de Nederlandse nieuwsmedia als het gaat om de Islamitische Staat. Derhalve kan gesteld worden dat er in de tweede onderzoeksperiode van dit onderzoek significant meer berichten worden gepubliceerd dan in de eerste onderzoeksperiode. Afsluitend is te zien dat van de geanalyseerde berichten in de eerste tijdsperiode 68,5 procent niet cultureel of geografisch nabij was voor Nederland, in de tweede periode

was dit 44,8 procent, wat betekent dat de bevinding van Korteweg (2005), die stelt dat er naarmate er meer aanslagen zijn het ‘ver van het bed show’- gehalte afneemt, kan worden ondersteund.

#### 4.2.7 Correlaties tussen nieuwswaarden

Nieuwswaarden vormen de ruggengraat van een nieuwsbericht. Vaak zijn er verschillende nieuwswaarden die voorkomen in een enkele publicatie. Door middel van correlatietesten is voor het huidige onderzoek gekeken of er nieuwswaarden zijn die met elkaar correleren. Dat houdt in dat de verschijning van een willekeurige nieuwswaarde van invloed is op de verschijning van een andere nieuwswaarde. Er blijkt een significante, doch zwakke positieve correlatie te bestaan tussen het omvatten van een ontwikkeling (nieuwswaarde 2) en het verslaan van slecht nieuws. Dit betekent dat wanneer een ontwikkeling of onverwachte gebeurtenis wordt verslagen, dit vaak gepaard gaat met slecht nieuws  $r = 0,134, p = 0,002$ . Onderstaande tabel geeft de correlaties weer tussen de verschillende nieuwswaarden omtrent de Islamitische Staat.

Tabel 7. *Correlaties tussen verschillend nieuwswaarden.*

	Slecht nieuws	Ontwikkeling/onverw.	Machtige landen	Nabijheid
Slecht nieuws	x	$r = -0,134^{**}$	$r = -0,111^*$	$r = -0,151^{**}$
Ontwikkeling/onverw.	$r = 0,134^{**}$	x	$r = -0,053$	$r = 0,065$
Machtige landen	$r = -0,111^*$	$r = -0,053$	x	$r = 0,062$
Nabijheid	$r = -0,151^{**}$	$r = 0,065$	$r = 0,062$	x

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$

#### 4.2.8 Conclusie nieuwswaarden

Afsluitend kan worden gereflecteerd op de eerder geformuleerde deelvraag, die luidt: in hoeverre is er een verschil in aandacht waar te nemen voor de Islamitische Staat in populaire- en kwaliteitskranten? In de voorgaande paragrafen wordt duidelijk dat populaire kranten meer berichten over slecht nieuws dan wel conflicten dan kwaliteitskranten. Kwaliteitskranten verslaan echter meer ontwikkelingen omtrent de Islamitische Staat ten opzichte van populaire kranten. Maar naarmate het conflict de tweede tijdsperiode nadert, gaan ook populaire kranten zich meer focussen op ontwikkelingen omtrent de Islamitische Staat. Wat tevens te verklaren is door de geografische of culturele nabijheid van het conflict, wat in het huidige onderzoek aantoonbaar is voor meer artikelen te zorgen bij beide kranten. De aanwezigheid van machtige landen of personen is vooral van belang bij populaire kranten.

### 4.3 Framing van de Islamitische Staat

Zoals gesteld kunnen media de publieke agenda bepalen en publieke opinies beïnvloeden, wat kan bijdragen aan de polarisatie binnen een maatschappij (Vos, 2015; Ruigrok & Van Atteveldt, 2007; Seib 2004). Nu duidelijk is hoe populaire- en kwaliteitskranten gebruik maken van nieuwswaarden kan er gemeten worden welke frames zij het het vaakst gebruiken. Binnen dit onderzoek naar de berichtgeving omtrent de Islamitische Staat zijn vier frames onderzocht die zich op deze aspecten richten, namelijk

het *clash of civilizations*, *othering*, en de twee door *journalism of attachment* omvatte frames (militaire interventie frame en diplomatiek frame). Zoals gesteld wordt een frame gemeten aan de hand van een aantal vragen, elk frame heeft zijn eigen vragen, te vinden in het codeerschema. Het *othering* frame kan op deze manier een gemiddelde waarde krijgen tussen de 0 (waarbij geen enkele vraag met ja beantwoord wordt) en 4 hebben (waarbij alle vragen met ja zijn beantwoord). De andere drie frames, *clash of civilizations* (gemiddelde waarde tussen 0 en 3), diplomatieke (gemiddelde waarde tussen 0 en 3) en het militaire interventie frame (gemiddelde waarde tussen 0 en 2) kunnen ook op deze manier gewaardeerd worden.

Tabel 8 geeft de frequentie weer van de vier frames in de berichtgeving omtrent de Islamitische Staat tussen populaire (N=199) en kwaliteitskranten (N=202). Uit deze tabel blijkt dat over het algemeen het militaire interventie frame het minst wordt gebruikt door beide krant types (48,2 en 37,6); dit is tevens het frame waarbij het grootste verschil zichtbaar is tussen populaire- en kwaliteitskranten met een verschil van 10,6 procentpunten. Het *othering* frame wordt het vaakst toegepast door beide krantentypes (94 en 98,5). Dit kan mogelijk verklaard worden door het feit dat het aanduiden van een terroristische groepering als ‘de ander’ geïnterpreteerd wordt als *othering*. Tabel 8 is slechts een eerste kennismaking met het gebruik van alle frames. In de volgende paragrafen worden de frames middels statistische toetsen gemeten op verschillen over tijd en verschillen tussen populaire- en kwaliteitskranten. Voor de frames worden gemeten, wordt eerst gekeken naar de nieuwswaarden en het gebruik hiervan door populaire- en kwaliteitskranten.

Tabel 8. *Frequentie gebruik per frame in percentages, populaire- en kwaliteitskranten.*

Frame	Populair (%)	Kwaliteit (%)
<i>Dreigingsframe</i>	84,4	77,2
<i>Othering frame</i>	94	98,5
<i>Diplomatieke frame</i>	51,3	49,5
<i>Militaire interventie frame</i>	48,2	37,6

Zoals gesteld wordt een frame gemeten aan de hand van een aantal vragen, elk frame heeft zijn eigen vragen, te vinden in het codeerschema. Het *othering* frame kan op deze manier een gemiddelde waarde krijgen tussen de 0 (waarbij geen enkele vraag met ja beantwoord wordt) en 4 hebben (waarbij alle vragen met ja zijn beantwoord). De andere drie frames, *clash of civilizations* (gemiddelde waarde tussen 0 en 3), diplomatieke (gemiddelde waarde tussen 0 en 3) en het militaire interventie frame (gemiddelde waarde tussen 0 en 2) kunnen ook op deze manier gewaardeerd worden. Met behulp van statistische toetsen (independent t-toetsen) wordt gekeken of er significante verschillen zijn tussen populaire- en kwaliteitskranten en over tijd. Zo kan bijvoorbeeld worden getoetst of de eerdergenoemde *herframing* in de berichtgeving, als geformuleerd door Featherstone en collega's (2010) ook van toepassing is op

het gebruik van complexere frames. De automatische analyse toont hier ook een duidelijk vorm van *herframing* aan.

#### 4.3.1 *Clash of civilizations*

Eerder onderzoek wees uit dat *framing* kan bijdragen aan polarisatie in een land (Ruigrok & Van Atteveldt (2007). Huntington (1997) zette dit fenomeen uiteen onder de naam *clash of civilizations*. De Vries (2016) stelt dat populaire kranten vaker gebruik maken van het *clash of civilizations* frame dan kwaliteitskranten, omdat populaire kranten eerder geneigd zijn rechts-populistische uitspraken te doen. Derhalve is de eerste hypothese bij dit frame als volgt: in populaire kranten wordt het dreigingsframe vaker gebruikt dan in kwaliteitskranten.

Tabel 9. *Gemiddeld gebruik dreigingsframe populaire- en kwaliteitskranten.*

	<i>dreigingsframe</i>	
	N	M
Populair	199	1,58
Kwaliteit	202	1,42

Bovenstaande tabel geeft weer hoe vaak het bedreigingsframe is gebruikt en het verschil tussen populaire- en kwaliteitskranten. In dit overzicht lijkt het erop dat de bevinding van De Vries (2016) bevestigd kan worden, omdat populaire kranten meer gebruik maken van het dreigingsframe. Er is gekozen voor een independent t-toets omdat de totale aanwezigheid van het frame de mogelijkheid geeft om gemiddeldes te berekenen. De independent t-toets wijst uit dat er een significant verschil is waar te nemen tussen de gemiddeldes van het dreigingsframe in de berichtgeving van populaire kranten ( $M=1,582$ ,  $SD=1,01$ ) en kwaliteitskranten ( $M=1,4257$ ,  $SD=1,06$ ):  $t(399)=1,509$ ,  $p=0,020$ . Derhalve kan de gestelde hypothese worden aangenomen. In populaire kranten wordt het dreigingsframe vaker gebruikt dan in kwaliteitskranten. Dit is mogelijk te verklaren door het feit dat kwaliteitskranten minder topics aansnijden die populaire kranten wel aanhalen (Kussendrager & Van der Lugt, 2007). Dit is tevens niet in lijn met de bevinding van Kellsal (2016) die stelt dat populaire kranten significant minder dan kwaliteitskranten gebruik maken van het bedreigingsframe. Een mogelijke verklaring hiervoor is het feit dat het sensatiegehalte van een nieuwsbericht toeneemt wanneer gesproken wordt over een eventuele dreiging, het verschil tussen het huidige onderzoek en de bevindingen van Kellsal (2016) kan verklaard worden door het feit dat de onderwerpen verschillen.

In het theoretisch kader werd duidelijk dat er steeds meer artikelen worden gewijd aan de Islamitische Staat over tijd omdat er een grotere dreiging ontstaat jegens het Westen en er meer aanslagen zijn gepleegd (Featherstone et al., 2010; Korteweg, 2005; Leugering, 2015). Derhalve kan aangenomen worden dat kranten meer gebruik gaan maken van het dreigingsframe. De hypothese die

bij deze verwachting hoort is: in de Nederlandse berichtgeving over de Islamitische Staat wordt eind 2016 ten opzichte van 2014 meer gebruik gemaakt van het dreigingsframe. Met behulp van een independent t-toets werd gemeten of het dreigingsframe meer wordt gebruikt over tijd. De independent t-toets wijst uit dat er sprake is van een significante stijging in het gebruik van het dreigingsframe, wanneer de berichtgeving van periode 1 ( $M = 1,195$ ,  $SD = 0,954$ ) wordt vergeleken met die van periode 2 ( $M = 1,810$ ,  $SD = 1,041$ ),  $t(399)=6,173$ ,  $p=0,000$ . Afsluitend kan de hypothese die stelt dat Nederlandse dagbladen eind 2016 meer gebruik maken van het dreigingsframe ten opzichte van 2014 (sinds het ontstaan van de Islamitische Staat) wordt bevestigd. Tevens kan worden gesteld dat de bevindingen van het huidige onderzoek in lijn zijn met bevindingen uit eerdere literatuur.

#### 4.3.2 Othering

*Othering* is het in de praktijk toepassen van oriëntalisme, waarbij de Westerse opvattingen op het gebied van sociaal, politiek, militair, wetenschappelijk, ideologisch en artistiek vlak worden gebruikt om te oordelen over het Oosten (Said, 1979). Ook het gebruik van dit frame, naast het gebruik van het *clash of civilizations* frame kan polarisatie binnen een maatschappij bevorderen. Na de aanslag op het World Trade Center in 2001 maken volgens Featherstone en collega's (2010) en Kumar (2010) media steeds meer gebruik van het *othering* frame als gevolg hiervan. Doordat wordt gesteld dat aanslagen van de Islamitische Staat ervoor zorgen dat er steeds meer gebruik wordt gemaakt van het *othering* frame, wordt in het huidige onderzoek onderzocht of er eind 2016 meer sprake is van *othering* dan sinds het ontstaan van de Islamitische Staat in 2014. De hypothese luidt: eind 2016 is er meer *othering* waar te nemen in de Nederlandse berichtgeving dan in het begin van 2014.

Tabel 10. *Gemiddeld gebruik othering frame populair- en kwaliteitskranten over tijd.*

	<i>Othering frame</i>	
	N	M
1 <sup>e</sup> periode	199	2,25
2 <sup>e</sup> periode	202	2,96

Met behulp van een t-toets werd gemeten of het *othering* frame meer wordt gebruikt in de tweede periode ten opzichte van de eerste periode. Het bereik van de gemiddeldes lagen tussen de 0 en 4. De independent t-toets wijst uit dat er een significant verschil is waar te nemen tussen het gebruik het *othering* frame gedurende periode 1 ( $M = 2,250$ ,  $SD = 1,064$ ) ten opzichte van periode 2 ( $M = 2,960$ ,  $SD = 1,009$ ),  $t(399)=6,856$ ,  $p=0,000$ . Derhalve kan de hypothese worden aangenomen: eind 2016 wordt meer gebruik gemaakt van het *othering* frame dan in 2014. Dit is in lijn met de bevindingen van

(Staszak, 2008) en Kumar (2010), die beiden stellen dat het *othering* frame naarmate meer aanslagen worden gepleegd, in steeds sterkere mate wordt gebruikt.

Daarnaast wordt in het theoretisch kader duidelijk dat populaire kranten (*tabloids*) in hun berichtgeving meer gebruik maken van het *othering* frame dan Engelse kwaliteitskranten (Kellsal, 2016). Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis & Ruigrok (2015) beargumenteren dat dit te verklaren is door het feit dat populaire kranten zich steeds meer richten op de entertainmentwaarde van een artikel waardoor objectiviteit verloren gaat en er meer op de verkooppotentie gefocust wordt. De hypothese die hierbij geformuleerd is luidt: kwaliteitskranten maken minder gebruik van het *othering* frame dan populaire kranten.

Tabel 11. *Gemiddeld gebruik othering frame populair- en kwaliteitskranten.*

	<i>Othering frame</i>	
	N	M
Populair	199	2,58
Kwaliteit	202	2,68

Uit de bovenstaande tabel wordt duidelijk dat zowel populaire als kwaliteitskranten veelvuldig gebruik maken van het *othering* frame. Echter is er een klein verschil (9 artikelen) waarbij kwaliteitskranten niet hebben gekozen voor het *othering* frame. Met behulp van een t-toets is gemeten of dit verschil significant is en derhalve het *othering* frame meer wordt gebruikt door populaire kranten ten opzichte van kwaliteitskranten. Een independent t-toets wijst uit dat er geen significant verschil is waar te nemen in het gebruik van het *othering* frame door populaire kranten ( $M = 2,582$ ,  $SD = 1,172$ ) en kwaliteitskranten ( $M = 2,628$ ,  $SD = 1,015$ ):  $t(399) = -0,418$ ,  $p = 0,676$ . Derhalve kan de hypothese worden verworpen, kwaliteitskranten maken niet significant minder gebruik van het *othering* frame dan populaire kranten. Dit is in lijn met de bevindingen van Kellsal (2016) die stelt dat Engelse populaire kranten (*tabloids*) in hun berichtgeving niet significant meer gebruik maken van het *othering* frame dan Engelse kwaliteitskranten (Kellsal, 2016). Welbers en collega's (2016) beargumenteren dat dit te verklaren is door het feit dat kwaliteitskranten zich steeds meer richten op de entertainmentwaarde van een artikel waardoor objectiviteit verloren gaat en er meer op de verkooppotentie van een verhaal gefocust wordt.

#### 4.3.3 *Journalism of attachment*

In het huidige onderzoek wordt *journalism of attachment* gemeten aan de hand van twee frames die volgens Ruigrok (2008) kenmerkend zijn voor *journalism of attachment*. Deze frames zijn respectievelijk het diplomatieke frame en het militaire interventie frame. Het algemene gebruik van deze frames kan aantonen in hoeverre *journalism of attachment* is waar te nemen.



Tabel 12. Gemiddeld gebruik diplomatieke en militaire interventie frame, populaire- en kwaliteitskranten.

	Diplomatieke		Militaire interventie	
	N	M	N	M
<i>Populair</i>	199	0,84	199	0,89
<i>Kwaliteit</i>	202	0,91	201	0,57
<i>Total</i>	401		401	

In bovenstaande tabel is een duidelijk verschil waarneembaar tussen populaire- en kwaliteitskranten waarbij populaire kranten veel meer gebruik maken van het militaire interventie frame dan populaire kranten. Met behulp van een t-toets werd gemeten of dit verschil significant is. Dankzij een tweetal vragen bij dit frame omvat het gemiddelde een spreiding tussen de 0 en 2. De independent t-toets wijst uit dat er een significant verschil is waar te nemen in het gebruik van het militaire interventie frame door populaire kranten ( $M = 0,794$ ,  $SD = 0,848$ ) en kwaliteitskranten ( $M = 0,574$ ,  $SD = 0,802$ ),  $t(399)=2,665$ ,  $p=0,008$ . De eerder gestelde hypothese dat Nederlandse populaire kranten meer gebruik maken van het militaire interventie frame waar kwaliteitskranten meer gebruik maken van het diplomatieke frame, kan worden bevestigd. Dit is tevens conform de bevindingen van Fessha (2016), die stelt dat populaire kranten meer gebruik maken van het militaire interventie frame dan kwaliteitskranten. Wanneer gekeken wordt naar het diplomatieke frame blijken weinig verschillen te bestaan tussen populaire- en kwaliteitskranten, het verschil van slechts twee artikelen waarin het diplomatieke frame wordt gebruikt is tevens getest op significantie met behulp van een independent t-toets, deze bleek niet significant.

Daarnaast werd in het onderzoek van Fessha (2016) gesteld dat nieuwsmedia eerder het militaire interventie frame gebruiken naarmate een conflict dichterbij komt. Derhalve is de volgende hypothese geformuleerd: sinds het ontstaan van ISIS in 2014, in vergelijking met eind 2016 is het gebruik van het militaire interventie frame in de Nederlandse dagbladen toegenomen. Met behulp van een t-toets werd gemeten of er inderdaad een significant verschil bestaat tussen deze twee periodes. De independent t-toets wijst uit dat er een significant verschil is waar te nemen in de frequentie betreffende het gebruik van het militaire interventie gedurende de tweede periode ( $M = 0,791$ ,  $SD = 0,903$ ) ten opzichte van de eerste periode ( $M = 0,5750$ ,  $SD = 0,739$ ),  $t(399)=2,621$ ,  $p=0,009$ . De bevindingen van Fessha (2016) en de daarbij gestelde hypothese kunnen worden bevestigd wanneer gekeken wordt naar de berichtgeving over de Islamitische Staat.

Ruigrok (2008) stelt in haar onderzoek dat het diplomatieke frame en het militaire interventie frame kenmerkend zijn voor *journalism of attachment*. In het huidige onderzoek is de aanwezigheid van beide frames bij elkaar opgeteld waardoor aan de hand van gemiddelden gemeten kan worden welk type krant in zijn berichtgeving meer gebruik maakt van *journalism of attachment*. Met behulp van een

t-toets werd gemeten of er inderdaad een significant verschil bestaat in de mate waarin *journalism of attachment* voorkomt in populaire- of kwaliteitskranten. Een independent t-toets wijst uit dat er geen significant verschil is waar te nemen in de aanwezigheid van de *journalism of attachment* bij kwaliteitskranten ( $M = 1,485$ ,  $SD = 1,274$ ) ten opzichte van de populaire kranten ( $M = 1,643$ ,  $SD = 1,167$ ): $t(399)=1,295$ ,  $p=0,196$ . Dit is niet in lijn met de bevindingen van Ruigrok (2008) die stelt dat er bij kwaliteitskranten meer sprake is van *journalism of attachment*. Dit is mogelijk te verklaren door het feit dat er in het huidige onderzoek niet over een daadwerkelijke oorlog wordt gepubliceerd, in tegenstelling tot de berichtgeving in het onderzoek van Ruigrok (2008). Het betreft hier een dreiging waar geen militaire interventie aan te pas komt.

Afsluitend kan gesteld worden dat beide type kranten *journalism of attachment* toepassen gedurende dit conflict en dat tussen de beide krantentypes geen grote verschillen bestaan. Wel kan gesteld worden dat het gebruik van het militaire interventieframe is toegenomen wanneer men kijkt naar beide typen kranten. Dit kan te maken hebben met het feit dat de nabijheid van het conflict toeneemt en de kranten een militaire oplossing steeds meer als noodzakelijk gaan beschouwen. Laatstgenoemde zou kunnen betekenen dat er wel een stijging waar te nemen is in de mate van *journalism of attachment* over tijd. Om dit te meten is met behulp van een independent t-toets gemeten of er inderdaad een significant verschil bestaat in de mate waarin *journalism of attachment* voorkomt in periode 2 ten opzichte van periode 1. De independent t-toets wijst uit dat er geen significant verschil is waar te nemen in de aanwezigheid van de *journalism of attachment* over periode 2 ( $M = 1,666$ ,  $SD = 1,460$ ) ten opzichte van periode 1 ( $M = 1,460$ ,  $SD = 1,198$ ): $t(399)= -1,695$ ,  $p=0,999$ . Dit is niet in lijn met het onderzoek van Ruigrok (2008) die stelt dat journalisten, naarmate een conflict vordert, *journalism of attachment* vertonen. Dit is mogelijk te verklaren door het feit dat Nederland nog niet getroffen is door een aanslag. Zoals verklaard werd bij het militaire interventie frame is er slechts sprake van een dreiging, geen daadwerkelijk conflict.

#### **4.4 Overzicht frame gebruik**

Onderstaande tabel geeft weer hoe de frames zijn gebruikt tussen populaire- en kwaliteitskranten. In dit overzicht wordt duidelijk dat populaire kranten zowel het dreigingsframe (*clash of civilizations*) als het militaire interventie frame significant meer gebruiken dan kwaliteitskranten. Deze bevinding sluit aan bij de bevindingen van Schaap & Pleijter (2012), die stellen dat populaire kranten meer nieuws publiceren dat spanning en sensatie bevat. Gesteld kan worden dat het gebruik van het militaire interventie frame en het dreigingsframe voor meer sensatie en spanning zorgt. Een treffend voorbeeld hiervan is een krantenkop uit De *Telegraaf* op 22 januari 2014; “Uitbreiding militaire steunpunten in Sahel”. Tevens een krantenkop afkomstig uit het *Algemeen Dagblad* op 4 januari 2015 “Extremisten pakken artsen op in Syrië”, waarin de *clash of civilizations* duidelijk zichtbaar wordt.

Tabel 13. *Overzicht gemiddeldes gebruik frames, populaire- en kwaliteitskranten en significantie.*

<i>Frame</i>	<i>M</i> Populaire kranten	<i>M</i> Kwaliteitskranten	Sig.
<i>Clash of civilizations</i>	1,582	1,425	0,020*
<i>Othering frame</i>	2,582	2,682	0,676
<i>Diplomatieke frame</i>	0,849	0,910	0,553
<i>Militaire interventie frame</i>	0,894	0,574	0,008*
<i>Journalism of attachment</i>	1,643	1,485	0,196

\* $p < 0.05$

Echter, meer significante verschillen zijn waargenomen wanneer gekeken wordt naar het gebruik van frames over tijd. Duidelijk wordt dat er van alle frames, op die van het diplomatieke frame na, meer gebruik wordt gemaakt in de tweede tijdsperiode. Dit is mogelijk te verklaren met behulp van de theorieën van Featherstone en collega's (2010), Korteweg (2005) en Wu (2003) die stellen dat de Islamitische Staat meer aandacht verwierf naarmate het dichterbij kwam.

Tabel 14. *Overzicht gemiddeldes gebruik frames en significantie over periode 1 en periode 2.*

<i>Frame</i>	<i>M</i> Periode 1	<i>M</i> Periode 2	Significantie
<i>Clash of civilizations</i>	1.195	1.810	0,000*
<i>Othering frame</i>	2,250	2,960	0,000*
<i>Diplomatieke frame</i>	0,885	0,875	0,928
<i>Militaire interventie frame</i>	0,575	0,791	0,009*
<i>Journalism of attachment</i>	1,460	1,666	0,091

\* $p < 0.05$

## 5. Conclusie en discussie

*“With guns you can kill terrorists, with education you can kill terrorism.”*

- Malala Yousafzai, 11 november 2014

In dit onderzoek is de berichtgeving omtrent de Islamitische Staat onderzocht, waarbij onderscheid is gemaakt tussen populaire- en kwaliteitskranten. Over het algemeen zouden populaire kranten vooral worden getypeerd als populistisch en kwaliteitskranten als gefundeerd (Schaap & Pleijter, 2012). Daarnaast is onderscheid gemaakt tussen twee periodes, namelijk een eerste periode waarin de Islamitische Staat vorm kreeg tussen januari 2014 en juni 2015 en een periode waarin de Islamitische Staat actiever werd in de Westerse wereld van juli 2015 tot en met december 2016. De splitsing van deze twee periodes maakt het mogelijk te kunnen meten of er sprake is van *herframing* (Featherstone et al., 2010). De omvattende onderzoeksvraag die naar aanleiding van eerdere literatuur is geformuleerd luidt: *in hoeverre en op welke wijze is over de Islamitische Staat geschreven sinds diens oprichting in populaire- en kwaliteitskranten?*

Uit de automatische analyse is gebleken dat de media-aandacht omtrent Islamitische Staat sterk is gestegen sinds de aanslag van de Islamitische Staat in september 2014. Nadien is het aantal gepubliceerde artikelen niet meer afgenomen. Pieken in de totale aandacht omtrent de Islamitische Staat zijn constant het gevolg van aanslagen in Europa. Daarnaast is gebleken dat de totale aandacht voor de Islamitische Staat te allen tijde hoger was bij kwaliteitskranten ten opzichte van populaire kranten. Dit is in lijn met het eerdere onderzoek van Bakker & Scholten (2013) waarin wordt gesteld dat kwaliteitskranten zich meer bezighouden met maatschappelijke en politieke kwesties. Deze bevindingen zijn echter niet compleet. Er kan immers beargumenteerd worden dat de Islamitische Staat begin 2014 nog geen maatschappelijk of politiek probleem was. Zij ging zich in een later stadium richten op het Westen. Om die reden zou met behulp van diepte-interviews onderzocht kunnen worden waarom kwaliteitskranten rond 2014 al meer aandacht besteedden aan de Islamitische Staat. Dit onderzoek zou dan meer duiding kunnen bieden omtrent de nieuwsselectie en nieuws waarde van kwaliteitskranten ten op zichte van populaire kranten. Tevens kan het de verschillen die gevonden zijn in het huidige onderzoek nader verklaren.

Er is een verschuiving waar te nemen wat betreft de gehele berichtgeving tussen populaire- en kwaliteitskranten. Wetenschappelijke onderzoeken die zijn gepubliceerd voor 2010 (Kleinnijenhuis et al., 2007; Kussendrager & Van der Lugt, 2007) zijn stellig en bevinden dat populaire kranten minder diepgaande artikelen produceren. Wetenschappelijke artikelen die zijn gepubliceerd na 2010 hebben vaak een genuanceerde benadering. Deze stellen namelijk dat er een verschuiving is waar te nemen waarbij kwaliteitskranten steeds meer gaan lijken op populaire kranten (Bakker & Scholten, 2013; Schaap & Pleijter, 2012; Kellsal, 2016). Kellsal (2016) noemt dit *tabloidisation*. Kwaliteitskranten zouden dan meer sensatienieuws publiceren om zo hun publiek te behouden. In het huidige onderzoek is diezelfde ontwikkeling ook waargenomen. Middels een correlatieanalyse wordt duidelijk dat beide

krantentypes gedurende de hele onderzoeksperiode evenveel aandacht besteden aan gebeurtenissen omtrent de Islamitische Staat. Hierdoor kan gesteld worden dat de berichtgeving van kwaliteitskranten nauw samenhangt met die van populaire kranten. Met deze bevinding kan gesteld worden dat ook omtrent de Islamitische Staat de langzaam verschuivende belangen van kwaliteitskranten en de focus op verkooppotentie van de mediacontent zichtbaar worden. wat door Welbers en collega's (2016) werd omschreven als de commercialisatie van de media. Dit fenomeen wordt door Schudson & Tift (2005) herkend als het *market model* waarbij de nieuwsselectie in dienst staat van een gezonde financiële status en de objectiviteit en eerdergenoemde waakhondfunctie als geformuleerd door Deuze (2004) bezwijkt. Dit is slechts suggestief omdat rekening gehouden moet worden met het feit dat het huidige onderzoek slechts één fenomeen heeft onderzocht (Islamitische Staat) en zodoende geen uitspraken kan doen over de eventuele commercialisatie als geformuleerd door Welbers en collega's (2016) van kwaliteitskranten als geheel. Bovendien kan ook worden gesteld dat een aanslag in Europa vanzelfsprekend nieuwswaarde heeft. Beargumenteerd kan worden dat kranten anders sterk tekortschieten wat betreft de informerende functie (Deuze, 2004). Er zullen aanvullende onderzoeken moeten worden gedaan naar de steeds sterker waarneembare commercialisatie en in hoeverre kwaliteitskranten onderhevig zijn aan het *market model* (Schudson & Tift, 2005). Er kunnen dan uitspraken worden gedaan over het eventuele verschuivende belang van kwaliteitskranten. Een kwantitatieve inhoudsanalyse zou een treffende methode kunnen zijn voor het systematisch herkennen van een verschuiving. Afgaand op de bevindingen van het huidige onderzoek kan gesteld worden dat deze conform de bevinding van Welbers en collega's (2016) zijn. De drukkende financiële gezondheid en het behouden van publiek krijgen een steeds grotere rol bij kwaliteitskranten.

Wat tevens duidelijk wordt is dat er geen significant verschil bestaat tussen de mate waarin de Islamitische Staat geassocieerd wordt met terreur in populaire- en kwaliteitskranten. Dit was niet in lijn met de bevindingen van Ruigrok (2008) en Gabrielatos & Baker (2008) die stellen dat populaire kranten eerder het terreurframe gebruiken dan kwaliteitskranten. Echter, dit kan verklaard worden door het feit dat beide onderzoeken veel andere aspecten meewegen in het onderzoek, in tegenstelling tot het huidige onderzoek dat alleen kijkt naar de mate waarin twee woorden samen worden gebruikt binnen een vooraf bepaald aantal woorden. In het huidige onderzoek blijkt wel dat beide krantentypes de Islamitische Staat meer zijn gaan associëren met terreur. Zo blijkt dat de Islamitische Staat in 2016 ten opzichte van 2014 veel meer wordt geassocieerd met terreur. Dit is mogelijk te verklaren door het feit dat de Islamitische Staat aangeeft zich te gaan richten op de Westerse wereld en zodoende sinds september 2014 steeds meer aanslagen pleegt in Europa. Deze media-aandacht en bijkomende associatie is te verklaren door de (toenemende) nabijheid van het conflict als geformuleerd door Wu (2003). Hij stelt dat de nabijheid van een gebeurtenis één van de zwaarst wegende factoren is tijdens de nieuwsselectie. Dit is in lijn met de bevindingen van het huidige onderzoek. Hieruit kan geconcludeerd worden dat nabijheid een van de belangrijkste factoren is bij het toekennen van nieuwswaarde. Een kwalitatief vervolgonderzoek met

interviews zou meer duidelijkheid kunnen bieden omtrent de nieuwswaarde nabijheid. De bevindingen van dit onderzoek kunnen sterk bijdragen aan de wetenschappelijke discussie omtrent nieuwswaarden.

Ook andere nieuwswaarden zijn belangrijk bij de nieuwsselectie van kranten. In het huidige onderzoek is gedetailleerd onderzocht hoe de verschillende nieuwswaarden worden gebruikt. Uit het huidige onderzoek blijkt dat populaire kranten significant meer aandacht schenken aan de nieuwswaarde conflict of slecht nieuws. Dit is allerm minst conform de bevindingen van Kleinnijenhuis en collega's (2007), die stellen dat juist kwaliteitskranten doorgaans serieuzere en zwaardere onderwerpen aansnijden. Wel blijkt uit dit onderzoek dat kwaliteitskranten significant meer aandacht schenken aan de nieuwswaarde ontwikkelingen omtrent de Islamitische Staat. Er kan beargumenteerd worden dat het verslaan van een ontwikkeling een vorm is van de door Bakker & Scholter (2013) genoemde onderzoeksjournalistiek, daar 'diepgaand' wordt gezocht naar veranderingen binnen een terroristische beweging. Het verschil tussen beide kranten kan mogelijk ook verklaard worden door het feit dat populaire kranten sneller geneigd zijn sensatiebeluste artikelen te publiceren. Onverwachte gebeurtenissen zijn vaak minder onderhevig aan onderzoeksjournalistiek en passen zodoende sneller binnen de kaders van de door Schaap en Pleijter (2012) genoemde ongefundeerde en rechtse berichtgeving. Tevens is onderzocht of de 'betrokkenheid van machtige landen en/of personen' invloed heeft op de nieuwsselectie. Hieruit is gebleken dat populaire kranten meer publiceren wanneer er machtige landen en/of personen bij betrokken zijn. Ook deze bevinding zou geschaard kunnen worden onder het feit dat populaire kranten sensatienieuws belangrijk vinden en zodoende eerder hierover verslag doen. Er is echter meer onderzoek nodig om deze bevinding te bevestigen. Een kwantitatieve inhoudsanalyse die zich geheel focust op het observeren van deze nieuwswaarde zou de gevonden bevindingen van het huidige onderzoek kunnen bevestigen of verwerpen. Tevens wordt dan duidelijk wat populaire- en kwaliteitskranten als machtige landen of personen beschouwen en kan er worden bijgedragen aan de wetenschappelijke discussie.

Een laatste onderzochte nieuwswaarde 'nabijheid' blijkt een grote rol te spelen binnen de nieuwsselectie van beide typen kranten. Zoals eerder gesteld krijgt de Islamitische Staat meer aandacht wanneer zij dichterbij de Westerse wereld komt. Dit is conform de bevindingen van Wu (2003), Myers et. al (1996) en Kleinnijenhuis et. al (2007) die stellen dat er meer artikelen worden gepubliceerd omtrent gebeurtenissen of conflicten die direct of indirect in verband staan met Nederland of buurlanden. Eerder werd gesteld dat populaire kranten zich meer focussen op onverwachte gebeurtenissen en ontwikkelingen vooral werden verslagen door kwaliteitskranten (Schaap & Pleijter, 2012). In het huidige onderzoek blijkt dat beide krantentypes zich meer zijn gaan focussen op de ontwikkelingen rondom de Islamitische Staat over tijd. Dit kan verklaard worden door het feit dat er in de tweede onderzoeksperiode (juli 2015 tot en met december 2016) meer aanslagen zijn gepleegd die ervoor zorgden dat ook de ontwikkelingen met betrekking tot de dreiging van de Islamitische Staat als zijnde 'ontwikkeling' zijn gecodeerd. Dit kan tevens verklaard worden door de steeds groter wordende nabijheid van het conflict, een correlatieanalyse toonde aan dat dit inderdaad het geval is. Gesteld kan

worden dat ook omtrent de Islamitische Staat nabijheid een sterke rol speelt voor de nieuwsselectie en dat dergelijke nieuwswaarden elkaar kunnen versterken. Een kwalitatief vervolgonderzoek, gebruikmakend van diepte-interviews in combinatie van het huidige onderzoek, zou kunnen uitwijzen hoe dichtbij een conflict of gebeurtenis daadwerkelijk moet zijn om relevant te worden voor nieuwsmedia in Nederland en waarom dit zo is. Ook kan de mate waarin deze twee nieuwswaarden elkaar beïnvloeden, worden onderzocht. Dit zou een sterke maatschappelijke relevantie hebben omdat er in Nederland vaak onrust ontstaat wanneer media berichtgeven over aanslagen in Europa, en aanslagen in andere delen van de wereld minder aandacht geven. Transparantie wat betreft dit onderwerp zou mogelijk veel spanning binnen de Nederlandse maatschappij doen afnemen. Het streven naar deze transparantie sluit dan treffend aan bij de huidige trend, waarbij verwacht wordt dat nieuwsmedia, die dankzij de groeiende invloed van marketingafdelingen een historisch zwakke vertrouwensband met de lezer hebben, transparanter moeten zijn omtrent hun geldstromen, samenwerkingen en eventuele redactionele invloeden door derden (Kasem, van Waes & Wannet, 2015).

### 5.1 Veranderend gebruik van frames

Binnen dit onderzoek naar de berichtgeving omtrent de Islamitische Staat zijn vier frames onderzocht namelijk, het dreigingsframe, *othering* frame, en de twee door *journalism of attachment* omvatte frames: militaire interventie- en diplomatieke frame. *Othering* is het in de praktijk toepassen van oriëntalisme, waarbij de Westerse opvattingen op het gebied van sociaal, politiek, militair, wetenschappelijk, ideologisch en artistiek vlak worden gebruikt om te oordelen over het Oosten (Said, 1979). In het huidige onderzoek blijkt dat beide type kranten het vaakst gebruik maken van het *othering* frame in hun berichtgeving. Dit kan verklaard worden door het feit dat het aanduiden van een terroristische groepering als ‘de ander’ geïnterpreteerd wordt als *othering*. Er is dan ook geen significant verschil tussen beide type kranten aangaande het gebruik van het *othering* frame. Dit kan op twee manieren worden verklaard. Allereerst kan de eerder genoemde commercialisatie van Welbers en collega’s (2016) en de *tabloidisation* van Kellsal (2016) ervoor zorgen dat kwaliteitskranten evenveel *othering* toepassen als populaire kranten om zodoende hun publiek te behouden. Een tweede verklaring is door de operationalisatie van het frame in het huidige onderzoek. Voor het meten van dit frame zijn veel verschillende soorten *othering* geoperationaliseerd. Dit leverde interessante bevindingen op. Echter, een vervolgonderzoek kan het *othering* frame fijner operationaliseren door enkele aspecten van het *othering* frame te operationaliseren. Op deze manier kunnen specifiekere bevindingen worden gedaan en kunnen de verschillen, die conform eerdere literatuur waren, met zekerheid worden bevestigd. Daarnaast is gemeten of het *othering* frame over tijd meer wordt toegepast door Nederlandse nieuwsmedia. Kumar (2010) stelt in zijn onderzoek dat er na een aanslag meer gebruik wordt gemaakt van het *othering* frame dan voor een aanslag. Het huidige onderzoek bleek conform deze bevinding daar er in de tweede onderzoeksperiode meer gebruik werd gemaakt van het *othering* frame door beide krantentypen. Dit is conform de bevindingen van Featherstone en collega’s (2010), die stellen dat

berichtgeving langzaam *herframen* naarmate er meer aanslagen gepleegd worden. Echter, ook hier moet rekening worden gehouden met brede operationalisatie van het *othering* frame.

Een ander onderzocht frame is het door *clash of civilizations* omvatte dreigingsframe. De Vries (2016) stelde dat populaire kranten meer gebruik maken van het dreigingsframe. Het huidige onderzoek bevestigt deze bevinding. Ook omtrent de Islamitische Staat maken populaire kranten meer gebruik van het dreigingsframe dan kwaliteitskranten. Kellsal (2016) heeft het dreigingsframe uitvoerig onderzocht, zij deed dit omtrent de berichtgeving van de vluchtelingen crisis. Haar onderzoek toont zoals eerder aangegeven aan dat juist kwaliteitskranten meer gebruik maken van het dreigingsframe. Een kwalitatief vervolgonderzoek kan uitwijzen hoe nieuwsmidia dreigingen categoriseren en wat hen er toe zet om daadwerkelijk te kiezen voor het dreigingsframe. Dan kan duidelijk worden hoe het verschil aangaande het gebruik van het dreigingsframe tot stand is gekomen. Uit het huidige onderzoek blijkt dat er over tijd wel meer gebruik wordt gemaakt van het dreigingsframe. Dit is conform voorgaande bevindingen (Featherstone et al., 2010; Korteweg, 2005; Leugering, 2015), die stellen dat er steeds meer artikelen gewijd worden aan de dreiging van een conflict naarmate dit dichterbij komt. Er kan beargumenteerd worden dat het dreigingsframe nauw samenhangt met de nieuwswaarde nabijheid (Wu, 2003). Een vervolgonderzoek kan uitwijzen in hoeverre deze twee aspecten van invloed zijn op elkaar en op welke manier dit verschilt tussen populaire- en kwaliteitskranten.

## 5.2 *Journalism of attachment*

In het huidige onderzoek werd *journalism of attachment* gemeten aan de hand van een combinatie van het diplomatieke en militaire frame die volgens Ruigrok (2008) kenmerkend is voor *journalism of attachment*. Uit het onderzoek wordt duidelijk dat het militaire interventie frame vaker wordt gebruikt door populaire kranten dan dat kwaliteitskranten dit gebruiken. Dit is conform de bevindingen van Fessha (2016). Daarnaast wordt duidelijk dat het militaire interventie frame in de tweede onderzoeksperiode vaker wordt gebruikt door beide typen kranten ten opzichte van de eerste periode. Er kan beargumenteerd worden dat wanneer conflicten zich gaan richten op het Westen, het militaire interventie frame vaker wordt gebruikt. Dit kan verklaard worden door een stijgende dreiging. Derhalve zou onderzocht kunnen worden in hoeverre het dreigingsframe wordt gebruikt in combinatie met het militaire interventie frame, om zo te kunnen bevestigen of verwerpen dat het toenemende gebruik van het militaire interventie frame gepaard gaat met een toenemend gebruik van het dreigingsframe.

Contrasterend met het militaire interventieframe is het diplomatieke frame. In het huidige onderzoek blijkt dat er geen significant verschil bestaat wat betreft het gebruik van het diplomatieke frame tussen populaire- en kwaliteitskranten. Dit is in contrast met het onderzoek van Ruigrok (2008) waarbij het diplomatieke frame vaker wordt gebruikt door kwaliteitskranten. Nuance bij dit frame is gewenst daar ook hier de operationalisatie veel aspecten behelst, een van de vragen gaat over de betrokkenheid van activistische groeperingen. Het is in het huidige onderzoek lastig om te bepalen of een groepering vanuit activistisch oogpunt handelt of bijdraagt aan de oorlogsvoering. Dit kan hebben



bijgedragen aan een ruime waarneming van het frame. Een nieuwe operationalisatie, waarbij de focus wordt gelegd op enkele aspecten van het diplomatieke frame zou dit kunnen verbeteren. Ditzelfde geldt voor het gebruik van het diplomatieke frame over tijd, waar ook geen verschil in waar te nemen is. Over het algemeen blijkt dat er bij populaire- en kwaliteitskranten geen sterke vorm van *journalism of attachment* is waar te nemen, waar dit in het Bosnische conflict, welk door Ruigrok (2008) werd onderzocht wel het geval was. Dit kan wellicht verklaard worden door het feit dat in het onderzoek van Ruigrok (2008) de Nederlandse krijgsmacht betrokken was. Wat betreft de Islamitische Staat is er in Nederland tot op heden nog geen aanslag gepleegd. Derhalve kan beargumenteerd worden dat er nog geen reden is voor Nederlandse media om zich te betrekken bij het conflict zoals dat zich voordeed tijdens het Bosnische conflict. Het is allerm minst wenselijk doch interessant voor de wetenschap om te kijken in hoeverre de *journalism of attachment* verandert in de Nederlandse nieuwsmedia, mocht er een aanslag plaatsvinden in Nederland.

## 6. Literatuurlijst

- Bakker, P. (2016). De landelijke krantenoplage, een ongelijk gedeeld verlies. Geraadpleegd op 29 november 2016, op <https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/oplage-2-de-landelijke-krantenoplage-een-ongelijk-gedeeld-verlies/>
- Bakker, P., & Scholten, O. (2013). *Communicatiekaart van Nederland: Overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Kluwer.
- Berbers, A., Joris, W., Boesman, J., d'Haenes, L., Koeman, J., & van Gorp, B. (2015). The news framing of the 'Syria fighters' in Flanders and the Netherlands: Victims or terrorists? *Journal of Ethnicities*, 16(2), 798-818. doi: 10.1177/1468796815603753
- Brosius, H., & Eps, P. (1995). Prototyping through key events: News selection in the case of violence against aliens and asylum seekers in Germany. *European Journal of Communication*, 10(3), 391-412. doi: 10.1177/0267323195010003005
- Burnett, E. (2014, 3 maart). Transcript official white house surveillance. CNN. Geraadpleegd op 27 november 2016, op <http://transcripts.cnn.com/transcripts/1408/22/ebo.01.html>
- Cassis, T. (2015, 12 december). A brief history of ISIS. Geraadpleegd op 27 november 2016, op <http://theweek.com/articles/589924/brief-history-isis>
- Cook, T.E. (1998). *Governing with the news: The news media as a political institution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cirincione, J. (2016). Nuclear terrorist threat bigger than you think. Geraadpleegd op 18 november 2016, op <http://edition.cnn.com/2016/04/01/opinions/nuclear-terrorism-threat-cirincione/>
- De Telegraaf. (2015, 16 november). Bijna elke terrorist is moslim. Geraadpleegd op 3 december, 2016 op [http://www.telegraaf.nl/binnenland/24746582/Bijna\\_elke\\_terrorist\\_is\\_moslim\\_.html](http://www.telegraaf.nl/binnenland/24746582/Bijna_elke_terrorist_is_moslim_.html)
- Deuze, M. (2004). *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Duin, D. (2015). Wat is precies het verschil tussen de dagbladen? Geraadpleegd op 12 december 2016, op <http://www.bisk.nl/nieuws/verschil-tussen-dagbladen/>
- Edge, A. (2014, 17 november). ISIS: Lessons for coverage from CNN, Al Jazeera, France24. Geraadpleegd op 12 januari 2017, op <https://www.journalism.co.uk/news/isis-in-the-news-lessons-for-coverage-from-cnn-al-jazeera-and-france-24/s2/a563156/>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *McQuail's reader in mass communication theory*, 390-397.
- Featherstone, M., Siobhan, H., & Elizabeth, P. (2010). Discourses of the War on Terror: Constructions of the Islamic other after 7/7. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 6(2), 169-186. doi:10.1386/mcp.6.2.169\_1
- Feldman, N. (2008). The fall and rise of the Islamic State. *Asian affairs*, 39(3), 419-435. doi:10.1080/03068370802346783

- Fessha, W. (2016). Framing ISIS in global mainstream media. *Journal of communication*, 4(2), 110-135.
- Gabrielatos, C., & Baker, P. (2008). Fleeing, sneaking, flooding: A corpus analysis of discursive constructions of refugees and asylum seekers in the UK press, 1996- 2005. *Journal of English Linguistics*, 36(1), 5-38. <http://dx.doi.org/10.1177/0075424207311247>
- Galtung, J., & H. M. Ruge (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(5), 65-91.
- Gamson, W., & Lasch, K. (1980). *The political culture of social welfare policy*. Geraadpleegd op 17 januari 2017, op <https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/50995/221.pdf?sequence=1>
- Haldrup, M., Koefoed, L., & Simonsen, K. (2006). Practical orientalism: Bodies, everyday life and the construction of otherness. *Geografiska Annaler*, 88(2), 173-184.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journal of Journalism Studies*, 2(2), 261-280. doi:10.1080/14616700118449
- Hartley, J. (1982). *Understanding news*. London: Methuen.
- Huntington, S. P. (1997). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. New York: Touchstone.
- Jetter, M. (2014). *Terrorism and the Media Universidad EAFIT and IZA* (discussie thesis). Geraadpleegd op 17 januari 2017, op <http://ftp.iza.org/dp8497.pdf>
- Jon, L. (2015, 15 november). Haagse moslims: Geen genade voor barbaren. *Algemeen Dagblad*. Geraadpleegd op <http://www.ad.nl/ad/nl/37401/Aanslagen-Parijs-november-2015/article/detail/4186757/2015/11/15/Haagse-moslims-geen-genadevoorbarbaren.dhtml>
- Kelsall, H. (2016). *Empathy legality politics and protection: Framing refugees and asylum seekers in the UK press* (masterscriptie). Geraadpleegd op <http://journals.library.tudelft.nl/index.php/sure/article/view/1443/1397>
- Kitzinger, J. (2014). *Framing abuse: media influence and public understanding of sexual violence against children*. Londen: Pluto Press.
- Kleinnijenhuis, J., Oegema, D., Ridder, J. De, & Hoof, A. van (2007). A test of rivaling hypotheses to explain news effects: News on issue positions of parties, real world developments, support and criticism and success and failure. *Journal of Communication*, 57(2), 366-384. doi:10.1111/j.1460-2466.2007.00347.x
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kumar, D. (2010). Framing islam: The resurgence of orientalism during the Bush-II era. *Journal of Communication Inquiry*, 3(10), 254-277.
- Kussendrager, N., & Lugt, D. (2007). *Basisboek journalistiek: Achtergronden, genres, vaardigheden*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

- Lemm, R. (2016). Laat u niet in de hoek drijven. *NRC Handelsblad*. Geraadpleegd op <http://www.nrc.nl/nieuws/2016/04/23/laat-u-niet-in-de-hoek-drijven-1611241>
- Leugering, G. (2010). *Een framinganalyse over Islamitische Staat in nieuwsberichten op NOS.nl en in online discussies op de NOS-Facebookpagina* (masterscriptie). Geraadpleegd op <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/37291/Masterscriptie%20Guido%20Leugering%20.pdf?sequence=1>
- Lister, T. (2015, 11 december). What does ISIS really want? *CNN*. Geraadpleegd op <http://edition.cnn.com/2015/12/11/middleeast/isis-syria-iraq-caliphate/>
- Martin, S. E., & Copeland, D. (2003). *The function of newspapers in society: A global perspective*. Greenwood Publishing: Engeland.
- Moeller, S. (1999). *Compassion fatigue. How the media sell disease, famine, war and death*. New York and London: Routledge.
- Nawaz, M. (2015). How to beat Islamic State and win against the jihadists, isolate them, undercut their appeal to Muslims and avoid a ‘clash of civilizations’. *Wall Street Journal*. Geraadpleegd op <http://www.wsj.com/articles/how-to-beat-islamic-state-1449850833>
- Norris, P., Kern, M., & Just, M. (2003). *Framing terrorism*. Geraadpleegd op <https://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/Framing/terrorism/Chapter/Introduction.pdf>
- Oudheusden, J. (2016). Islamitische Staat: Ontstaan en geschiedenis van de terreurbeweging. Geraadpleegd op 17 januari 2017, op <http://historiek.net/islamitische-staat-geschiedenis-terreurbeweging/63530/>
- Pinker, S. (2016, 4 april). Is world history becoming more peaceful or more violent [YouTube]. Geraadpleegd op <http://bigthink.com/videos/steven-pinker-on-data-and-the-history-of-violence>
- RTL Nieuws. (2015, 14 november). Veel bijval voor ‘oorlog’-uitspraak Rutte. Geraadpleegd op <http://www.rtlnieuws.nl/nieuws/politiek/veel-bijval-vooroorlog-uitspraak-rutte>
- Ruigrok, N. (2008). Journalism of attachment and objectivity: Dutch journalists and the Bosnian War. *Media, War & Conflict*, 1(3), 293-313. doi:10.1177/1750635208097048
- Ruigrok, N. (2013). *Project X Haren: Een mediahype, maar vooral ná de rellen*. Geraadpleegd op <http://nieuwsmonitor.org/wp-content/uploads/Haren-rapport-1.pdf>
- Ruigrok, N., & Van Atteveldt, W. (2007). Global Angling with a Local Angle: How U.S., British, and Dutch Newspapers Frame Global and Local Terrorist Attacks. *The international journal of press/politics*, 12(1), 68-90. doi: 10.1177/1081180X06297436
- Said, E. (1979). *Orientalism*. New York: Vintage Books.
- Schaap, G., & Pleijter, A. (2012). Het sensatiegehalte van voorpaginafoto's: een inhoudsanalyse van populaire- en kwaliteitskranten in Nederland. *Tijdschrift voor de Communicatiewetenschap*, 40(1), 71-86. <http://hdl.handle.net/11370/dc784cf9-7ca9-48d4a1cb831f609d7a9e>

- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European journal of communication*, 19(1), 87-101. doi:10.1177/0267323104040696
- Seib, P. (2004). *The news media and the clash of civilizations*. Londen: Palgrave Macmillan.
- 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. doi:10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.
- Shoemaker P.J., & Reese, S.D. (2014). *Mediating the message in the 21st century. A media sociology perspective*. New York: Routledge.
- Shoemaker, P., & Vos, T. I. M. (2009). *Gatekeeping Theory*. Londen: Routledge.
- Shyrock, A. J. (2002). New images of Arab Detroit: Seeing otherness and identity through the lens of september 11. *Journal of American anthropologist*, 104(3), 917-922. doi:10.1525/aa.2002.104.3.917
- Sobolewska, M., & Ali, S. (2015). Who speaks for muslims? The role of the press in the creation and reporting of Muslim public opinion polls in the aftermath of London bombings in July 2005. *Journal of Ethnicities*, 15(5), 675-695. doi: 10.1177/1468796812467958
- Starr, B. (2016, 20 juni). *CNN Politics*. Geraadpleegd op <http://edition.cnn.com/2016/06/16/politics/john-brennan-cia-isis/>
- Staszak, J. F. (2008). *Other/Otherness*. Verkregen van <http://www.unige.ch/sciencessociete/geo/collaborateurs/publicationsJFS/OtherOtherness.pdf>.
- Strömbäck, J., Karlsson, M., & Hopmann, D. (2012). Determinants of news content: Comparing journalists' perceptions of the normative and actual impact of different event properties when deciding what's news. *Journal of Journalism Studies*, 13(6), 718-728. doi:10.1080/1461670X.2012.664321
- Van Atteveldt, W. van, Ruigrok, N., & Kleinnijenhuis, J. (2005). *Associative Framing A unified method for measuring media frames and the media agenda*. Verkregen van <http://vanatteveldt.com/uploads/ica2006.pdf>
- Van Atteveldt, W., Ruigrok, N., Takens, J., & Jacobi, C. (2014). *Inhoudsanalyse met AmCAT*. Verkregen van <http://vanatteveldt.com/wpcontent/uploads/AmCATbook.pdf>
- Van Gorp, B. (2004). *Framing en het interpreteren van nieuws: Een experimenteel onderzoek naar de effecten van frames*. Verkregen van <http://uahost.uantwerpen.be/psw/pswpapers/PSWpaper%202004-06%20van%20gorp.pdf>
- Vasterman, P., Yzemans, J., & Dirkzwager, A. (2005). The role of the media and media hypes in the aftermath of disasters. *Epidemiological Reviews*, 27(3), 107-114. doi:10.1093.epirev/mxi002
- Vliegthart, R., & Roggeband, C. (2007). Framing Immigration and Integration. *International Communication Gazette*, 69(3), 295-315. doi:10.1177/1748048507076582

- Vos, L. (2015, 7 juli). Terroristische moslims in de media beïnvloeden het beeld van alle moslims. *De Nieuwe Reporter*. Geraadpleegd op <http://www.denieuwereporter.nl/2015/07/terroristische-moslims-in-de-media-beinvloeden-het-beeld-van-alle-moslims/>
- Vulliamy, E. (1999) Neutrality and the absence of reckoning: A journalist's account, *Journal of International Affairs*, 52(2), 603-20.
- Walford, G. (2010). Classification and framing of the curriculum in evangelical christian and muslim schools in England and The Netherlands. *Journal of educational studies*, 28(4), 403-419. doi: 10.1080/0305569022000042417
- Wanta, W., Golan, G., & Lee, C. (2004). Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations. *Journal of Journalism & Mass Communication*, 81(2), 364-377. doi:10.1177/107769900408100209
- Welbers, K., van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N., & Schaper, J. (2015). News selectioncriteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism* 17(8), 1037-1053. doi:10.1177/14648849155954
- Werbner, P. (2005). Islamophobia: Incitement to religious hatred-legislating for a new fear? *Anthropology Today*, 21(1), 5-9.
- Wieten, J. (2002). *Srebrenica: een 'veilig' gebied* (Nederlands instituut voor oorlogsdokumentatie). Verkregen van <http://niod.nl/sites/niod.nl/files/J.Wieten-Srebrenica-en-de-journalistiek.Achtergronden-en-invloed-van-de-berichtgeving-over-het-conflict-in-voormalig-Joegoslavi-AB.pdf>

**Bijlage 1. Precision zoekterm: “Islamitische Staat” OR “ISIS” (dataverzameling)**

Van de 6985 gevonden artikelen zijn 50 artikelen geselecteerd om de aanwezigheid van deze termen te bevestigen dan wel te verwerpen.

Het aantal terecht gevonden artikelen was: 46

Het aantal onterecht gevonden artikelen was: 4

De formule voor de berekening van de *precision* is:

$$Precision = \frac{terechtgevonden}{terechtgevonden + onterechtgevonden}$$

$$Precision = \frac{46}{(46 + 4)} = 0.92$$

De *precision* van deze zoekterm is 92 procent.

**Bijlage 2. Recall zoekterm: “NOT (*Islamitische Staat* OR *ISIS*)” (dataverzameling)**

Van de 2282 gevonden artikelen (met NOT voor de zoekterm) zijn 50 artikelen geselecteerd.

Gevonden	Relevant	
	Ja	Nee
Ja	46	4
Nee	1	49

Gevonden	Relevant	
	Ja	Nee
Ja	46/50=92%	4/50=8%
Nee	1/50=2%	49/50=98%

Gevonden	Relevant	
	Ja	Nee
Ja	0.92*6985=6426	0.08*6985=559
Nee	0.02*2282=46	0.98*2282=2236

$$Recall = \frac{\text{gevonden relevante artikelen}}{(\text{totaal relevante artikelen} + \text{ongevonden relevante artikelen})}$$

$$Recall = \frac{6426}{6426 + 46} = 0.99$$

De *recall* bedraagt 99 procent.



### **Bijlage 3. Intercodeurbetrouwbaarheid van de frames en nieuwswaarden**

#### *Nieuwswaarden*

1. Suggereert het krantenbericht een conflict tussen actoren of slecht nieuws?
2. Behelst het krantenbericht een onverwachte gebeurtenis/ontwikkeling?
3. Suggereert het krantenbericht dat er machtige landen dan wel personen betrokken zijn bij de gebeurtenis/ontwikkeling?
4. Is het geografisch- of cultureel nabij voor inwoners van Nederland?

#### *Othering*

5. Suggereert het krantenbericht onenigheid tussen partijen/individuen/groepen of landen?
6. Suggereert het krantenbericht dat de ene groep de andere groep ergens van beschuldigt?
7. Refereert het krantenbericht aan meerdere kanten van het probleem?
8. Spreekt het artikel over 'wij' en 'zij'?

#### *Clash of Civilizations*

9. Suggereert het krantenbericht dat er een dreiging is op maatschappelijke niveau ?
10. Suggereert het krantenbericht dat er een dreiging is die dichterbij komt?
11. Suggereert het krantenbericht dat het Westen en Oosten uit elkaar drijven dan wel toenemend polariseren?

#### *Diplomatieke frame*

12. Suggereert het krantenbericht een vreedevolle oplossing voor het benoemde conflict?
13. Suggereert het krantenbericht een juridische oplossing met eventuele hulp van internationale organisaties?
14. Suggereert het krantenbericht diplomatieke betrokkenheid van overheidsinstellingen of activistische groeperingen?

#### *Militaire interventie frame*

15. Suggereert het krantenbericht een militaire oplossing voor het conflict?
16. Suggereert het krantenbericht een militaire interventie of militaire samenwerking met andere landen?

Vraag	Intercodeurbetrouwbaarheid
Othering 1	0.77
Othering 2	0.62
Othering 3	0.88
Othering 4	0.77
<b>Gemiddelde othering</b>	<b>0.76</b>
Clash of Civilizations 1	0.77
Clash of Civilizations 2	0.69
Clash of Civilizations 3	1
<b>Gemiddelde clash of civilizations</b>	<b>0.82</b>
Diplomatiek 1	1
Diplomatiek 2	0.64
Diplomatiek 3	0.73
<b>Gemiddelde diplomatieke frame</b>	<b>0.79</b>
Militaire interventie 1	0.77
Militaire interventie 2	0.90
<b>Gemiddelde militaire interventie frame</b>	<b>0.84</b>
Nieuws waarde 1	0.80
Nieuws waarde 2	0.90
Nieuws waarde 3	0.78
Nieuws waarde 4	0.73