

Mexico in het nieuws

Gedrukte en online berichtgeving in Nederlandse populaire- en kwaliteitskranten

Student Name: Mirthe van der Drift
Student Number: 470959

Supervisor: dr. P.C. Ruigrok
2nd Reader: dr. M.N.M. Verboord

Master Media Studies - Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis
25 juni 2018

‘Information about the world matters to people of the world.’
(Wu, Groshek & Elasmr, 2016 p. 1860)

Abstract

De afgelopen jaren fluctueert het geweld in Mexico sterk. Uit een rapportage van de Mexicaanse regering blijkt dat na een piek in 2011, het jaar 2017 het bloederigste jaar is geweest sinds 1997 (SESNSP, 2018). Het is de vraag *in hoeverre en op welke manier* berichtgeving over Mexico ons land bereikt en wat hiervan de gevolgen zijn voor het beeld dat heerst over Mexico. Dit onderzoek vergelijkt de berichtgeving over Mexico in de vier grootste Nederlandse kranten, met als hoofdvraag: *In hoeverre en op welke wijze hebben de Nederlandse media bericht over Mexico in de afgelopen zeven jaar?* Mexico dient als *case study* om inzicht te verkrijgen in hoeverre de aandacht voor buitenlandnieuws verschilt tussen populaire- en kwaliteitskranten en de gedrukte en online uitgave van de krant. Over de periode 2011-2017 berichtten Nederlandse kranten over dezelfde soort gebeurtenissen in Mexico en in hetzelfde volume. Dit is een aanwijzing voor de institutionalisering van het nieuws en sluit aan bij de bevinding dat media aanbieders steeds meer op elkaar gaan lijken (Cook, 2006), ingegeven door de angst om een scoop of primeur te missen (Ruigrok et al., 2013). De pieken in berichtgeving gaan niet over sociaal, economisch en culturele ontwikkelingen in Mexico zelf. Of Mexico nieuws wordt in Nederlandse kranten, is afhankelijk van externe gebeurtenissen. Daarnaast blijkt dat Mexico in populaire kranten nieuwswaardiger wordt wanneer bij de gebeurtenis een relatie met Nederland kan worden gelegd. Kwaliteitskranten duiden de Mexicaanse werkelijkheid significant vaker met het conflictframe en het verantwoordelijkheidsframe. Dit betekent dat de context significant vaker wordt omschreven met cijfers over lokale ontwikkelingen en beleidsmaatregelen van overheden. Deze thematische weergave geeft de kwaliteitskrantlezer meer Mexicaanse context van de nieuwsgebeurtenis. Op de website komen de nieuwswaarden elite en conflict significant vaker voor dan in de gedrukte versies van de vier kranten. In het veranderend medialandschap wordt nieuws steeds meer geproduceerd naar de voorkeuren van de gebruiker. De basisprincipes van journalistiek worden hierdoor buitenspel gezet. Gebruikers worden zo meer geïsoleerd van andere inzichten. De verwachting is dat de gedrukte media een steeds kleiner marktaandeel bedient (Bakker, 2015). Daarom moet met name de online journalistiek zich verder bekwamen in het inhoudelijk nieuwsgierig houden van de lezer, naar nieuwe, andere inzichten. Pluriforme informatie over sociale, culturele, economische en politieke ontwikkelingen in eigen land en in het buitenland is nodig om te kunnen participeren in een open en democratische samenleving.

KEYWORDS: *Media, Buitenlandnieuws, Nieuwsselectie, Framing, Online berichtgeving*

Inhoudsopgave

Introductie	5
1.1 Wetenschappelijke relevantie.....	7
1.2 Maatschappelijke relevantie.....	8
2. Theorie	10
2.1 Situatieschets Mexico	10
2.2 Veranderend medialandschap	11
2.3 Aanbod van het nieuws: Nieuwsselectie	13
2.3.1 Nieuwswaarden	15
2.3.2 Nieuwswaarden en buitenlandnieuws.....	16
2.3.3 Populaire en kwaliteitskranten	18
2.3.4 Online en gedrukte berichtgeving en nieuwswaarden	19
2.4 Framing van het nieuws	21
2.4.1 Episodisch en thematisch frame	22
2.4.2 Frames in het buitenlandnieuws.....	23
3. Methode	26
3.1 Dataverzameling	26
3.2 Onderzoeksmethode	27
3.3 Operationalisering en analyseplan	29
3.3.1 Automatisch: Mate van aandacht	29
3.3.2 Handmatig: Nieuwswaarden	30
3.3.3 Handmatig: Framing.....	31
4. Resultaten	35
4.1 Mexico in het nieuws	35
4.1.1 Aandacht voor Mexico in populaire en kwaliteitskranten	37
4.1.2 Aandacht voor Mexico in gedrukte en online kranten.....	38
4.2 Nieuwswaarden	40
4.3 Frames in de berichtgeving over Mexico	45
4.3.1 Episodisch frame en thematisch frame	45
5. Conclusie en discussie	57
Literatuurlijst	62
Appendix A: Codeerinstructie	70
Appendix B: Codeboek	79
Appendix C: Betrouwbaarheid nieuwswaarden en frames	83

Introductie

“News about foreign countries matters”

(Johnson, 1997 p. 315)

Nieuws is geen volledige weergave van alles wat er in de wereld gebeurt, maar een selectie gemaakt door journalisten. Dit selectieproces bepaalt de informatie die de media presenteren en die daarmee de nieuwsgebruiker bereikt. Naast de traditionele mediakanalen vindt de nieuwsgebruiker steeds vaker informatie online (Burggraaff & Trilling, 2017; DeVito, 2017). De nieuwsselectie voor online berichtgeving is sterk gefocust op emotie, negativiteit, conflict en vermaak (Ruigrok, Van Atteveldt, Gagestein & Jacobi 2017a; Ruigrok et al., 2013; Larsson, 2018), met als gevolg dat online nieuwsgebruikers andere informatie gepresenteerd krijgen dan diegenen die traditionele media gebruiken voor hun informatiebehoeften (Brewer, Graf & Wilnat, 2003).

Uit eerder onderzoek blijkt dat de representatie van landen in de media bepalend is voor de manier waarop de wereld door de lezer wordt begrepen (Masmoudi, 1979; Brewer et al., 2003; Hanusch, 2008). Nieuwsgebruikers vormen zich een beeld van de werkelijkheid op basis van informatie die de journalist wel of juist niet presenteert. Die berichtgeving heeft effect op de kennis en ideeën van de lezer (Johnson, 1997). Ligt de nadruk bijvoorbeeld op negativiteit, dan zal dit de associatie en het beeld dat de nieuwsgebruiker van een land heeft, negatief beïnvloeden. In dit onderzoek staat berichtgeving over het land Mexico centraal.

Berichtgeving over Mexico waarin geweld en drugscriminaliteit wordt beschreven is ons niet vreemd en lijkt zelfs de overhand te hebben in de nieuwsstroom. Een selectie uit recente Nederlandse krantenkoppen illustreert dit: “*Recordaantal moorden in Mexico: 'Je kunt niet meer eten omdat die geur bij je blijft'*” (de Volkskrant, 2017); “*Man snijdt vrouw in stukken en kookt haar - Mexico*” (De Telegraaf, 2018), “*Ruim 250 schedels gevonden in massagraf Mexico*” (Algemeen Dagblad, 2017).

De afgelopen jaren fluctueert het geweld in Mexico sterk. Uit een rapportage van de Mexicaanse regering blijkt dat na een piek in 2011, het jaar 2017 het bloederigste jaar is geweest sinds 1997 (SESNSP, 2018). Onderzoek van het *International Institute for Strategic Studies*

(IISS) wijst uit dat in 2017 alleen in Syrië meer mensen zijn vermoord dan in Mexico (IISS, 2018).

Het is de vraag *in hoeverre en op welke manier* berichtgeving over Mexico ons land bereikt en wat hiervan de gevolgen zijn voor het beeld dat heerst over Mexico. In dit onderzoek is berichtgeving over Mexico vanaf 2011 tot en met 2017 vergeleken om inzicht te krijgen in hoeverre de media-aandacht en de inhoud van de berichtgeving verschilt. De hoofdvraag van dit onderzoek is:

In hoeverre en op welke wijze hebben de Nederlandse media bericht over Mexico in de afgelopen zeven jaar?

Om deze vraag te beantwoorden zijn type kranten, hun online en gedrukte versie, in verschillende jaren, vergeleken in hun berichtgeving over Mexico.

Eerder onderzoek toont aan dat er verschillen zijn tussen kranten in de selectie van nieuws en de inhoud van de berichtgeving (Bakker & Scholten, 2015). Zo blijkt dat de gebeurtenissen die als nieuwswaardig worden beoordeeld (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O'Neill, 2001, 2016), sterk verschillen in diverse kranten (Boukes & Vliegthart, 2017). Dit werkt door in de onderwerpkeuze en de manier waarop informatie wordt gepresenteerd. Om te beoordelen of berichtgeving over Mexico varieert in verschillende kranten, is berichtgeving van de vier grootste Nederlandse kranten onderling vergeleken, zowel in de papieren versie als op de website. Op basis van eerder onderzoek zijn de Nederlandse kranten onderverdeeld in populaire kranten en kwaliteitskranten (Bakker & Scholten, 2015; Biltereyst & Desmet 2009; Boukes & Vliegthart, 2017; Kussendrager & Van der Lucht, 2007).

Niet alleen de media-aanbieders verschillen, ook de inhoud van de gedrukte krant en van de website verschilt (Ruigrok et al., 2013; 2017, Tewksbury & Althaus, 2000, Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis & Ruigrok, 2016). Online berichtgeving heeft meer aandacht voor de nieuwswaarden conflict en negativiteit dan de gedrukte krant (Ruigrok et al., 2013; Ruigrok et al., 2017), nieuwsgebruikers krijgen de informatie anders gepresenteerd dan in de traditionele media (Brewer et al., 2003) en lezen hierdoor minder internationaal en politiek nieuws (Tewksbury & Althaus, 2000).

Naast verschillen tussen media-aanbieders en platformen bestaan er ook verschillen in de manier van berichtgeving. Feiten worden in een bepaalde context geplaatst waardoor deze betekenis krijgen. Shoemaker en Reese (2013) omschrijven dit als framing. In het framingproces maakt de schrijver van een nieuwsartikel verschillende keuzes over het over-, dan wel onderbelichten van bepaalde aspecten. Van (complexe) situaties worden bepaalde aspecten benadrukt die de gebeurtenis duiden en begrijpelijk maken (Entman, 1993). Dit heeft effect op de manier waarop nieuws aan de nieuwsgebruiker gepresenteerd wordt en de perceptie van de lezer op het onderwerp en tenslotte hoe deze hier betekenis aan geeft (De Vreese, 2005). Dit onderzoek richt zich op de vraag in hoeverre welke nieuwswaarden en frames terugkomen in de berichtgeving over Mexico.

1.1 Wetenschappelijke relevantie

Buitenlandnieuws is een veelvuldig onderzocht onderwerp in het veld van mediaonderzoek (Wu, 2000; 2016, Harcup & O'Neill 2009; 2016). Het in beeld brengen van dominante nieuwswaarden met betrekking tot het buitenlandnieuws, is belangrijk om inzicht te verkrijgen in hoe deze onderwerpen in de media worden weergegeven. Onderzoek naar Amerikaanse berichtgeving over Mexico toont aan dat een negatieve associatie met Mexico veel voor komt, omdat het nieuws over dit land vooral in verband wordt gebracht met criminaliteit en drugs (Brewer et al., 2003). Dit onderzoek biedt inzicht in hoeverre deze kenmerken ook gelden voor de Nederlandse berichtgeving. Deze inzichten zijn een toevoeging aan de bestaande literatuur over hoe Mexico wordt gepresenteerd in buitenlandnieuws (Cassara, 1993; Johnson, 1997; Wu, 2000).

In een veranderend medialandschap met een groeiend online nieuwsaanbod, belicht dit onderzoek of er sprake is van een verandering in de mate van aandacht en de manier waarop er bericht wordt over Mexico. In dit onderzoek wordt de berichtgeving vergeleken in de periode 2011-2017. Door de berichtgeving uit verschillende jaren te vergelijken kan inzichtelijk worden gemaakt of het nieuws over Mexico daadwerkelijk wordt bepaald door dezelfde nieuwswaarden of dat andere factoren een rol spelen in de berichtgeving over Mexico.

Eerder onderzoek wijst uit dat conflict en slecht nieuws dominant zijn in de berichtgeving over buitenlandnieuws (Hannerz, 2012; Harcup & O'Neill, 2009; 2016; Wu, 2000; 2007). In dit onderzoek wordt getoetst in hoeverre dit geldt voor berichtgeving over Mexico.

De drugsoorlog in Mexico is complex omdat de criminaliteit en corruptie vervlochten zijn geraakt met het bestuur (Dell, 2015; SESNSP, 2018). Er is geen duidelijke oplossing, wat resulteert in een uitzichtloze situatie. Eerder onderzoek toont aan dat de interesse voor problematiek afneemt wanneer een situatie uitzichtloos lijkt (Moeller, 2002). De afname van interesse en sympathie van de lezer heeft invloed op de nieuwsproductie en resulteert in een afname van de berichtgeving (Moeller, 2002). Door de aandacht voor Mexico over verschillende jaren te vergelijken, wordt onderzocht of er in het geval van Mexico sprake is van verlies van Nederlandse sympathie en daarmee ook de interesse voor de problematiek in het land. Dit draagt bij aan de kennis over de selectie van buitenlandnieuws.

Onderzoek wijst uit dat media steeds meer op elkaar gaan lijken (Cook, 2006; Ruigrok et al., 2013). Door de berichtgeving over Mexico te vergelijken tussen media en platformen, kan in kaart gebracht worden in hoeverre er sprake is van institutionalisering van Nederlandse media.

1.2 Maatschappelijke relevantie

Naast uitbreiding van bestaande wetenschappelijke kennis, is dit onderzoek ook maatschappelijk relevant. In een globaliserende wereld is begrip voor andere landen en culturen van steeds groter belang (Hanusch, 2008). De wereldeconomie en politiek zijn sterk vervlochten en emigratie en immigratie zijn aan de orde van de dag. In het huidige tijdperk zijn de media belangrijk voor het begrip en de verbinding tussen verschillende culturen (Hanusch, 2008 p.341). Indien we niet op basis van eigen waarnemingen kunnen oordelen, zijn we afhankelijk van de media voor informatievoorziening (Broersma, 2015; Scheufele, 1999). Het herhaaldelijk op dezelfde manier presenteren van een bepaald onderwerp of fenomeen gaat de heersende associatie met dat onderwerp bepalen (Gerbner, 1998).

In dit onderzoek wordt de aandacht, de nieuwsselectie en de framing van het nieuws over Mexico vergeleken tussen media-aanbieders en hun platformen. Hoe een boodschap wordt overgebracht beïnvloedt zowel het individu als de samenleving als geheel (De Vreese, 2005). Het individu ontwikkelt bepaalde ideeën over een onderwerp gebaseerd op de manier waarop het onderwerp wordt gepresenteerd. Op het niveau van de samenleving beïnvloedt framegebruik de communicatie, de politieke besluitvorming (De Vreese, 2005) en de agendasetting (Ruigrok, 2017).

Door berichtgeving over Mexico te analyseren, wordt het beeld dat de media schetsen blootgelegd. Onderzoek wijst uit dat door de manier waarop een land in de media wordt gerepresenteerd, de associatie met dit land positief dan wel negatief kan worden beïnvloed (Wu, 2000). Een eenzijdige of onvolledige weergave van de gebeurtenissen beïnvloedt de perceptie op de werkelijkheid en zorgt ervoor dat mensen een verkeerd beeld krijgen. Negatieve stereotypering wekt de angst voor vreemdelingen op en veroorzaakt door angst voor de ‘ander’ gevoel van onveiligheid (Staszak, 2008).

Burgers voelen zich veiliger naarmate ze de wereld waarin ze leven beter kunnen begrijpen (Fürsich, 2010). Globalisering maakt het deel van de wereld waarmee we in contact zijn steeds groter. Hierdoor groeit de informerende taak van de media en de relevantie van buitenlandnieuws. Een minder pluriform media-aanbod, waarin factoren als herkenbaarheid, entertainment en vermaak de berichtgeving gaan bepalen, drukt buitenlandnieuws naar de achtergrond (Bakker & Scholten). Met Mexico als *case study* wordt de berichtgeving van verschillende media en hun platformen vergeleken. In Nederland zijn er weinig lezers die zowel populaire als kwaliteitskranten raadplegen (Burggraaff & Trilling, 2017), daarom zijn beide soorten kranten onderzocht.

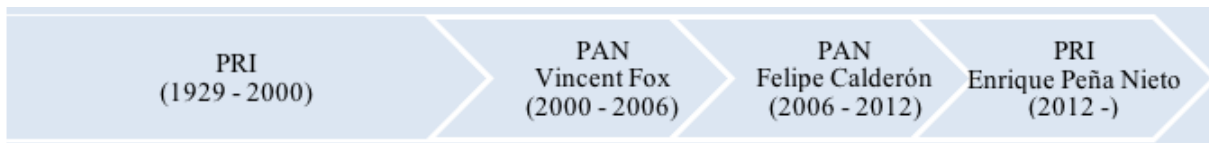
De nieuwsselectie en framing van het nieuws geeft inzicht in welke gebeurtenissen en op welke manier er over Mexico wordt bericht. Deze *case study* biedt inzicht in hoe buitenlandnieuws wordt gepresenteerd. Tevens wordt inzicht verkregen in hoe de journalistiek bijdraagt aan pluriform nieuwsaanbod dat voor burgers essentieel is om geïnformeerd deel te kunnen nemen aan de democratische samenleving (Strömbäck, 2005).

Dit onderzoek biedt de redactie van de kranten een empirisch inzicht in de authenticiteit van hun nieuwselectie en een reflectie op de informerende taakopvatting van de buitenlandredacties.

2. Theorie

2.1 Situatieschets Mexico

De afgelopen jaren hebben er verschillende verschuivingen plaatsgevonden in het bestuur van Mexico. In figuur 1 is een overzicht gegeven van de regeringspartijen.

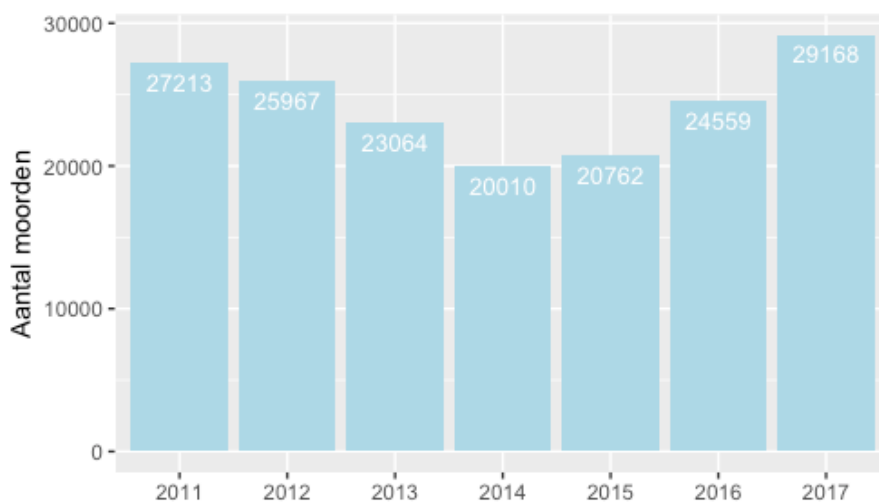


Figuur 1. *Overzicht regeringspartijen*

De Partido Revolucionario Institucional afgekort PRI (Institutioneel Revolutionaire Partij), regeerde het land vanaf 1929 totdat er steeds meer weerstand en protest onder de bevolking ontstond tegen corruptie in het bestuur. De Mexicanen kozen in 2000 voor een leider van de oppositiepartij *Partido Acción Nacional* afgekort PAN (Nationale Actie Partij), onder leiding van Vincente Fox. Vincente Fox is in 2006 opgevolgd door partijgenoot Felipe Calderón. Het beleid van de PAN onder leiding van Felipe Calderón heeft veel effect gehad op de ontwikkelingen in Mexico. In 2006 startte Calderón een harde strijd tegen de drugskartels. Hij zette het leger in om de drugshandel en criminaliteit te stoppen, wat wordt gezien als het beginpunt van de *war on drugs* in Mexico (Dell, 2015). De inzet van het leger had tot gevolg dat er deze periode veel doden en gewonden zijn gevallen (Dell, 2015). De *war on drugs* zorgde voor veel onrust in het land. Na 12 jaar bewindsvoering van PAN is in 2012 PRI-leider Enrique Peña Nieto gekozen. Na zijn aantreden neemt het geweld af, Peña Nieto richt zich op de kopstukken van de drugskartels.

Hoewel er discussie is over de exacte aantallen is de trend in de verschillende onderzoeken hetzelfde. Zoals weergegeven in figuur 2 is in het jaar 2017 het aantal geregistreerde moorden door *Institutio Nacional de Estadística y Geografía* hoger dan in 2011, het jaar dat tot nu toe werd gezien als het dieptepunt van de drugsoorlog.

De daling van het aantal moorden vanaf 2012 komt overeen met de eerste jaren van het presidentschap van PRI leider Enrique Peña Nieto. Verschillende criminelen, zoals kartelleider Joaquín 'El Chapo' Guzmán, zijn tijdens het bewind van Peña Nieto gearresteerd.



Bron: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2018)

Figuur 2. Aantal moorden in Mexico van het jaar 2011 tot 2017

Vanaf 2015 neemt het geweld opnieuw toe (SESNSP, 2018). De arrestaties van kopstukken in de drugs wereld leidde tot versplintering van de drugskartels. Door de versplintering zijn de kartels minder krachtig en gaan de kleinere groepen met elkaar de strijd aan om territorium (Dell, 2015).

2.2 Veranderend medialandschap

Het geheel van onderlinge verhoudingen tussen media-aanbieders, mediagebruikers, overheid en politiek tezamen, wordt gedefinieerd als het medialandschap (Van de Donk & Broeders, 2013). Dit landschap is voortdurend aan verandering onderhevig.

De bestaande verhoudingen zijn veranderd als gevolg van de ontzuiling van de Nederlandse samenleving. Toen aan het einde van de jaren zestig de zuilenstructuur op basis van religie en levensbeschouwing in Nederland begon te verdwijnen, maakten individuen steeds meer keuzes op basis van eigen voorkeur in plaats van het leven in te richten in lijn met de ideologie van de zuil. De ontzuiling leidde ertoe dat media-aanbieders niet meer als vanzelfsprekend een afzetmarkt vonden in de eigen zuil maar de aandacht van het publiek voor zich moesten winnen (Broeders & Vos, 2009). Zo ontstond er concurrentiestrijd tussen de media-aanbieders om de aandacht van het publiek. Een commerciële media-aanbod was hiervan het gevolg. In het commerciële wordende medialandschap worden de eigenschappen van het medium zelf steeds belangrijker. Nieuws wordt gebracht in een vorm waarbij de kenmerken van het medium leidend zijn, de logica van het medium zelf (RMO, 2003, p.33).

Door de commercialisering en de toename van de concurrentie is de relatie tussen de media-aanbieder en gebruiker veranderd. De voorkeur van het publiek wordt steeds belangrijker en dit zorgt voor veranderingen in de selectie van het nieuws (Schudson, 2003). Er vindt een verschuiving plaats van het *trustee model* naar het *market model* (Hamilton, 2004). Binnen het trustee model vond nieuwsselectie plaats op basis van wat belangrijk werd geacht voor de lezer om kennis van te nemen. In het market model wordt de selectie van nieuwsgebeurtenissen veel meer afgestemd op de voorkeur van de media-gebruiker. De verschuiving naar het *market model* zorgt voor een verschuiving in de nieuwsselectie en daarmee in hoeverre een gebeurtenis als nieuwswaardig wordt beoordeeld. De selectie van nieuws richt zich steeds meer op onderwerpen die toegankelijk zijn voor een breed publiek (Schudson, 2003). Het belang van berichtgeving die een groot publiek aanspreekt zorgt ervoor dat entertainment en vermaak een grotere rol gaan spelen in de berichtgeving (Brants & Van Praag, 2000). De onderwerpen die terugkomen in verschillende media gaan vaak over conflict en zijn sterk persoonsgericht (Ruigrok et al. 2010).

Hoewel de toenemende concurrentie kan leiden tot pluriformiteit in het media-aanbod is er ook een andere ontwikkeling te zien. Cook spreekt (2006) van een institutionalisering van het nieuws. Uit angst om een primeur of scoop te missen gaan journalisten elkaar steeds meer na doen (Welbers et al., 2016). Ook in Nederland is dit het geval. Onderzoek van Ruigrok et al., (2010) wijst uit dat regelmatig dezelfde onderwerpen media-aandacht krijgen. Ook onderwerpen die niet direct van belang zijn voor de burger: ‘Soms lijken onderwerpen eerder belangrijk omdat andere media erover berichten, dan omdat de journalist ze inherent nieuwswaardig vindt.’ (Ruigrok et al., 2010, p. 12). Er ontstaat een papegaaiencircuit in het medialandschap. Onder druk van de toegenomen concurrentie praten media elkaar na om te voorkomen dat informatie gemist wordt. De verschillende media-aanbieders bewegen steeds meer naar elkaar toe en de berichtgeving vertoont steeds meer dezelfde kenmerken (Cook, 2006).

De opkomst van technologische ontwikkelingen heeft de commercialisering en de toename van concurrentie binnen het medialandschap versneld. De digitale mogelijkheden hebben ervoor gezorgd dat informatie op steeds meer manieren en plaatsen beschikbaar is. Het ontstaan van een continue mogelijkheid tot publicatie resulteert in een 24/7 nieuwsmarkt. Dit versterkt de concurrentie tussen media-aanbieders. Het hoge tempo van het nieuwsaanbod zorgt voor

toename van de werkdruk (Burggraaff & Trilling, 2017). Nieuws is sneller verouderd en minder exclusief (RMO, 2003). Traditionele media hebben geen monopolie meer op het nieuws (Drok, 2015). De tijd die we online besteden neemt toe en steeds minder mensen hebben een abonnement op een krant (CBS, 2017). Digitale innovaties zoals smartphones en nieuwsapps maken online nieuws nog eenvoudiger toegankelijk en interactiever (Costera Meijer & Groot Kormelink, 2015).

Daarnaast is er veel meer zicht op de voorkeuren en gedragingen van nieuwsgebruikers door de online nieuwsconsumptie. Op basis van wat wordt aangeklikt, wordt gemonitord welke artikelen veel bekeken zijn en in hoeveel tijd iemand het artikel leest. De redactie kan op deze manier bepalen welke thema's of welk type nieuwsberichten populair zijn bij de lezersdoelgroep. De berichtgeving kan hierdoor nog beter afgestemd worden op de voorkeuren van de gebruikers. Onderzoek van Ruigrok et al. (2013) laat zien dat deze informatie over gebruikersvoorkeuren leidt tot aanpassing van de nieuwswebsite. De voorkeur van de online nieuwsgebruikers werkt ook door op de inhoud van de gedrukte versie van een krant (Ruigrok et al., 2013).

De opkomst van sociale media heeft de veranderingen versterkt. De voorkeur van de gebruiker wordt gemonitord en door middel van algoritmes kan het nieuwsaanbod op deze voorkeuren worden aangepast. Daarnaast kan het bereik van een artikel worden vergroot door de lezers zelf. Berichten kunnen worden gedeeld en verspreid via sociale mediakanalen. De online infrastructuur die is ontstaan wordt gekenmerkt door interactiviteit en connectiviteit (Drok, 2015, p.267).

De veranderingen in het medialandschap hebben gezorgd voor veranderingen in het aanbod en in de inhoud van nieuws.

2.3 Aanbod van het nieuws: Nieuwsselectie

Als gevolg van het veranderend medialandschap is ook de nieuwsselectie veranderd. Nieuwsselectie is het proces waarin uit alle gebeurtenissen wereldwijd, bepaalde onderwerpen worden geselecteerd voor de berichtgeving (Peterson, 1979, p.117). De verslaggevers of reporters zijn de *gate keepers* van de nieuwsstroom. Shoemaker en Vos (2009) definiëren *gatekeeping* als het proces waarbij een grote hoeveelheid aan informatie bewerkt en geselecteerd wordt door nieuwsorganisaties. In dit proces moeten journalisten een balans vinden

tussen wat belangrijk wordt geacht voor het publiek om te weten en datgene dat men graag leest (Gans, 1979).

Moeller (2002) herkent invloed van de interesse en sympathie van de lezers op de nieuwsselectie. Wanneer berichtgeving over een bepaalde gebeurtenis of land vaak hetzelfde is, krijgt de nieuwsgebruiker het idee dat de situatie uitzichtloos en negatief is. Stereotype berichtgeving over geweld versterkt dit effect. De afname van interesse en sympathie van de lezer heeft invloed op de nieuwsproductie (Moeller, 2002). De berichtgeving over de problematiek neemt af. Het gevolg hiervan is dat de nieuwsconsument ervan uitgaat dat ook het probleem afneemt (Moeller, 2002). Overmatige berichtgeving heeft als gevolg dat de lezer steeds minder geraakt wordt. Het 'went'. Die uitzichtloosheid van de situatie kan leiden tot een *compassion fatigue* van de nieuwsconsument (Moeller, 2002). Moeller (2002) richt zich op berichtgeving over conflictsituaties. Mexico wordt gezien als conflictgebied (IISS, 2018) maar kenmerkt zich op een andere manier, namelijk door criminaliteit en drugsgeweld. Daarom is het interessant om te bekijken in hoeverre de theorie van Moeller (2002) van toepassing is op de berichtgeving over Mexico.

In dit onderzoek wordt bekeken of de aandacht verschilt tussen de media-aanbieders en platformen in de periode 2011-2017.

Deelvraag 1: In hoeverre verschilt de aandacht voor Mexico in de periode 2011 tot en met 2017?

De voorkeur van de nieuwsgebruiker wordt steeds belangrijker in het veranderende medialandschap (RMO, 2003; Schudson, 2003; Welbers et al., 2015). Een gevolg van deze ontwikkeling is onder andere dat media minder aandacht zijn gaan besteden aan internationaal nieuws. Waar media in de jaren negentig veel aandacht besteedden aan buitenlandnieuws is de aandacht voor internationaal nieuws in de jaren daarna afgenomen (Van Ginneken, 1996; Hoge, 1997). In dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen populaire en kwaliteitskranten en hun gedrukte en online platformen. Op basis van dit onderscheid wordt de berichtgeving over Mexico tussen deze media aanbieders vergeleken. Een tweede deelvraag is dan ook in hoeverre de aandacht voor Mexico verschilt:

Deelvraag 2: In hoeverre verschilt de aandacht voor Mexico in populaire- en kwaliteitskranten en hun verschillende mediaplatformen in de periode 2010 tot 2017?

2.3.1 Nieuwswaarden

In het selectieproces spelen de kenmerken van de situatie of de gebeurtenis een belangrijke rol. Die kenmerken zijn de nieuwswaarden. Deze geven aan in hoeverre een gebeurtenis als nieuwswaardig wordt beschouwd (Burggraaff & Trilling, 2017). Er is veel onderzoek gedaan naar de voorspellers van nieuws. Zo onderscheiden Galtung en Ruge (1965) in hun klassieke studie twaalf nieuwswaarden in de berichtgeving: frequentie, drempelwaarde, ondubbelzinnigheid, betekenis, harmonie, uitzonderlijkheid, continuïteit, elitelanden, elitepersonen, personificatie en negativiteit. Hoe meer van deze kenmerken een gebeurtenis bezit, hoe groter de kans dat deze als nieuwswaardig wordt bestempeld (Galtung & Ruge, 1965). Op basis van dit onderzoek reduceerden Harcup en O'Neill (2001) in het moderne medialandschap het aantal nieuwswaarden tot tien factoren. Een gebeurtenis moet aan tenminste een van deze nieuwswaarden voldoen om nieuws te worden: entertainment, mate van onverwachtheid, goed nieuws, slecht nieuws, elite, sterren, omvang, relevantie, het vervolgverhaal en tot slot de media-agenda (Harcup & O'Neill, 2001, p. 279). De kern van de nieuwswaarden is gelijk gebleven aan de bevindingen van Galtung en Ruge (1965).

Er kan grofweg onderscheid gemaakt worden tussen hard en zacht nieuws. Shoemaker en Cohen (2006) maken onderscheid tussen deze twee typen nieuws door de mate van tijdgebondenheid. Over hard nieuws moet meteen bericht worden in tegenstelling tot het minder aan tijdgebonden zachte nieuws. Patterson (2000, p. 3) ziet zacht nieuws als persoonlijker, lichter en met meer nadruk op sensatie dan hard nieuws. Onderzoek van Ruigrok et al. (2013) maakt onderscheid tussen hard en zacht nieuws. Op basis hiervan is in tabel 1 onderscheid gemaakt tussen de nieuwswaarden.

Tabel 1. *Nieuwswaarden onderscheid tussen hard en zacht nieuws Ruigrok et al (2013).*

Nieuwswaarden	Hard nieuws	Zacht nieuws
Relevantie	X	
Bekend personen		X
Elite	X	
Entertainment		X
Onverwacht		X
Slecht nieuws	X	X
Goed nieuws	X	X
Nabijheid	X	X
Grootschaligheid	X	X

De nieuwswaarden en daarmee de selectie van nieuws verschilt tussen media met verschillend lezerspubliek (Burggraaff & Trilling, 2017). Onder andere door de redactie worden afwegingen gemaakt op basis van de doelgroep en kenmerken van het medium voordat het onderwerp in de krant verschijnt (Peterson, 1979). In de nieuwsproductie onderscheiden Shoemaker en Reese (1996) de invloeden op de inhoud van de berichtgeving in een *hierarchy of influence*. Dit model bestaat uit vijf verschillende lagen van invloed. De kern is het individuele niveau; de invloed van de *journalist* zelf. Bijvoorbeeld opleiding en rolperceptie beïnvloeden zijn of haar keuzes. De balans tussen informatie-, platform-, vermaak- en waakhondfunctie in deze rolperceptie heeft invloed op zijn nieuwsselectie (Deuze, 2004). De tweede laag, de *media routines* staat voor de manier van werken. Zoals bijvoorbeeld: het soort bronnen dat wordt geraadpleegd, structuur van deadlines en de persoonlijke voorkeur in de opbouw van een stuk. Deze persoonlijke routines worden beïnvloed door routines op *organisatieniveau*, de derde laag. De cultuur op de redactie is bepalend voor de normen en waarden, samenwerken en daarmee de nieuwsselectie. De vierde laag van invloed zijn *externe factoren* zoals adverteerders, pr-medewerkers, belangenorganisaties en het publiek. Het lezerspubliek wordt beïnvloed door bestaande verhoudingen in samenleving. Dit herkennen Shoemaker en Reese (2016) als de buitenste laag van invloed: ideologie. Ideologie is de consensus, de ideologie van de maatschappij en het systeem waarin wij leven.

De verschillen binnen het journalistieke proces, redacties en externe factoren hebben tot gevolg dat er op een andere manier wordt bericht en dat gebeurtenissen op andere criteria als nieuwswaardig worden beoordeeld. Dit betekent dat het buitenlandnieuws niet evenveel aandacht krijgt in de berichtgeving van verschillende media aanbieders. De interactie tussen de *hierarchy of influence* verschilt tussen media aanbieders en beïnvloedt in hoeverre buitenlandnieuws als nieuwswaardig wordt beoordeeld.

2.3.2 Nieuwswaarden en buitenlandnieuws

De internationale nieuwsstroom wordt beïnvloed door de bestaande politieke, economische en culturele verhoudingen tussen landen (Hopkins & Wallerstein, 1996). Deze verhoudingen hebben invloed op waar en hoe persbureaus en verslaggevers over de wereld verspreid zijn.

Wolfsfeld (2014) stelt: 'News happens where the journalists are' (p.48). In hoeverre er informatie beschikbaar is en er logistiek gezien verslag gedaan kan worden hangt af van de aanwezigheid van persbureaus. Het zwaartepunt van het aantal persbureaus ligt in het noordelijk en westelijk deel van de wereld (Stevenson, 1994). Over bepaalde landen wordt meer

bericht dan over andere landen. Onderzoek wijst uit dat de nieuwswaarden nabijheid, elite, conflict en slecht nieuws een belangrijke rol hebben in de nieuwsselectie (Groshek & Elasmara, 2016; Ruigrok et al., 2010; Wu, 2000).

De nieuwswaarde nabijheid is een belangrijke voorspeller voor buitenlandnieuws (Wu, 2000). De culturele vergelijkbaarheid tussen landen speelt hierin een belangrijke rol. Peterson (1979) stelt dat de ‘interaction with those like ourselves’ de voorkeur geniet (p.118). Wolfsfeld (2010) omschrijft dit als een *culturele bias* in de verdeling van de internationale nieuwsstroom. Deze voorkeur kan worden omschreven als een culture nabijheid, die als nieuwswaarde belangrijk is in buitenlandnieuws (Wu, 2000; 2003).

Onderzoek van Johnson (1997) wijst ook uit dat voor berichtgeving over Mexico in Amerikaanse kranten niet alleen de grootte van de krant, zoals Cassara (1993) vier jaar eerder aantoonde, maar ook nabijheid een belangrijke voorspeller is. Binnen nabijheid wordt onderscheid gemaakt tussen culturele nabijheid en geografische nabijheid (Johnson, 1997; Cassara 1993; Beaudoin & Thorson, 2001). De geografische afstand bepaalt in hoeverre het nieuws als urgent wordt gezien (Johnson, 1997). Buitenlandnieuws gaat vaker over landen die op het eigen land lijken, die cultureel nabij zijn. Naast de voorkeur voor culturele nabijheid kan er ook politieke, economische en linguïstische nabijheid worden onderscheiden (Hanusch, 2008). Walter et al. (1995, p.587) stellen dat de mogelijkheid tot identificatie een sterke relatie heeft met de mate van interesse in het verhaal. Ze beschrijven dit als het ‘it could have happened to me’ effect. Herkenbaarheid bepaalt op deze manier of een gebeurtenis als nieuwswaardig wordt erkend.

De nieuwswaarde conflict speelt een belangrijke rol in de berichtgeving over buitenlandse gebeurtenissen (Groshek & Elasmara, 2016; Wu, 2000). Negativiteit en conflict zijn in grote mate bepalend voor de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis (Ruigrok et al., 2010). Conflict verkoopt, de nadruk op geweld en versimpeling van de situatie maakt berichtgeving aantrekkelijk en verhoogt de verkoopwaarde aldus O’Neill & Harcup (2009). De media richten zich op de pieken van de strijd, op ingrijpende of gewelddadige incidenten die worden geïnterpreteerd als de knooppunten in de loop van het conflict (Botes, 1996).

De nieuwswaarde elite slaat op invloedrijke personen, landen of bedrijven. Deze zijn opvallender door hun bekendheid of invloed. Hierdoor wordt een activiteit vaak eerder

waargenomen. De media besteden vaker aandacht aan personen, landen of bedrijven met een elite status (Peterson, 1979). Gebeurtenissen of handelingen binnen deze categorie krijgen dus meer aandacht. Onderzoek wijst uit dat eliteland Amerika wereldwijd veel aandacht van de media krijgt en daardoor zeer bepalend is voor de internationale nieuwsstroom. Dit heeft weer invloed op de nieuwsstroom en de nieuwswaardigheid van het buitenlandnieuws (Wu, 2000; Ruigrok et al 2013).

De nieuwswaarde slecht nieuws speelt een grote rol in de dagelijkse berichtgeving. Er wordt vaker bericht over een moord en geweld dan over een natuurlijke dood, die feitelijk veel vaker voor komt (Palgi & Abramovitch, 1984). Slecht nieuws wordt relevanter geacht dan goed nieuws.

2.3.3 Populaire en kwaliteitskranten

Eerder onderzoek toont aan dat er onderscheid gemaakt kan worden tussen “populaire kranten” en “kwaliteitskranten” (Ohlemacher, 1996; Reinemann et al., 2011; Santen & Van Zoonen 2010). Dit onderscheid gaat niet over de kwaliteit van de krant maar is gebaseerd op de aandacht voor entertainment en (politieke) informatie. Een krant met veel entertainment en weinig informatie wordt gezien als populaire krant (Bakker & Scholten, 2014). Wanneer de inhoud van een krant zich meer richt op het informeren van de lezer wordt deze gedefinieerd als kwaliteitskrant. Scholten en Ruigrok (2006) stellen dat kwaliteitskranten vaker berichten over ‘hard nieuws’. Het informeren en op de hoogte stellen van serieus nieuws wordt als kenmerkend gezien voor kwaliteitskranten, de inhoud van de berichtgeving is zwaarder en serieuzer (Kleinnijenhuis et al., 2007). Populaire kranten bevatten meer “zacht nieuws”, er is meer aandacht voor sport, bekendheden, criminaliteit en misdaad; de sensationele aspecten van serieus nieuws worden benadrukt (Bakker & Scholten, 2004; Kussendrager & van der Lucht, 2007) en er wordt veel belang gehecht aan de ‘saleability’, het maken van een aantrekkelijk krant voor de lezer (Esser, 1999).

De kwaliteitskranten berichten kritischer en met meer diepgang, nuancering en aandacht voor politiek, buitenlandnieuws en kunst en cultuur (Kussendrager & Van der Lucht, 2007; Biltreyst & Desmet 2009). Er is meer aandacht voor achtergrond en context. Populaire kranten kiezen vaker voor berichtgeving over onderwerpen dichterbij de belevingswereld van de lezer (Schaap & Pleijter, 2012).

De nieuwswaarden tussen populaire en kwaliteitskranten verschillen (Boukes & Vliegenthart 2017). Onderzoek toont aan dat kwaliteitskranten vaker een algemeen patroon van nieuwswaarden laten zien (Boukes & Vliegenthart, 2017). Populaire kranten kenmerken zich door meer aandacht voor entertainment in de berichtgeving (Boukes & Vliegenthart, 2017). Esser (1999) stelt zelfs dat er voor populaire kranten aparte nieuwswaarden gelden, factoren zoals personalisering, negativiteit en nabijheid. De berichtgeving van populaire kranten kenmerkt zich vaker door slecht nieuws dan berichtgeving in kwaliteitskranten (Boukes & Vliegenthart, 2017).

Voor buitenlandnieuws speelt conflict in zijn algemeenheid vaker een rol voor de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis. Voor zowel kwaliteits- als populaire kranten speelt de nieuwswaarde elite bij buitenlandnieuws een belangrijke rol (Boukes & Vliegenthart, 2017). Daarnaast speelt de betrokkenheid van landgenoten ook een grote rol in de nieuwsselectie (Kim & Lee, 2008). Onderzoek toont aan dat nabijheid dominant is in de berichtgeving in populaire kranten (Boukes & Vliegenthart, 2017). Uit alle gebeurtenissen wordt de gebeurtenis gefilterd waar bijvoorbeeld een Nederlander bij betrokken is. Het feit dat er een Nederlander betrokken is, maakt de gebeurtenis nieuwswaardiger. Populaire kranten maken vaker gebruik van een voorbeeld over gewone mensen dan kwaliteitskranten (Boukes & Vliegenthart, 2017).

2.3.4 Online en gedrukte berichtgeving en nieuwswaarden

Media publiceren op verschillende platformen. Naast de gedrukte versie van de krant is er via de website online nieuws beschikbaar. De berichtgeving van dezelfde krant op de verschillende platformen is niet identiek. Eerder onderzoek toont aan dat er verschillen bestaan tussen de berichtgeving online en in de gedrukte krant.

Ten eerste biedt online berichtgeving meer mogelijkheden, naast het delen en reageren zijn er ook mogelijkheden op het gebied van beeld zoals het gebruik van video en interactieve grafische afbeeldingen. Murray (2016) toont aan dat in het Verenigd Koninkrijk de nieuwsselectie wordt beïnvloed door de mate waarin een onderwerp zich leent om er een interactieve grafiek van te maken. De voorkeur van de lezer voor beeldende online berichtgeving blijkt ook uit onderzoek van Harcup & O'Neill (2016). Berichten worden het meest aangeklikt en gedeeld wanneer deze visueel sterk zijn. Daarnaast richt online nieuws zich vaker op lokale gebeurtenissen (Singer, 2001). Patterson (2007) stelt dat er minder diversiteit is in de online berichtgeving.

Burggraaff & Trilling (2017) tonen aan dat er verschillen bestaan tussen dominante nieuwswaarden van online en gedrukte berichtgeving. In de productie van online berichtgeving spelen door de digitale manier van nieuws aanbieden andere factoren een rol (Burggraaff & Trilling, 2017). Shareability; ‘stuff that makes you laugh and stuff that makes you angry’ (Newman 2011, p. 24) weegt zwaar mee in de opzet van een online nieuwsbericht.

Daarnaast ligt de focus online meer op emotie, negativiteit, macht en conflict in de berichtgeving (Ruigrok, Gagestein, Van Atteveldt & Van Keulen, 2017). De toename van het geweld in Mexico leent zich voor berichtgeving met focus op onder andere negativiteit en conflict, die kenmerkend zijn voor online berichtgeving. Daar tegenover staat dat er in de gedrukte pers meer wordt bericht over buitenlandnieuws.

Ook de voorkeur van de lezer verschilt online. Deze is meer gericht op zacht nieuws waarin wordt bericht over conflict, human interest en nabijheid (Schaudt & Carpenter, 2009). Amerikaanse onderzoekers stellen dat nabijheid en conflict belangrijke voorspellers zijn voor interesse van lezers online (Schaudt & Carpenter, 2009).

Het is interessant om te onderzoeken of en in hoeverre nieuwswaarden leidend zijn in de berichtgeving over Mexico. De nieuwswaarden duiden ook welke functie die media vervullen in de samenleving (Ruigrok et al., 2013). Hierin wordt balans gezocht tussen wat belangrijk wordt geacht voor het publiek om te weten en datgene dat men graag leest. In een informerende rol ligt er meer nadruk op elite nieuws en slecht nieuws. Berichtgeving die men graag leest sluit meer aan bij de nieuwswaarde nabijheid. ‘Media die zich vooral op dergelijk nieuws richten zijn sterker in hun vermaak functie dan in een informatiefunctie’ (Ruigrok et al., 2013 p.5).

Om te achterhalen of er verschillen zijn tussen media, platformen en jaren in het gebruik van nieuwswaarden is de volgende deelvraag geformuleerd:

Deelvraag 3: In hoeverre komen de nieuwswaarden terug in de berichtgeving over Mexico en verschilt dit bij populaire en kwaliteitskranten, bij de online en gedrukte berichtgeving en gedurende de jaren 2011 tot en met 2017?

2.4 Framing van het nieuws

Naast de hoeveelheid aandacht voor Mexico is het ook belangrijk te belichten hoe het onderwerp gepresenteerd wordt. De veranderingen in het medialandschap hebben gezorgd voor veranderingen in het aanbod en in de inhoud van nieuws. Hoe er wordt geschreven over het onderwerp, is bepalend voor de associaties met het onderwerp en stuurt de (on)bewuste beeldvorming. Om nieuwe dingen te kunnen verwerken en te begrijpen, hebben de hersenen cognitieve schema's. Deze selecteren, ordenen en categoriseren de wereld om ons heen. In het proces van ordenen worden er in het geheugen schema's gevormd. De feiten worden in een bepaalde context geplaatst waardoor deze betekenis krijgen. Shoemaker en Reese (2013) beschrijven dit als *framing*. Framing komt voor in elke manier van communicatie. Volgens socioloog Goffman (1974) is framing als sociaal rolpatroon nodig om ervaringen te kunnen begrijpen. Entman (1993) definieert framing als het selecteren en benadrukken van bepaalde onderdelen van een verhaal.

De media kunnen door het gebruik van frames de publieke opinie beïnvloeden (De Vreese, 2005). Via frames worden er parameters en kaders geschetst voor de manier waarop burgers gebeurtenissen bespreken (Tuchman, 1978) en begrijpen (De Vreese, 2005). Wolfsfeld (2011) ziet nieuwsframes als hulpmiddel voor het coherent weergeven van verhalen: 'you can think of it as an ongoing theme that runs throughout a particular story or a particular set of stories.' (Wolfsfeld, 2011, p.50). De media en individuen steunen op het gebruik van frames om informatie te kunnen interpreteren en evalueren (Neuman et al., 1992). Bepaalde aspecten worden benadrukt of juist weggelaten. Dit heeft invloed op hoe gebeurtenissen worden begrepen (Scheufele, 1999).

Binnen de frames in mediaberichtgeving kan onderscheid gemaakt worden tussen issue-specifieke frames en generieke frames (De Vreese et al., 2001). Issue specifieke frames zijn van toepassing op specifieke onderwerpen of gebeurtenissen. Generieke frames zijn onafhankelijk van het onderwerp en dus toepasbaar op meerdere onderwerpen. Een voordeel hiervan is dat onderzoeksbevindingen beter te generaliseren zijn (De Vreese, 2005).

Eerder onderzoek naar framing in het nieuws toont aan dat frames die veel voorkomen in buitenlandnieuws het heersende beeld over dit land gaan bepalen (Brewer et al., 2003). Dit wordt versterkt wanneer binnen een frame herhaaldelijk een associatie tussen een land en een specifiek thema wordt gemaakt. Dit geldt zowel voor positieve als negatieve associaties. De

media heeft als taak de samenleving te informeren en het nieuws te brengen vanuit verschillende perspectieven (Deuze, 2004; Strömbäck, 2005). In het commerciëler wordend medialandschap wordt steeds meer ingespeeld op de voorkeur van het publiek (Schudson, 2003; Van Praag & Brabants; Welbers et al., 2016). Het simplistisch presenteren van buitenlandnieuws heeft effect op de perceptie van de lezer (Moeller, 2002). Wanneer een gebeurtenis herhaaldelijk op dezelfde manier in de media wordt gepresenteerd, beïnvloedt dit de heersende associatie met dit onderwerp (Gerbner, 1998). Stereotypering in de berichtgeving werkt angst voor de ‘ander’ in de hand wat resulteert in een gevoel van onveiligheid (Staszak, 2008).

In dit onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen zes generieke frames. Eerst wordt het onderscheid tussen episodische en thematische frames toegelicht. Daaropvolgend worden vier frames uit eerder onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000) behandeld.

2.4.1 Episodisch en thematisch frame

Het thematisch frame heeft meer aandacht voor de context en achtergrond van de gebeurtenis (Iyengar, 1994). Naast berichtgeving over de gebeurtenis wordt de context geschetst door het geven van informatie over het historisch perspectief van de gebeurtenis. In een episodisch frame is er vooral aandacht voor het specifieke incident. De berichtgeving focust zich dan vooral op berichtgeving over een individuele gebeurtenis. De gebeurtenis wordt niet in een breder kader geïnterpreteerd of toegelicht met contextuele informatie (De Vreese, 2005). Iyengar (1991) stelt dat normen en waarden binnen nieuwsorganisaties en nieuwsproductie episodische framing kan versterken. Dit ‘vereenvoudigd complexe kwesties tot het niveau van anekdotische verhalen’ (Iyengar, 1991, pp. 136-137). Dit heeft een meer eenzijdige geïsoleerde presentatie tot gevolg (De Vreese, 2005). Eerder onderzoek wijst uit dat berichtgeving over conflicten vaker episodisch is geframed dan thematisch. De focus ligt meer op de gebeurtenis zelf dan op de context of de achtergrond (Dimitrova 2006; Papacharissi & Fatima Oliveira, 2008). Om een conflict te kunnen begrijpen is inzicht in de achtergrond en de context essentieel (Ruigrok, Van Atteveldt, Takens, 2009). Wanneer de nadruk meer op sensationele aspecten van de gebeurtenis ligt, dan gaat dit ten koste van de contextuele factoren zoals historisch perspectief of sociale ontwikkelingen.

In dit onderzoek worden de verschillende media en online en gedrukte uitgave vergeleken aan de hand van het framegebruik. Onderzoek heeft aangetoond dat het thematisch frame meer voor komt in kwaliteitskranten, omdat deze zich kenmerken door berichtgeving over de context en

de achtergrond van de gebeurtenis (Boukes & Vliegthart, 2017). Wanneer een bericht meer context bevat, ligt de nadruk minder op sensatie of vermaak, hetgeen juist kenmerkend is voor populaire kranten. Ook in online media speelt sensatie een grotere rol (Ruigrok et al., 2017). Het episodisch frame leent zich hiervoor. Doordat de berichtgeving kernachtig de gebeurtenis weergeeft zonder context is het snel en eenvoudig te lezen.

In dit onderzoek wordt vergeleken of er relatief meer vanuit episodisch of thematisch frame wordt bericht over Mexico. Om te bekijken in hoeverre dit het geval is in Nederlandse media, is de volgende deelvraag geformuleerd.

Deelvraag 4: *“In hoeverre is de berichtgeving over Mexico episodisch of thematisch frame dominant en verschilt dit bij populaire en kwaliteitskranten, bij de online en gedrukte berichtgeving en gedurende de jaren 2011 tot en met 2017?”*

2.4.2 Frames in het buitenlandnieuws

Op basis van eerder onderzoek naar de aard van het nieuws in de Verenigde Staten en Europa onderscheiden Semetko en Valkenburg (2000) vijf generieke nieuwsframes: conflict-, human interest-, economische consequenties-, verantwoordelijkheids- en moraliteitsframe. Het onderzoek toont aan dat het moraliteitsframe binnen de Nederlandse kranten nauwelijks een rol speelt (Semetko & Valkenburg, 2000, p. 103), daarom wordt dit frame niet verder toegelicht.

Het *conflict frame* benadrukt strijd tussen individuen, groepen en instituties met als doel de aandacht van het publiek vast te houden (Semetko & Valkenburg, 2000). Onderzoek van Semetko & Valkenburg (2000) toont aan dat het conflict frame meer terugkomt in populaire media. De berichtgeving vanuit het conflict frame komt veel voor in zowel online als offline nieuws en gaat veelal over criminaliteit (Ruigrok et al., 2013). Onderzoek van Ruigrok et al., (2013) naar de onderwerpkeuze van de voorpagina van de website en van de gedrukte krant toont aan dat het conflict frame online meer voor komt dan in gedrukte krant.

Het *human interest frame* benadrukt persoonlijke verhalen. Het nieuwsfeit wordt gebracht door middel van ervaringen van omstanders. Er wordt benadrukt hoe een gebeurtenis of ontwikkeling individuen of groepen raakt. Hierbij is veel aandacht voor de emotie en persoonlijke ervaring. Berichtgeving vanuit het human interest frame heeft veel aandacht voor

menselijke factoren van de gebeurtenis. Zo worden er persoonskenmerken genoemd of wordt ingegaan op een specifiek geval. Persoonlijke situaties roepen emotie op.

In online berichtgeving speelt emotie een belangrijke rol (Ruigrok et al., 2017). Emotie trekt de aandacht van de lezer, een persoonlijk verhaal zorgt ervoor dat het eenvoudiger wordt om aan een gebeurtenis te relateren. Binnen het human interest frame wordt er bericht vanuit een persoonlijk perspectief.

Het *economische consequentie frame* richt zich vooral op de economische implicaties van een gebeurtenis. De consequenties van een probleem of een gebeurtenis kunnen op verschillende niveaus worden beschreven, zoals voor een individu maar ook voor een groep, institutie, regio of land. Het economische consequentie frame belicht de situatie vanuit een economisch perspectief en benadrukt de economische aspecten van de situatie, gebeurtenis of het probleem (Semetko & Valkenburg, 2000). Neuman et al. (1992) herkende dit frame als veel voorkomend. De impact van een gebeurtenis wordt gezien als belangrijke nieuwswaarde en daar horen economische consequenties vaak bij (Graber, 1993; Semetko & Valkenburg, 2000). Kwaliteitskranten kenmerken zich door een serieuze en meer zakelijke insteek van de berichtgeving. Online is de berichtgeving meer gericht op conflict en emotie hetgeen minder aansluit bij het economisch frame.

Berichtgeving vanuit het *verantwoordelijkheidsframe* schrijft de verantwoordelijkheid voor de oorzaak of een probleem aan iets of iemand toe. Wanneer de lezer dit frame overneemt wordt dezelfde persoon of organisatie verantwoordelijk gehouden. Zo wordt de publieke opinie gestuurd in het aanwijzen van een verantwoordelijke voor het niet oplossen of veroorzaken van problemen (Iyengar, 1987). Onderzoek hiernaar kan inzicht bieden in hoeverre Nederlandse kranten de verantwoordelijkheid van gebeurtenissen aan specifieke instanties of personen toeschrijven. Onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000) toont aan dat het verantwoordelijkheidsframe vaker voor komt in kwaliteitskranten dan in populaire kranten.

Het onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000) toont aan dat er verschillen bestaan in het gebruik van frames op basis van het soort medium en het onderwerp van de berichtgeving. Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen het gebruik van frames in populaire- en kwaliteitskranten (Semetko & Valkenburg, 2000). In kwaliteitskranten wordt vaker bericht vanuit het conflict frame en het verantwoordelijkheidsframe en in populaire kranten vaker

vanuit het human interest frame. Eerder onderzoek naar framing van online nieuws richt zich vooral op verschillen tussen framegebruik van online media (Dimitrova Connolly-Ahern, 2007; Dimitrova, Kaid, Williams & Trammell, 2005). In dit onderzoek wordt bekeken in hoeverre dit geldt voor de berichtgeving over Mexico.

Deelvraag 5: “In hoeverre komen de frames terug in de berichtgeving over Mexico en verschilt dit bij populaire en kwaliteitskranten, bij de online en gedrukte berichtgeving en gedurende de jaren 2011 tot en met 2017?”

3. Methode

In dit hoofdstuk wordt de methode om de hoofd en deelvragen te beantwoorden uiteengezet. Eerst zal de dataverzameling worden gespecificeerd, vervolgens wordt de onderzoeksmethode toegelicht en tot slot wordt de operationalisering van de nieuwswaarden en de frames weergegeven.

3.1 Dataverzameling

De analyse richt zich op de berichtgeving van de vier grootste Nederlandse kranten in de periode van 1 januari 2011 tot en met 31 december 2017. Binnen de kranten wordt op basis van de inhoud onderscheid gemaakt tussen populaire- en kwaliteitskranten. De berichtgeving van populaire kranten kenmerkt zich door een relatief hoge vertegenwoordiging van entertainment, hieronder vallen; *Algemeen Dagblad* en *De Telegraaf* (Bakker & Scholten, 2014). In dit onderzoek worden *de Volkskrant* en *NRC Handelsblad* gezien als kwaliteitskranten, omdat er meer aandacht is voor politiek, sociale problemen en economie (Bakker & Scholten, 2014). Daarnaast wordt er onderscheid gemaakt tussen de publicaties van de kranten op de website en de gedrukte uitgave van de krant. Online berichtgeving is gedefinieerd als berichtgeving op de website van het medium. Deze wordt vergeleken met berichten in de gedrukte krant.

Door middel van de zoekterm ‘Mexico’ is de berichtgeving geselecteerd uit alle publicaties van *de Volkskrant*, *volkskrant.nl*, *NRC Handelsblad*, *nrc.nl*, *Algemeen Dagblad*, *ad.nl*, *De Telegraaf* en *telegraaf.nl*. Een verkennende analyse op een steekproef van 15 berichten uit verschillende kranten heeft uitgewezen dat een bericht waar de zoekterm ‘Mexico’ minstens vier keer in voor komt een indicatie geeft dat het artikel daadwerkelijk over Mexico gaat. Op deze manier worden artikelen uitgesloten waarin Mexico zijdelings wordt genoemd. Artikelen waar Mexico wel meer dan drie keer in voor komt maar vooral sportuitslagen of recepten bevatten zijn als irrelevant beoordeeld en niet mee genomen in de analyse.

De berichtgeving over Mexico in de papieren versies van de kranten is geselecteerd door middel van computerinfrastructuur Amsterdam Content Analysis Toolkit, afgekort AmCAT,

ontwikkeld door Van Atteveldt (2008). De berichtgeving van de onlineversies van de kranten is geselecteerd via Coosto.com¹.

Tabel 2 geeft een overzicht van het aantal gepubliceerde artikelen waar Mexico meer dan drie keer in voor komt in de periode 2011 tot en met 2017. In deze tabel wordt onderscheid gemaakt tussen populaire- en kwaliteitskranten en online en gedrukte berichtgeving.

Tabel 2. *Dataverzameling automatische analyse: Berichtgeving waarin Mexico meer dan drie keer in voor komt in periode 2011-2017 (N=2456)*

	Gedrukt	Online	Totaal
Populaire kranten	328	870	1198
Kwaliteitskranten	335	923	1258
Totaal	663	1793	2456

3.2 Onderzoeksmethode

Om media en hun berichtgeving te analyseren wordt vaak gebruik gemaakt van een vorm van grootschalig onderzoek om de media-inhoud te beschrijven (Wester, 2006, p. 20). De hoofdvraag van dit onderzoek wordt dan ook beantwoord door middel van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Kwantitatief onderzoek is gericht op het analyseren van hoeveelheden met cijfermatige resultaten. Het onderzoek wordt op een deductieve manier uitgevoerd, wat inhoudt dat de theoretische concepten geoperationaliseerd worden tot meetbare variabelen. Het media-aanbod wordt vergeleken aan de hand van deze variabelen. Deze manier van onderzoek doen waarborgt de ‘objectieve systematische beschrijving van de inhoud van het bericht’ (Berelson, 1952, p.18). Deze methode wordt gedefinieerd als ‘de numerieke weergave en verwerking van observaties, met als doel het beschrijven en verklaren van het fenomeen dat uit de observaties naar voren komt’ (Babbie vertaald, 2014, p. 437).

Kwantitatieve inhoudsanalyse biedt de mogelijkheid om een grote hoeveelheid data te analyseren op artikelniveau (Krippendorff, 2004). Op deze wijze kunnen teksten worden geanalyseerd met het doel tot wetenschappelijke bevindingen te komen (Lee & Peterson, 1997).

¹ De berichtgeving van het online platform van Algemeen Dagblad, ad.nl is beschikbaar vanaf 2006. De handmatige inhoudsanalyse van de berichtgeving van populaire kranten in 2011 bevat online alleen berichtgeving over Mexico van telegraaf.nl.

De hoofdvraag richt zich op de berichtgeving over Mexico gedurende een periode van zeven jaar (2011-2017). Deze methode leent zich goed om patronen in de berichtgeving te herkennen. Patronen kunnen vervolgens op basis van de theorie worden geanalyseerd en verklaard. Kwantitatieve inhoudsanalyse maakt het daardoor mogelijk om een ‘trend’, ofwel een verandering over tijd, in beeld te brengen en een vergelijking te maken tussen verschillende type media en hun platformen (Wester, 2006). De kwantitatieve inhoudsanalyse wordt in dit onderzoek op twee manieren uitgevoerd: *automatisch* en *handmatig*.

De *automatische inhoudsanalyse* richt zich op de manifeste inhoud van de tekst. Deze analyse maakt het mogelijk grote hoeveelheden artikelen in korte tijd te analyseren door middel van zoektermen (Harwood & Gary, 2003). Het gebruik van de computer infrastructuur heeft een hoge betrouwbaarheid omdat de zoekterm exact wordt uitgevoerd. Er geen ruimte is voor interpretatie. In dit onderzoek wordt door middel van de automatische inhoudsanalyse de aandacht voor Mexico in Nederlandse kranten weergegeven en met statistische toetsen vergeleken tussen type media en hun platformen over een periode van zeven jaar.

De inhoud van de berichtgeving wordt verder geanalyseerd door middel van *handmatige inhoudsanalyse*. De handmatige inhoudsanalyse kan de latente betekenis van de tekst achterhalen. Zo kunnen de nieuwswaarden en het framegebruik in de berichtgeving worden vergeleken tussen soorten media en platformen. De codeur zet de tekst om naar meetwaarden (Van Atteveldt, Ruigrok, Takens & Jacobi, 2014).

In tabel 3 is de steekproef van de handmatige inhoudsanalyse weergegeven. Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen de jaren, media en de platformen.

Tabel 3. *Dataverzameling handmatige analyse: Onderscheid tussen kranten, platformen en jaren voor de berichtgeving waarin Mexico meer dan drie keer voor komt (N= 327)*

	2011 (N=147)		2017 (N=180)		Totaal
	Online	Gedrukt	Online	Gedrukt	
Populaire kranten	31	35	64	43	173
Kwaliteitskranten	35	46	25	48	154
Totaal	66	81	89	91	327

De artikelen worden handmatig gecodeerd op basis van de operationalisering van de codeerinstructie (appendix A). Door het opstellen van de codeerinstructie worden verschillen in interpretatie zo veel mogelijk uitgesloten. De betrouwbaarheid van het codeerproces is belangrijk voor de reproduceerbaarheid van het codeerwerk (Wester, 2006). De betrouwbaarheid van de operationalisering van de concepten is gecontroleerd door het meten van een intercodeurbetrouwbaarheid, door middel van *Cohens Kappa* (Cohen, 1960; Krippendorff, 2004). De berekening is uitgevoerd in Rstudio. De waarde van *Cohens Kappa* is berekend op basis van een steekproef van 30 artikelen uit alle berichtgeving over Mexico in Nederlandse kranten tussen 2011 en 2017. De 30 artikelen zijn onafhankelijk gecodeerd door twee verschillende codeurs.

3.3 Operationalisering en analyseplan

De concepten zijn op basis van de literatuur geoperationaliseerd tot meetbare variabelen. Op deze manier kan de berichtgeving over Mexico vergeleken worden tussen kranten, hun platformen en de jaren. Per deelvraag wordt de operationalisering van de concepten en het analyseplan voor de statistische toetsen uiteengezet. Deelvraag 1 en 2 worden beantwoord met behulp van automatische inhoudsanalyse. Deelvraag 3, 4 en 5 worden beantwoord door middel van handmatige coderingen. De statistische analyses zijn uitgevoerd in *R* en *Rstudio*.

3.3.1 Automatisch: Mate van aandacht

De eerste deelvraag richt zich op de aandacht voor Mexico in de verschillende type kranten en hun platformen. Hiervoor wordt de totale berichtgeving bekeken waarin Mexico meer dan drie keer wordt genoemd. Om de invloed van verschillen in het totale aantal publicaties te vermijden is de berichtgeving over Mexico relatief gemaakt ten opzichte van het totale aantal berichten van de vier kranten en online en gedrukte platformen. Om deelvraag 1 te beantwoorden wordt de relatieve aandacht voor Mexico in alle berichtgeving over een periode van zeven jaar vergeleken. Er wordt getoetst in hoeverre de hoeveelheid aandacht per maand in 2011 en 2017 verschilt en in hoeverre het moment van aandacht correleert tussen de jaren.

Deelvraag 2 richt zich op de verschillen tussen populaire- en kwaliteitskranten en online en gedrukte publicaties. Eerst worden de verschillen tussen soorten kranten: populair en kwaliteit bekeken. Daaropvolgend wordt dezelfde vergelijking gemaakt voor de platformen: online en gedrukt. Door middel van *paired t-toets* worden de verschillen in aandacht per maand in de

jaren 2011 en 2017 getoetst. Daarnaast wordt, om te bepalen in hoeverre de aandacht op hetzelfde moment toe- of afneemt, de correlatie tussen de mediagroepen en platformen getoetst. Op deze manier kan achterhaald worden of Mexico door de verschillende media op hetzelfde moment als nieuwswaardig wordt gezien en in hoeverre de publicaties tussen populaire en kwaliteitskranten en hun platformen verschillen of overeenkomen.

3.3.2 Handmatig: Nieuwswaarden

De derde deelvraag richt zich op verschillen in nieuwsselectie: in hoeverre nieuwswaarden voorkomen en hoe deze verschillen met media en hun platformen. Dit onderscheid wordt voor de vier nieuwswaarden weergegeven in drie figuren. De verschillen worden statistisch getoetst met een *chi*-kwadraat omdat de nieuwswaarde wel of niet voor komt. De correlatie geeft weer in hoeverre er verbanden bestaan tussen gebruik van bepaalde nieuwswaarden. De nieuwswaarden in dit onderzoek komen voort uit de nieuwswaarden die zijn gedefinieerd in eerder onderzoek naar buitenlandnieuws (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O'Neill, 2001; 2016). Dit onderzoek richt zich alleen op de nieuwswaarden die uit de inhoud van het bericht kunnen worden onderscheiden en niet op mogelijke afwegingen binnen de redactionele processen. Op basis van eerder onderzoek zijn er vier nieuwswaarden gekozen en vertaald naar het Nederlands. De theoretische concepten van de nieuwswaarden zijn op basis van Ruigrok et al. (2013) geoperationaliseerd tot vragen.

In de codeerinstructie (appendix A) is per nieuwswaarde de operationalisering toegelicht met een voorbeeld. Een overzicht van de nieuwswaarden en voorbeelden ter ondersteuning van de codeur zijn weergegeven in de codeerinstructie (appendix B). De codeur dient de vraag met ja (1) of nee (0) te beantwoorden. Per nieuwswaarde is ook de betrouwbaarheid weergegeven door middel van Cohens Kappa (Krippendorff, 2004).

Slecht nieuws, nieuws met een duidelijke negatieve tendens. Het gaat om berichtgeving over conflicten rampen of oorlogen. De betrouwbaarheid van de codering is zeer goed met Cohens Kappa van 0.89.

- Ligt de nadruk op negativiteit zoals dood, letsel en verlies?

Conflict, berichtgeving met een focus op conflict en geweld. Conflict is hier een strijd tussen twee partijen. De betrouwbaarheid van de operationalisering is zeer goed met Cohens Kappa van 0.89.

- Ligt de nadruk op het conflict zoals geweld, gevechten en opstanden?

Nabijheid, houdt in dat het nieuws is gebaseerd op herkenbaarheid en dat de gebeurtenis dicht bij de belevingswereld van de lezer staat. Ook opvallende gebeurtenissen uit een dagelijkse setting vallen onder nabijheid. Het hoeft niet direct van invloed te zijn op de persoonlijke belevingswereld maar is zo geschreven dat je je de gebeurtenis goed kunt voorstellen. De betrouwbaarheid van de codering is zeer goed met Cohens Kappa van 0.90.

- Is het nieuws herkenbaar door culturele vergelijkbaarheid?

Elite, wordt herkent wanneer de aanleiding voor het bericht gebaseerd is op een gebeurtenis of handeling van een persoon, bedrijf of land dat onderdeel uitmaakt van de elite. De berichtgeving gaat niet over de macht of status zelf maar het feit dat er iemand betrokken is met elite status maakt de gebeurtenis nieuwswaardig. Hier wordt ook aandacht besteed aan de mogelijke invloed van buurland Amerika op nieuwswaardigheid van Mexico. Een voorbeeld hiervan is dat door de positie van Amerika in de wereldpolitiek de onrust rond de Amerikaanse grens met Mexico ‘nieuws’ wordt. Zo heeft Amerika, wat gezien wordt als een elite land (Wu, 2000), invloed op de aandacht voor Mexico in de internationale nieuwsstroom. De betrouwbaarheid van de codering is zeer goed met Cohens Kappa van 1.

- Ligt de nadruk in de berichtgeving op machtige personen, landen of organisaties?

3.3.3 Handmatig: Framing

Deelvraag 4 richt zich er op in hoeverre de berichtgeving over Mexico episodisch of thematisch is en of dit verschilt van de mediagroepen en platformen. Voor de operationalisering van de frames zijn per frame drie vragen geformuleerd aan de hand van onderzoek van Ruigrok et al (2012). De vragen worden met ja (1) of nee (0) gecodeerd. Hoe meer vragen met ja beantwoord kunnen worden hoe sterker het frame in het artikel naar voren komt. In de analyse kan op deze manier de mate van framegebruik worden vergeleken tussen media-aanbieders, platformen en de jaren. De frames zijn onafhankelijk gecodeerd zodat er meerdere frames en nieuwswaarden samen kunnen voorkomen in hetzelfde artikel en de correlatie kan worden berekend. Hoe sterk het frame naar voren komt in de berichtgeving wordt weergegeven in drie figuren met onderscheid tussen media, hun platformen en 2011 en 2017. De correlatie tussen de frames en

de nieuwswaarden wordt statistisch getoetst. Dit geeft een indicatie in hoeverre het gebruik van nieuwswaarden gepaard gaat met episodische of thematische manier van berichtgeving.

Per frame wordt de operationalisering weergegeven. In de codeerinstructie wordt deze operationalisering verder toegelicht (appendix A). Voor alle frames is in codeerinstructie (appendix B) per vraag toelichting gegeven door middel van een voorbeeld uit een krantenartikel waarin het frame te herkennen is. De betrouwbaarheid van de operationalisering van de frames is berekend door middel van Cohens Kappa per vraag (appendix C). De gemiddelde intercodeurbetrouwbaarheid is per frame weergegeven.

Het *episodisch frame* is geoperationaliseerd op basis van Ruigrok et al., (2017). De operationalisering richt zich er op in hoeverre de berichtgeving over een gebeurtenis, een incident wordt beschreven zonder nadere context. De vragen zijn toegespitst op Mexico. Het frame is aanwezig wanneer in een artikel een of meer vragen met ja kunnen worden beantwoord. De betrouwbaarheid van de coderingen is zeer goed met Cohens Kappa van 0.86.

Wordt er:

- alleen gesproken over één hoofdthema /gebeurtenis zonder verdere context?
- in het artikel gesproken over één hoofdthema vanuit één perspectief?
- het aantal doden, slachtoffers of gewonden vermeld in het artikel zonder context van de gebeurtenis?

Het *thematische frame* is geoperationaliseerd op basis van onderzoek van Ruigrok et al., (2017). Een artikel met een thematisch frame bericht over het onderwerp binnen de context. De thematische focus is aanwezig wanneer in een artikel één of meer van deze aspecten genoemd worden. Hoe vaker een vraag met ja beantwoord kan worden, hoe sterker het frame in het artikel naar voren komt. De intercodeurbetrouwbaarheid is zeer goed met de hoogst mogelijke Cohens Kappa van 1.

Wordt er:

- een ontwikkeling beschreven door middel van cijfers?
- een incident in een bredere historische of analytische context geplaatst?
- een beleidsmaatregel vermeld?

Om deelvraag 5 te beantwoorden wordt vergeleken in hoeverre de vier frames (conflict, human interest, economische consequenties en verantwoordelijkheid) voorkomen en in hoeverre er verschil is tussen de media en platformen. De vragen worden opgesteld op basis van de operationalisering in het onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000). In appendix A worden de frames toegelicht met voorbeelden. De betrouwbaarheid per vraag is weergegeven in appendix C. De frames zijn onafhankelijk gecodeerd. De mate waarin ze voorkomen is ook voor deze vier frames weergegeven in drie figuren met onderscheid tussen kranten, hun platformen en de jaren.

Het *conflict frame* benadrukt conflict tussen groepen mensen en instituties als manier om aandacht van het publiek te trekken (Semetko & Valkenburg, 2000, p.95). De gebeurtenis verklaren aan de hand van een conflict tussen twee partijen is sterk bekritiseerd, omdat het een complexere situatie reduceert tot simplistisch en vaak cynische weergave van de werkelijkheid (Cappella & Jamieson, 1997). De gemiddelde intercodeurbetrouwbaarheid voor de operationalisering van het frame is zeer goed met Cohens Kappa van 0.85. Om te bekijken in hoeverre de situatie in Mexico gereduceerd wordt tot een conflict frame zijn de volgende drie vragen opgesteld.

Wordt er:

- onenigheid tussen verschillende standpunten, individuen, landen benadrukt?
- een verwijt gemaakt vanuit de kant- individu- groep-land naar een ander?
- naar twee of meer kanten van de gebeurtenis of het probleem gekeken die met elkaar in strijd zijn?

Berichtgeving vanuit het *human interest frame* bericht over handelingen van individuen als gevolg van emoties zoals liefde, angst verdriet of vreugde (Atkinson, 2001). De commercialisering van het medialandschap heeft als gevolg dat het zwaartepunt steeds meer verschuift naar een sensationele manier van berichtgeving. Het human interest frame belicht de menselijke en emotionele kant in berichtgeving over een gebeurtenis (De Kort & d'Haenens, 2005). Op basis van deze drie vragen wordt gekeken in hoeverre dit frame voor komt in berichtgeving over Mexico. De gemiddelde intercodeurbetrouwbaarheid is goed met Cohens kappa van 0.75.

Wordt er:

- in de berichtgeving persoonskenmerken genoemd die boosheid, empathie, sympathie of compassie kunnen opwekken?

- benadrukt hoe de gebeurtenis individuen of groepen raakt?
- ingegaan op privé of persoonlijke levens van actoren?

In het *economische consequenties frame* wordt in tegenstelling tot het human interest frame het economische en financiële gevolg van een gebeurtenis benadrukt. Onderzoek wijst uit dat dit een veel gebruikt frame is in het nieuws (Neuman, Just & Crigler, 1992). Op basis van operationalisatie van Semetko & Valkenburg (2000) wordt gekeken in hoeverre dit frame gebruikt wordt in Nederlandse berichtgeving over Mexico. De betrouwbaarheid van de operationalisatie van dit frame is zeer goed met Cohens kappa van 0.81.

Wordt er:

- over huidig of toekomstig financieel verlies of gewin gesproken?
- een bedrag en/of financiële kosten benoemd?
- een referentie gemaakt naar economische consequenties van een wel of niet uitgevoerde handeling?

De nadruk op het *verantwoordelijkheidsframe* zorgt dat lezers een bepaald iemand of een bepaalde groep verantwoordelijk gaan houden voor het probleem (Iyengar, 1987). Dit draagt sterk bij aan de beeldvorming met betrekking tot de situatie in Mexico. Dit frame is geoperationaliseerd aan de hand van Semetko en Valkenburg (2000). De nadruk ligt op de vraag in hoeverre de berichtgeving refereert aan de verantwoordelijkheid van de overheid. De intercodeurbetrouwbaarheid is goed met Cohens kappa van 0.78.

Wordt er:

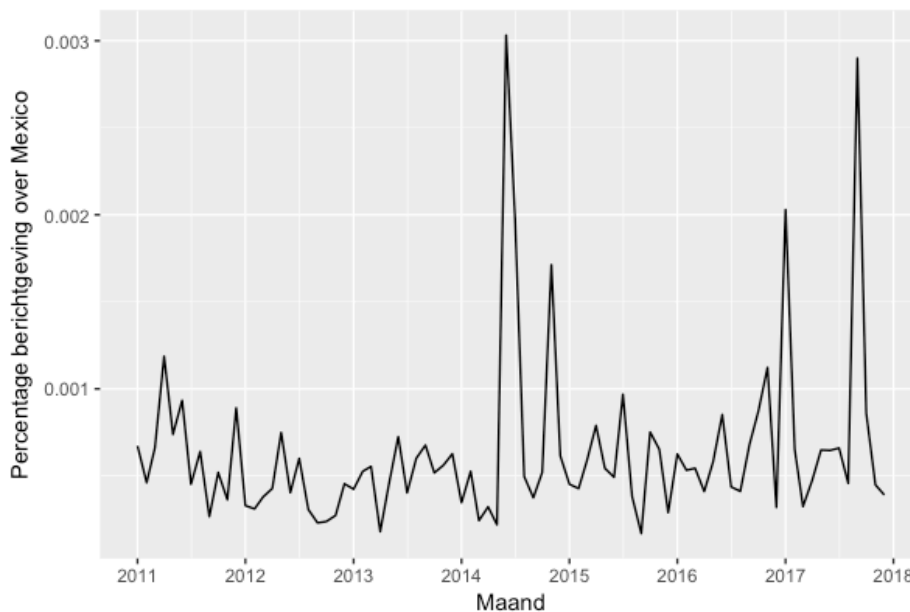
- gesuggereerd dat een overheidsinstantie/bedrijf/politieke partij de mogelijkheid heeft de problematiek te verlichten?
- Een overheidsinstantie/bedrijf/politieke partij verantwoordelijk gehouden voor de gebeurtenis of het probleem?
- de urgentie van een oplossing van het probleem benadrukt?

4. Resultaten

De deelvragen geformuleerd op basis van wetenschappelijke bevindingen worden in dit hoofdstuk systematisch beantwoord. Eerst wordt er een vergelijking gemaakt tussen de hoeveelheid berichtgeving over Mexico in de verschillende type media en hun platformen. Daarna wordt dieper ingegaan op de inhoud door de nieuwswaarden en frames in de berichtgeving waar Mexico meer dan drie keer in voor komt te vergelijken tussen de vier grootste Nederlandse kranten.

4.1 Mexico in het nieuws

Om te kunnen vaststellen in hoeverre de aandacht voor Mexico in de periode 2011 tot en met 2017 verschilt (deelvraag 1) is in figuur 1 de berichtgeving per maand weergegeven. Dit is de berichtgeving waarin Mexico meer dan drie keer wordt genoemd in de vier grootste Nederlandse kranten gedurende de periode van 2011 tot en met 2017. Het weergegeven percentage in figuur 1 is de berichtgeving over Mexico in verhouding tot het totale aantal berichten in populaire en kwaliteitskranten in zowel gedrukte als online berichtgeving.



Figuur 1. *Percentage berichtgeving over Mexico per maand (N=2456)*

De grootste piek in de berichtgeving is te zien aan het begin van de zomer van 2014. Deze piek is toe te schrijven aan het wereldkampioenschap voetbal waarin het Nederlands team een wedstrijd tegen Mexico speelde op 29 juni 2014. Zo kopt *De Telegraaf* de dag voor de wedstrijd “*Ruud Geels: ‘Mexico mag geen probleem zijn’*” (28 juni, 2014). *NRC Handelsblad* op de dag van de wedstrijd: “*Oranje heeft geluk nodig*” (29 juni, 2014) en de *Volkscrant* na afloop: “*Ruim*

8 miljoen tv-kijkers voor Nederland Mexico” (30 juni, 2014). De verklaring voor de piek wijst uit dat het WK een grotere gedeelde nieuwswaarde heeft dan andere ontwikkelingen in Mexico. Nieuws is het resultaat van de beslissingen van journalisten (Ruigrok et al., p.9), zij selecteren gebeurtenissen op basis van wat ze relevant achten voor hun publiek. Sport en entertainment, een zachte nieuwswaarde, als aanleiding voor de grootste piek in de berichtgeving onderschrijft de dominantie van entertainment en vermaak in het medialandschap.

Naast de piek van 2014 geeft figuur 1 ook in 2017 twee grote pieken in de berichtgeving weer. Om te toetsen of er een verschil in aandacht bestaat tussen het jaar 2011 en 2017 is de relatieve aandacht voor Mexico per maand tussen deze jaren vergeleken. De aandacht verschilt niet structureel in die periodes. In 2017 ($M = 0.088$, $SD = 0.078$) is er gemiddeld meer bericht dan in 2011 ($M = 0.026$, $SD = 0.065$) maar dit verschil is niet significant, $t(13.46) = 0.95$, $p = .359$). Het verschil in aandacht voor Mexico is het gevolg van aandachtspieken in 2017. Dit betekent dat er geen sprake is van structureel meer aandacht maar van veel aandacht op een specifiek moment.

De piek aan het begin van 2017, weergegeven in figuur 1 is het gevolg van de uitspraken van de Amerikaanse president Donald Trump in januari over de (geplande) bouw van de grensmuur tussen Amerika en Mexico. Zo bericht *De Telegraaf*: “*Mexico- muur: lang, hoog en duur*” (25, januari, 2017), *de Volkskrant*: “*Trump wil muur betalen met Mexicaanse invoerbelasting: peso keldert*” (27 januari 2017) en *Algemeen Dagblad*: “*President Mexico zegt bezoek af nu Trumps muur er lijkt te komen*” (Algemeen Dagblad, 26 januari, 2017).

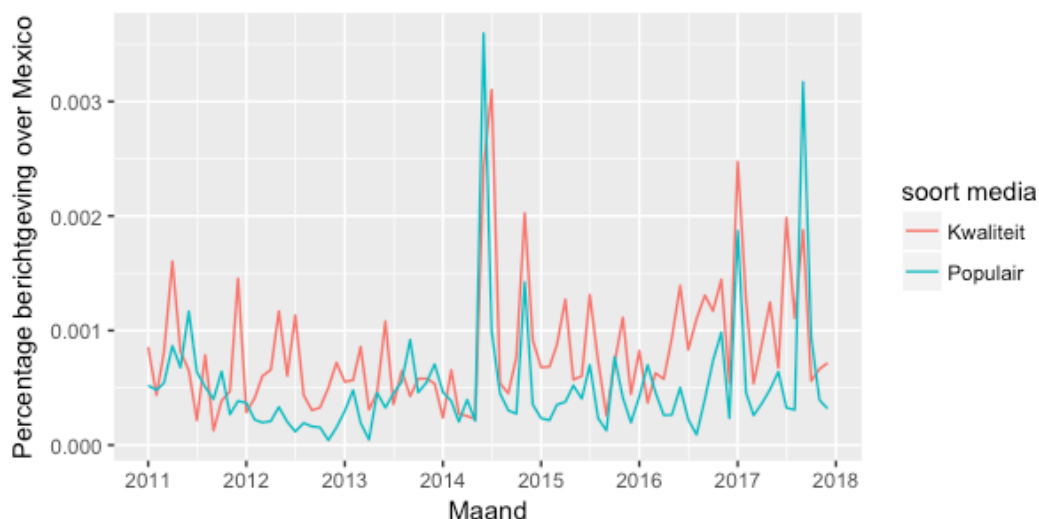
De volgende piek in de berichtgeving bevindt zich aan het einde van 2017 en was het gevolg van de verschillende aardbevingen die Mexico troffen in de maand september. *De Volkskrant* kopte: “*De vierde zware aardbeving in Mexico in een maand tijd*” (24 september, 2017). De grootste piek in de berichtgeving ontstond door de zoektocht naar een kind, het *Algemeen Dagblad* berichtte: “*Kijk live mee met reddingspoging 12-jarig Mexicaans schoolmeisje*” (Algemeen Dagblad 21 september, 2018). *Dezelfde dag bericht de Volkskrant* “*Race tegen de klok in Mexico-Stad om scholier Frida Sofia (12) te redden uit het puin*” (21 september, 2018), maar een dag later berichtten beide kranten dat ze niet blijkt te bestaan: “*Mexico zoekt naarstig naar Frida (12) onder puin - maar ze blijkt niet te bestaan*” (De Volkskrant, 22 september, 2017).

Kortom, de aandacht voor Mexico fluctueert en kent duidelijke pieken rond het wereldkampioenschap voetbal, de aardbeving en naar aanleiding van de uitspraken van Donald Trump. Ondanks dat er meer pieken zijn in de aandacht voor Mexico in het jaar 2017 verschilt de aandacht per maand niet structureel van 2011. Berichtgeving lijkt meer opportunistisch dan structureel te veranderen in het verloop van de tijd. Figuur 1 wijst niet op een trend van overmatige berichtgeving die leidt tot een afname van interesse. Er zijn geen aanwijzingen gevonden die wijzen op een *compassion fatigue* (Moeller, 2002).

4.1.1 Aandacht voor Mexico in populaire en kwaliteitskranten

De tweede deelvraag richt zich op de verschillen tussen media en is als volgt geformuleerd “*In hoeverre verschilt de aandacht voor Mexico in populaire- en kwaliteitskranten en hun verschillende mediaplatformen in de periode 2010 tot en met 2017?*”

In figuur 2 is onderscheid gemaakt tussen het aantal berichten per maand van populaire kranten en dat van kwaliteitskranten. Het totale aantal berichten verschilt per krant. Om de relatieve aandacht voor Mexico te kunnen vergelijken tussen de verschillende kranten is de berichtgeving per krant relatief gemaakt. In figuur 2 is het relatieve aantal berichten per maand in populaire en kwaliteitskranten, waarin Mexico meer dan drie keer wordt genoemd in de jaren 2011 tot en met 2017 weergegeven.

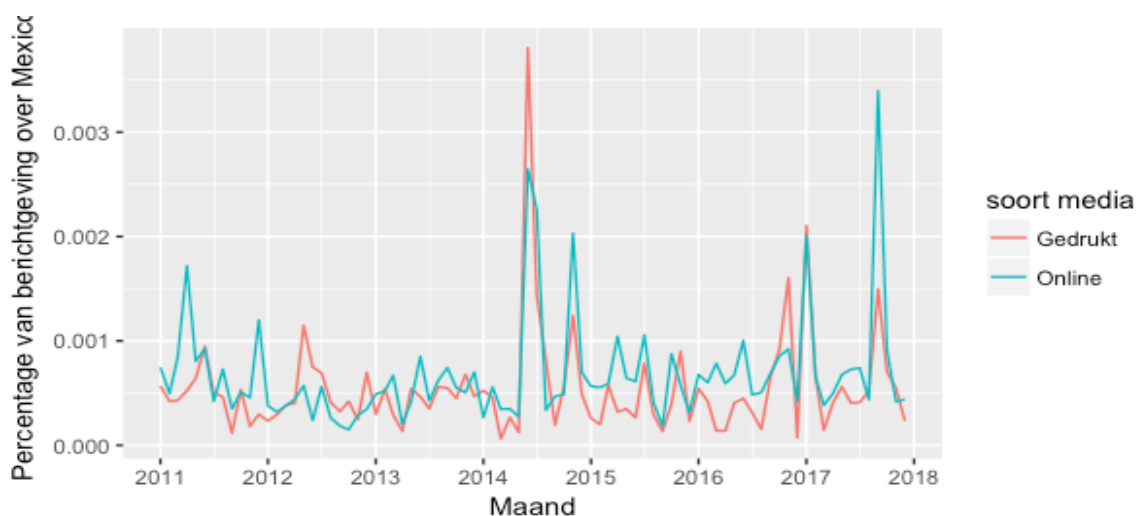


Figuur 2. Berichtgeving over Mexico ($N=2456$) per maand: onderscheid populaire ($N=1198$) en kwaliteitskranten ($N=1258$)

Er is een significant verschil in de relatieve aandacht voor Mexico per maand. Kwaliteitskranten ($M = 0.082$, $SD=0.054$) publiceren significant meer over Mexico per maand dan populaire kranten ($M=0.052$, $SD =0.082$), $t(166)= 3.66$, $p<.001$. De lezer van een kwaliteitskrant ontvangt in de periode 2011 tot en met 2017 structureel een grotere hoeveelheid berichtgeving over Mexico. In kwaliteitskranten gaat per maand gemiddeld ruim 8 procent van de berichtgeving over Mexico. Dat is 3 procent meer dan in populaire kranten. Dit is in lijn met bevindingen uit eerder onderzoek dat er in kwaliteitskranten meer aandacht is voor buitenlandnieuws (Kussendrager & Van der Lucht, 2007; Biltereyst & Desmet 2009). Beide kranten berichtten echter wel op dezelfde momenten over Mexico. Er is een sterke correlatie per maand tussen populaire en kwaliteitskranten voor het moment van berichtgeving in de zeven jaar, $r= 0.58$, $p <.001$. Dit betekent dat Mexico door populaire- en kwaliteitskranten op dezelfde momenten als nieuwswaardig wordt beoordeeld.

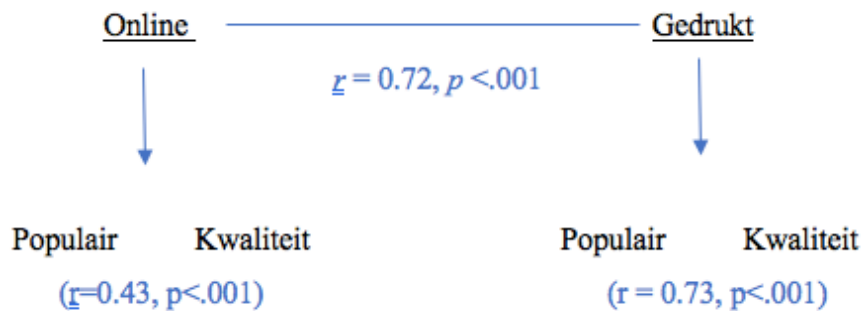
4.1.2 Aandacht voor Mexico in gedrukte en online kranten

Figuur 3 geeft het verschil tussen de relatieve hoeveelheid berichtgeving in online en gedrukte kranten per maand weer. De aandacht voor Mexico wordt vergeleken voor periode 2011-2017. Er is geen significant verschil tussen de relatieve hoeveelheid berichtgeving per maand over Mexico tussen gedrukte ($M = 0.05$, $SD = 0.05$) en online ($M = 0.07$, $SD = 0.05$) berichtgeving, $t(165.53)=1.79$, $p = 0.08$. Daarnaast berichten de platformen op vergelijkbare momenten. De berichtgeving in online en gedrukte krant heeft in de periode 2011 tot en met 2017 namelijk een sterke correlatie per maand, $r = 0.72$, $p <.001$. Dit houdt in dat er een sterke samenhang is tussen de toe en afname van de berichtgeving waarin Mexico meer dan drie keer voor komt.



Figuur 3. *Percentage berichtgeving over Mexico 2011-2017 (N=2456) in online (N=1794) en gedrukte kranten (N=663)*

Om de samenhang verder te specificeren wordt onderscheid gemaakt tussen correlatie van gedrukte berichtgeving in populaire kranten, gedrukte berichtgeving van kwaliteitskranten en berichtgeving op de website van populaire kranten en kwaliteitskranten. Het onderscheid en de correlaties zijn weergegeven in figuur 3a.

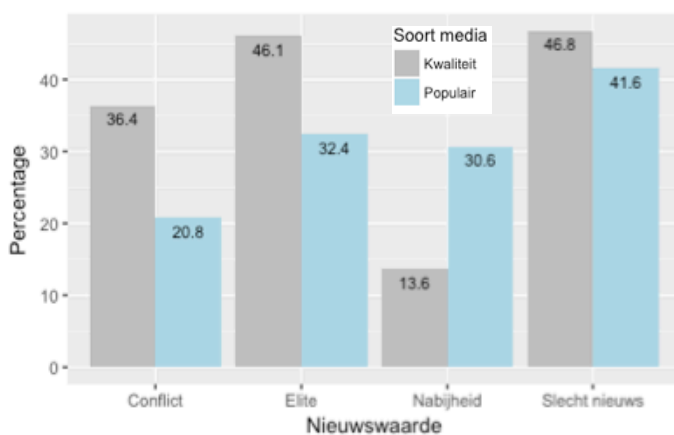


Figuur 3a. Correlatie van de aandacht tussen media en platformen

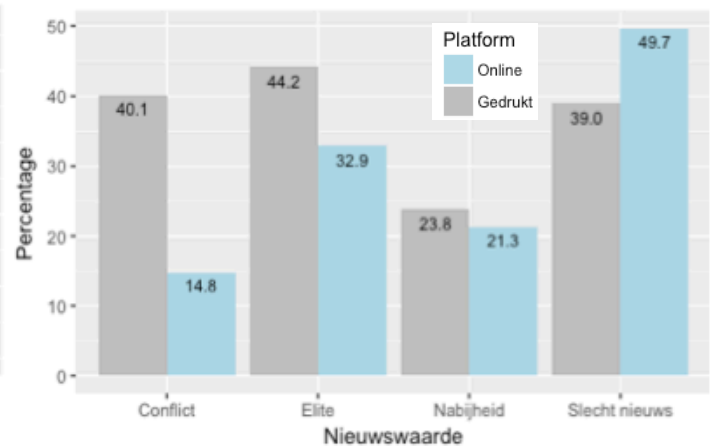
Figuur 3a geeft weer dat de correlatie tussen populaire en kwaliteitskranten in de gedrukte berichtgeving ($r = 0.73, p < .001$) sterker is dan de correlatie tussen populaire en kwaliteitskranten in online berichten ($r=0.43, p < .001$). Dit betekent dat berichtgeving over Mexico in gedrukte kranten (populair, kwaliteit) meer overeenkomt dan online berichtgeving. Hieruit kan opgemaakt worden dat redacties van de gedrukte krant meer met elkaar overeenkomen dan die van de webpagina's. Dit vormt een aanwijzing dat de gedrukte kranten meer op elkaar zijn gaan lijken. Dit sluit aan bij de bevindingen van Cook (2006), dat de media steeds meer op een institutionele manier te werk gaan. De routines en werkwijze van journalisten van de verschillende gedrukte kranten komen steeds meer met elkaar overeen waardoor het onderscheid tussen populair en kwaliteit vervaagt. De correlatie tussen gedrukte kranten in de berichtgeving over Mexico wijst op een ontwikkeling in deze richting. Zo bericht Op 20 december 2017 De Telegraaf: “*Journalist in Mexico vermoord op kerstviering*”, het *Algemeen Dagblad* en de *Volkskrant* identiek: “*Mexicaanse journalist vermoord bij kerstfeest op school van zijn zoon*”.

4.2 Nieuwswaarden

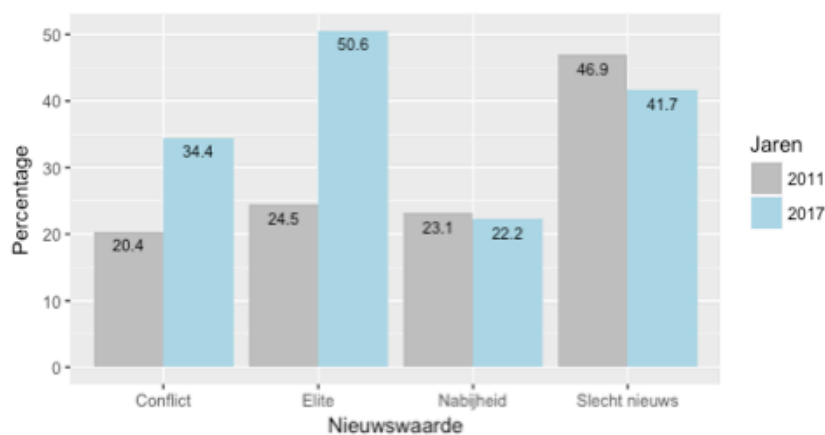
Nieuwswaarden spelen een belangrijke rol bij de selectie van nieuws (Galtung & Ruge 1965; Harcup & O'Neill, 2001). Om te bezien op basis van welke nieuwswaarden Mexico in het nieuws komt, zijn de soorten media, platformen en jaren vergeleken in het gebruik van de vier nieuwswaarden conflict, elite, slecht nieuws en nabijheid. Figuur 4, 5 en 6 geven per nieuwswaarde het percentage van de berichtgeving weer waarin Mexico meer dan drie keer voor komt, per figuur is een ander onderscheid gemaakt. Figuur 4 maakt onderscheid tussen populaire- en kwaliteitskranten. Figuur 5 geeft per nieuwswaarde het percentage in de gedrukte en online berichtgeving over Mexico weer. Figuur 6 vergelijkt de nieuwswaarden in het jaar 2011 en 2017. De verschillen tussen mediasoorten, hun platformen en de jaren worden per nieuwswaarde besproken en verklaard. Op basis van deze resultaten wordt deelvraag 3 beantwoord.



Figuur 4. Onderscheid tussen populair en kwaliteit



Figuur 5. Onderscheid online en gedrukt



Figuur 6. Onderscheid tussen 2011 en 2017

Figuur 4 geeft weer dat in populaire kranten nieuwswaarde *nabijheid* een belangrijkere rol speelt (30.6 procent) dan in kwaliteitskranten (13.6 procent). Dit verschil is significant, $\chi^2 = (327, 1) = 12.50, p < .01$. Dit bevestigt eerder onderzoek dat populaire kranten vaker berichten op een manier die dicht bij de belevingswereld van de lezer staat (Boukes & Vliegenthart, 2017; Semetko & Valkenburg, 2000). In populaire kranten speelt nabijheid, de mate van herkenbaarheid, een belangrijke rol in de selectie van nieuws over Mexico. Hieruit kan worden afgeleid dat wanneer er een Nederlander betrokken is bij een gebeurtenis, dit Mexico nieuwswaardiger maakt voor populaire kranten. Zo interviewt het *Algemeen Dagblad* een Nederlandse man die met een kever door Mexico reist: *“Ik moet nog zeker 5.000 kilometer tot Cancún maar hé, wie maalt daar om? Mijn project moet uitgroeien tot iets moois”* (20 december, 2017). Populaire kranten berichtten vaker met gewone mensen in de hoofdrol dan kwaliteitskranten (Boukes & Vliegenthart, 2017). Zo berichtte het *Algemeen Dagblad* aan de hand van ooggetuigenverslag over de aardbeving in Mexico *“Steijn woont voor een jaar in Mexico, samen met zijn vrouw en jongste dochter. Ze zijn alle drie in veiligheid. ‘Mijn dochter zat op het sportveld van haar school, mijn vrouw stond op straat “..” te praten’, zegt hij.”* (20 september, 2017). Zo ook in *de Telegraaf* een bericht over een moord in Mexico, omdat het slachtoffer Nederlands is *“Olga Kluivers (60), “..” is vermoord in Mexico, waar ze al ruim twintig jaar woonde”* (7 september 2018).

De nieuwswaarde nabijheid verschilt niet significant tussen de jaren 2011 en 2017 en ook niet tussen de online en gedrukte berichtgeving. Het verschil in gebruik van de nieuwswaarde wordt verklaard doordat nabijheid dominant is in de berichtgeving van populaire kranten en niet door verschil in berichtgeving tussen platformen of de jaren. Dit wijst uit dat de rol van populaire kranten meer focust op vermaken van de lezer dan op het informeren (Ruigrok et al., 2013).

Figuur 4 geeft weer dat 36.4 procent van de berichtgeving waarin Mexico meer dan drie keer voor komt in kwaliteitskranten de nieuwswaarde *conflict* bevat. Dit verschilt significant met de 20.8 procent in populaire kranten, ($\chi^2 (327, 1) = 9.00, p = .041$). De nieuwswaarde conflict is aanwezig wanneer een gebeurtenis zich kenmerkt door strijd tussen twee partijen die van standpunt verschillen. De analyse wijst uit dat in kwaliteitskranten de nieuwswaarde conflict vaker de aanleiding tot berichtgeving vormt dan in populaire kranten. Dit is niet in overeenstemming met de bevinding uit eerder onderzoek dat populaire kranten meer aandacht hebben voor conflict (Bakker & Scholten, 2014; Boukes & Vliegenthart, 2017). Ook voor de verschillen tussen online en gedrukte berichtgeving gaan de bevindingen in tegen de bestaande

theorie dat conflict dominant is in online berichtgeving (Ruigrok et al., 2013). In de berichtgeving over Mexico komt de nieuwswaarde conflict significant vaker voor in gedrukte berichtgeving dan online ($\chi^2 = (327, 1) = 24.53, p < .01$).

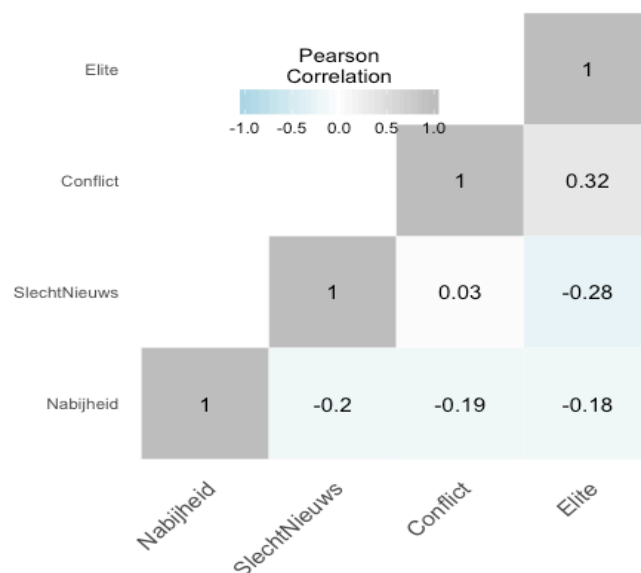
De verschillen tussen media (figuur 4), platformen (figuur 5) en jaren (figuur 6) zijn voor het gebruik van nieuwswaarde *elite* alle drie significant. De nieuwswaarde elite houdt in dat de aanleiding voor het nieuws te herleiden is naar een handeling of uitspraak van invloedrijke personen, landen of bedrijven (Ruigrok et al., 2013). Elite komt vaker voor in gedrukte dan in online berichten, ($\chi^2 = (327, 1) = 3.91, p = .048$). Daarnaast vaker in kwaliteitskranten dan in populaire kranten, ($\chi^2 = (327, 1) = 5.90, p < .05$). Door de media wordt vaker aandacht besteed aan een gebeurtenis als er landen, personen of bedrijven met elite status betrokken zijn (Peterson, 1969). Amerika wordt onder andere door haar machtige positie in de wereldpolitiek gezien als een elite land (Wu, 2000). In het geval van Mexico wordt de nieuwswaardigheid beïnvloed door de elite status van Amerika. Kwaliteitskranten berichten vaker over politiek dan populaire kranten (Ruigrok & Scholten, 2006). Een mogelijke verklaring voor het verschil in de berichtgeving tussen populaire en kwaliteitskranten kan zijn dat de Verenigde Staten eigenlijk de nieuwsselectie van kwaliteitskranten bepaalt.

Het gebruik van de nieuwswaarde elite komt significant vaker voor na de benoeming van Trump in het jaar 2017 ($\chi^2 = (327, 1) = 22.06, p < .001$) dan in 2011. Hetzelfde geldt voor de nieuwswaarde Conflict ($\chi^2 = (327, 1) = 7.21, p = .0073$). De uitspraken van president Donald Trump over de muur, immigratie en het bezoek van de Mexicaanse president aan Amerika komen terug in de berichtgeving van verschillende Nederlandse kranten. Op 26 januari 2017 kopt *de Volkskrant*: “Bezoek president Mexico aan Trump gaat door, Mexicanen woedend over muur”, *NRC Handelsblad* dezelfde dag: “Mexicaanse president keurt bouw muur VS af”.

Slecht nieuws is in zowel 2011 als in 2017 een belangrijke nieuwswaarde voor berichtgeving over Mexico. Dit sluit aan bij de bevinding dat slecht nieuws een belangrijk aspect is in de nieuwsselectie en een belangrijke nieuwswaarde is voor buitenlandnieuws (Harcup & O’Neill, 2016; Hannerz, 2012; Palgi & Abramovitch, 1984; Ruigrok et al., 2013; Wu, 2000). Dit wordt bevestigd door bevindingen op basis van de berichtgeving over Mexico. Van de vier onderzochte nieuwswaarden komt slecht nieuws procentueel het meest voor: populaire kranten (41.6 procent), kwaliteitskranten (46.8 procent) en online kranten (49.7 procent). In kwaliteitskranten significant vaker dan in populaire kranten ($\chi^2 = (327, 1) = 0.68, p = .041$).

Het verschil tussen de nieuwswaarde slecht nieuws in online (49.7 procent) en gedrukte berichtgeving (39.0 procent) is niet significant. De berichtgeving over Mexico komt overeen met eerdere bevindingen waarin slecht nieuws een dominante nieuwsaanleiding vormt (Palgi & Abramovitch, 1984). De nieuwswaardigheid van gebeurtenissen wordt zowel in online als in gedrukte berichtgeving bepaald door slecht nieuws zoals dood, letsel en verlies. Dit varieert van berichtgeving over het geweld “*Weer toegetakelde lijken gevonden.*” (NRC Handelsblad, 28 november 2011), berichtgeving over politieke situaties “*Mexicanen wantrouwen alle politici*” (NRC Handelsblad, 26 juni 2011) en berichtgeving over natuurrampen “*Het dodental van de zware aardbeving die afgelopen donderdag Mexico trof, is opgelopen tot negentig.* (de Volkskrant, 11 september 2017).

Nieuwswaarden zijn de basis voor berichtgeving. Om te achterhalen of er een verband bestaat tussen de nieuwswaarden in berichtgeving over Mexico is een correlatie test uitgevoerd. Op deze manier wordt duidelijk in hoeverre nieuwswaarden gecombineerd worden in de berichtgeving en welke nieuwswaarden vaker samen gebruikt worden. Figuur 7 geeft de correlaties tussen de verschillende nieuwswaarden weer. Een sterke correlatie houdt in dat wanneer een nieuwswaarde voor komt het waarschijnlijk is dat de andere ook in hetzelfde bericht voor komt.



Figuur 7. *Correlatie tussen de nieuwswaarden in berichtgeving over Mexico*

Een donkere kleur geeft een sterkere correlatie weer. De sterkste correlatie in de berichtgeving over Mexico bestaat tussen de nieuwswaarde elite en conflict ($r = .32$ $p < .00$). Deze nieuwswaarden worden vaak in combinatie gebruikt. Dit sluit aan bij eerdere bevindingen in

dit onderzoek over de aandacht voor Mexico in relatie tot Amerika en Mexico. Daarnaast is de negatieve correlatie tussen elite en slecht nieuws significant.

Nabijheid heeft een significante correlatie met alle drie de nieuwswaarden, echter zijn deze alle drie negatief. Wanneer nabijheid wordt gebruikt, worden de andere nieuwswaarden significant minder gebruikt en andersom. De herkenbaarheid van een verhaal vormt dus vaker opzichzelfstaand de aanleiding voor berichtgeving dan in combinatie met andere nieuwswaarden.

Op basis van de resultaten kan deelvraag 3 *“In hoeverre komen de nieuwswaarden terug in de berichtgeving over Mexico en verschilt dit tussen populaire- en kwaliteitskranten, de online en gedrukte berichtgeving en de jaren 2011 en 2017?”* worden beantwoord. De nieuwswaarden verschillen alle vier significant tussen populaire- en kwaliteitskranten. Conflict, elite en slecht nieuws komen vaker voor in kwaliteitskranten en nabijheid is dominant in populaire kranten. In online berichtgeving komen de nieuwswaarden conflict en slecht nieuws procentueel vaker voor. In de gedrukte krant is dat de nieuwswaarde elite. Er is geen significant verschil tussen online en gedrukte kranten voor de nieuwswaarde nabijheid. De vier nieuwswaarden zijn vergelijkbaar in de jaren 2011 en 2017, alleen de nieuwswaarde elite speelt een grotere rol in 2017. De sterkste positieve correlatie bestaat tussen de nieuwswaarden conflict en elite.

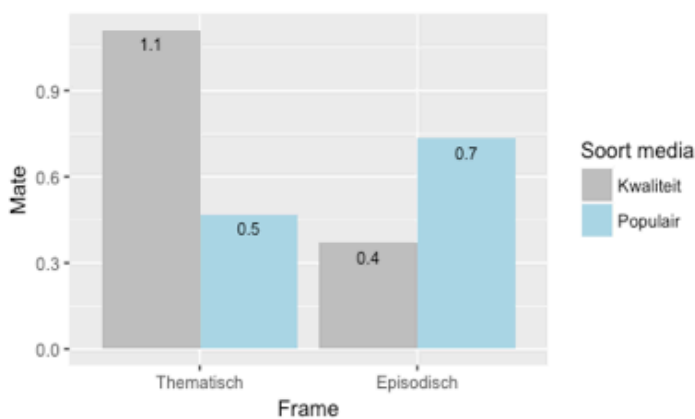
Dit betekent dat vooral gebeurtenissen die zich kenmerken door negativiteit, slecht nieuws of waar elite personen of landen bij betrokken zijn Mexico nieuwswaardig maken voor de berichtgeving in Nederlandse kranten.

4.3 Frames in de berichtgeving over Mexico

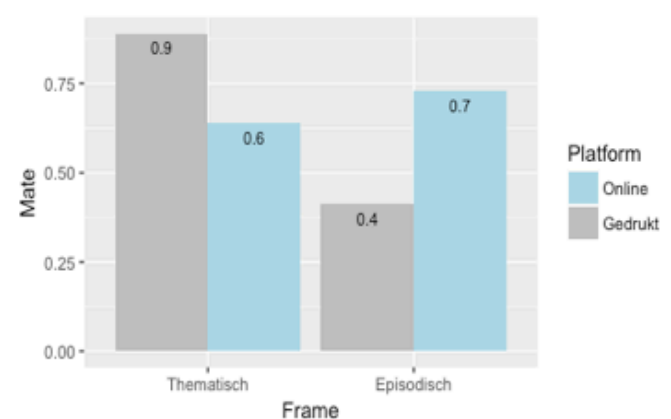
Om naast de nieuwswaarden de inhoud van de berichtgeving diepgaander te kunnen vergelijken wordt gekeken naar het gebruik van frames in berichtgeving waarin Mexico meer dan drie keer voor komt. Door het framegebruik te analyseren kan in beeld gebracht worden hoe en op welke wijze kranten berichten (Entman, 1993). Eerst worden de verschillen tussen episodische en thematische frames in de berichtgeving besproken (deelvraag 4). Daaropvolgend de vier generieke frames op basis van Semetko en Valkenburg (2000): conflictframe, economische consequenties frame, human interest frame en het verantwoordelijkheidsframe (deelvraag 5).

4.3.1 Episodisch frame en thematisch frame

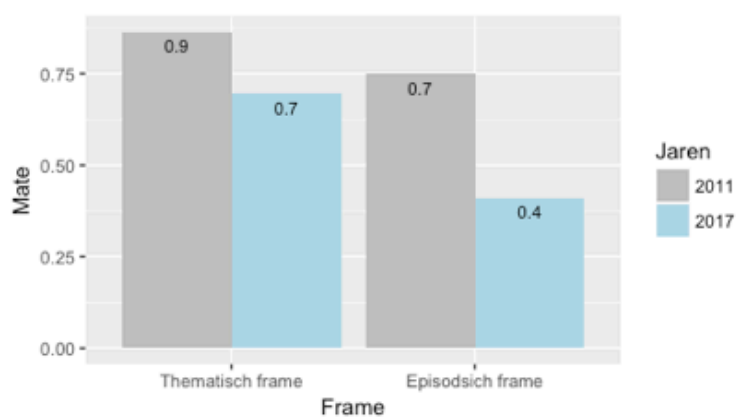
De figuren 8, 9 en 10 geven de gemiddelde mate weer waarin de frames voorkomen in de berichtgeving over Mexico. Hoe sterker het frame voor komt in de berichtgeving hoe hoger het gemiddelde ligt.



Figuur 8. Onderscheid soorten media



Figuur 9. Onderscheid online en gedrukt



Figuur 10. Onderscheid jaren 2011 en 2017

In figuur 8 is onderscheid gemaakt tussen de twee soorten media, in figuur 9 tussen de platformen online en gedrukt, in figuur 10 zijn de verschillen in framegebruik in 2011 en 2017 weergegeven.

Figuur 8 laat zien dat in kwaliteitskranten ($M=1.11$, $SD=1.01$) het *thematische frame* gemiddeld in sterkere mate voor komt dan in de berichtgeving van populaire kranten ($M=0.47$, $SD=0.80$), $t(289.6)=6.32$, $p<0.01$. In kwaliteitskranten wordt in de berichtgeving meer achtergrondinformatie gegeven, zoals cijfers en beleidsmaatregelen. Naast informatie over de feitelijke nieuwsgebeurtenis wordt er ook duiding en context geboden zodat de gebeurtenis makkelijker in perspectief geplaatst kan worden. Zoals:

“Mexico (115 miljoen inwoners) is een van de welvarendste landen van Latijns-Amerika maar de kloof tussen rijk en arm is enorm. De helft van de bevolking leeft onder de armoedegrens. Na groei van rond de 5,5 procent in 2009 en 2010 is sindsdien sprake van vertraging tot een kleine 4 procent. Sinds 2006 zijn in het land meer dan 70.000 doden gevallen bij aan de drugsoorlog gerelateerd geweld.” (Volkskrant 20 september, 2017).

De bevindingen over het verschil in aandacht voor achtergrondinformatie wordt opnieuw bevestigd doordat het *episodisch frame* sterker voor komt in populaire kranten ($M=0.73$, $SD=1.10$) dan in kwaliteitskranten ($M=0.37$, $SD=0.74$), $t(302.8)=3.533$, $p<0.01$. De berichtgeving in populaire kranten richt zich meer op een hoofdthema en vermeldt vaker het aantal doden en slachtoffers zonder een breder perspectief of cijfermatige ondersteuning. Dit sluit aan bij de bevindingen uit eerder onderzoek van Bakker en Scholten (2009) en Boukens en Vliegthart (2017) die concludeerden dat kwaliteitskranten veel aandacht hebben voor context en achtergrondinformatie en populaire kranten zich meer richten op sensationele aspecten van de gebeurtenis. Zoals:

“Twee clowns zijn dood aangetroffen langs een weg in het zuidoosten van Mexico. De artiesten, gekleed in kleurige kostuums en met geverfde gezichten, waren gemarteld. De familie stelde gisteren dat de mannen zijn omgebracht door een drugskartel’ (Algemeen Dagblad, 5 januari 2016).

Uit onderzoek blijkt dat inzicht in de context noodzakelijk is om een conflict (gebeurtenis) te kunnen begrijpen (Ruigrok, et al., 2009). Voor lezers van populaire kranten is het dus lastiger om gebeurtenissen of ontwikkelingen in Mexico te duiden omdat de context ontbreekt.

Berichtgeving waarin het aantal slachtoffers vermeld wordt zonder context van de gebeurtenis zoals: *“In totaal werden maandag twaalf mensen vermoord in de deelstaat Puebla.”* (De Telegraaf, 3 november 2017), geeft geen volledig beeld van de situatie.

Uit figuur 9 blijkt dat het thematisch frame in significant sterkere mate wordt gebruikt in de gedrukte kranten ($M=0.89$, $SD=1.03$) dan in online ($M=0.64$, $SD=0.85$) berichtgeving over Mexico, $t(322.46)=2.42$, $p=0.02$. Het episodisch frame komt juist online ($M=0.73$, $SD=1.06$) in sterkere mate voor dan in gedrukte krant ($M=0.41$, $SD=0.85$), $t(295.27)=2.95$, $p<0.01$. Dit betekent dat de lezers van de gedrukte versie van de krant over meer achtergrondinformatie en context beschikken en dus meer inzicht hebben in de situatie dan wanneer nieuws alleen online wordt gelezen. Terwijl online nieuws steeds belangrijker wordt in de informatievoorziening (CBS, 2017), zeker voor jongere generaties (Ruigrok et al, 2017a) leidt de vereenvoudiging van gebeurtenissen online tot een eenzijdige geïsoleerde presentatie van het nieuws (De Vreese, 2005). Door negatieve stereotypering van bepaalde groepen ontstaat er angst voor de ‘ander’ (Staszak, 2008). In het veranderend medialandschap waarin online nieuws steeds belangrijker wordt, krijgen steeds meer mensen een eenzijdig beeld over buitenlandnieuws (Welbers et al., 2015).

Figuur 10 geeft weer dat beide frames sterker voorkomen in de berichtgeving in 2011 dan in 2017. Alleen voor het episodisch frame is dit verschil significant, $t(269.11)=3.10$, $p=0.002$. Dit laat zien dat de berichtgeving over Mexico in 2017 minder episodisch is. De bevinding vormt echter geen aanwijzing dat er ook meer context wordt gegeven in de berichtgeving. De mate van thematisch framegebruik verschilt niet significant tussen 2011 en 2017.

Om inzicht te verkrijgen in hoeverre er een relatie bestaat tussen de nieuwswaarden en de mate van context en achtergrond in de berichtgeving is in Figuur 11 de correlatie tussen de twee frames en de vier nieuwswaarden weergegeven.



Figuur 11. *Correlatie tussen het thematisch en episodisch frame en de vier nieuwswaarden*

De correlatie tussen het thematisch frame en de nieuwswaarden nabijheid ($r=-0.27$, $p<0.001$), slecht nieuws ($r=0.27$, $p<0.001$) en conflict ($r=0.27$, $p<0.001$) zijn significant, de drie correlaties zijn even sterk.

De correlatie tussen het thematisch frame en nabijheid is negatief, dit betekent dat thematische berichtgeving minder vaak voor komt als de aanleiding van de berichtgeving nabijheid is. Kortom, wanneer nabijheid als nieuwswaarde voor komt is er minder aandacht voor de context. Het gaat hier vaker om toevallige betrokkenheid van een Nederlander. *De Telegraaf* bericht over de aardbeving aan de hand van ooggetuigenverslag van een Nederlander “*Toch gaat het om een sterkere beving dan de aardstok van 1985 die in de hoofdstad toen tienduizend slachtoffers maakte. ‘Alles ging op en neer’ De Nederlander Laurens Schönigh kwam met de schrik vrij in zijn appartement in de wijk Roma Norte in Mexico-Stad.*” (8 september, 2017).

Berichtgeving met de nieuwswaarden conflict en slecht nieuws heeft vaker aandacht voor achtergrond en context. Dit betekent dat de Nederlandse kranten slecht nieuws en conflict duiden met achtergrondinformatie. *NRC Handelsblad* kopt: “*Mexico: 17 doden bij drugsgeweld*”. Hier is de aanleiding slecht nieuws maar in het artikel wordt context geboden. waarbij het conflict de aanleiding vormt: “*Sinds het aantreden in 2006 van president Felipe Calderon, die de drugskartels de oorlog heeft verklaard, heeft het drugsgeweld in Mexico circa 25.000 levens gekost.*” (19 juni 2011).

Tussen het episodisch frame en de nieuwswaarden slecht nieuws en elite is de correlatie significant. De nieuwswaarde slecht nieuws correleert sterker met het episodisch frame, $r=0.31$, $p<0.001$ dan met het thematisch frame. Voor berichtgeving waarin veel of weinig aandacht is voor de context, vormt slecht nieuws een belangrijke nieuwswaarde. Vaak zijn dit kernachtige berichten over moord, geweld of rampen zoals in *de Volkskrant* “Zeker 60 doden bij beving in Mexico” (9 september 2017).

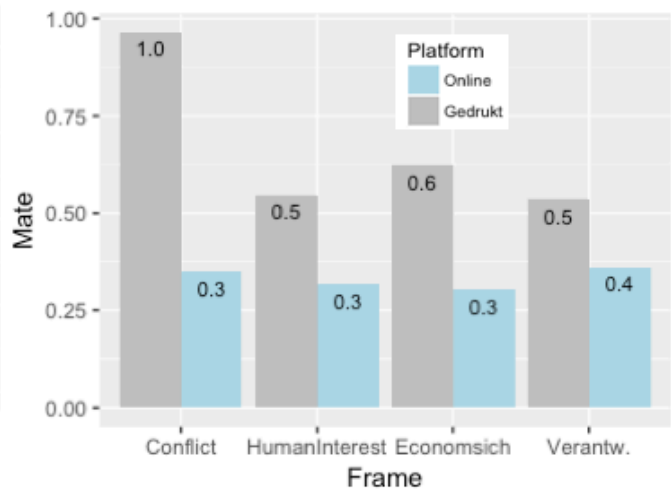
Op basis van de bevindingen kan deelvraag 4 beantwoord worden: “*In hoeverre is in de berichtgeving over Mexico het episodisch of het thematisch frame dominant en verschilt dit bij populaire en kwaliteitskranten, bij de online en gedrukte berichtgeving en gedurende de jaren 2011 tot en met 2017?*”. De berichtgeving in kwaliteitskranten en gedrukte kranten is in hogere mate thematisch geframed. Er is meer duiding en achtergrondinformatie beschikbaar voor de lezers. Dit is nodig om ontwikkelingen te kunnen begrijpen (Ruigrok et al., 2009). De berichtgeving in populaire kranten en online is meer gericht op de gebeurtenis zelf, episodisch en heeft minder aandacht voor context en achtergrondinformatie. In het veranderend medialandschap waarin steeds meer mensen online het nieuws lezen, neemt de kans toe dat de lezer een stereotype beeld heeft van ontwikkelingen in het buitenland, wat kan leiden tot een angst voor de ‘ander’ (Staszak, 2008).

4.3.2 Generieke frames in buitenlandnieuws

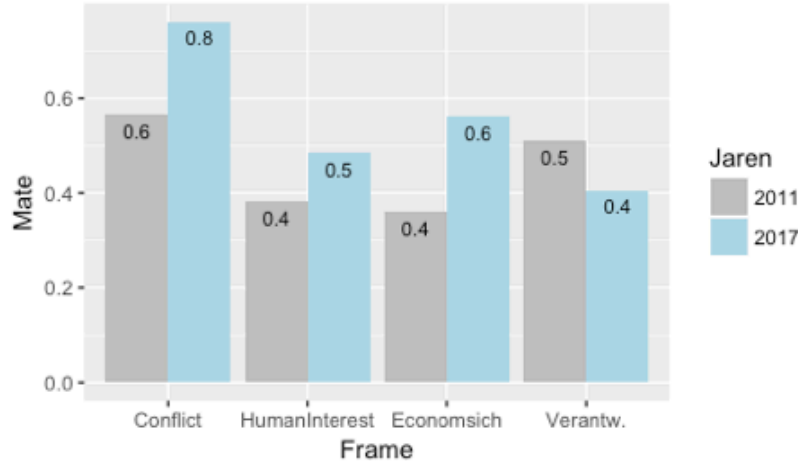
Naast vergelijking op basis van het episodisch en thematisch frame is de berichtgeving ook vergeleken op basis van de vier frames van Semetko en Valkenburg (2000). Figuur 12, 13 en 14 geven de gemiddelde mate van framegebruik weer. Er is opnieuw onderscheid gemaakt tussen mediasoorten, platformen en jaren.



Figuur 12. Onderscheid populair en kwaliteit



Figuur 13. Onderscheid online gedrukt



Figuur 14. Onderscheid tussen jaren

Het *conflict frame* benadrukt strijd en conflict met als doel de aandacht van het publiek vast te houden (Semetko & Valkenburg, 2000). Uit de analyse blijkt dat in de berichtgeving over Mexico het conflict frame gemiddeld in sterkere mate naar voren komt in kwaliteitskranten ($M=0.85$, $SD=1.20$) dan in populaire kranten ($M=0.51$, $SD=0.99$), $t(297.1)=2.75$, $p=0.006$. Dit

komt overeen met de bevindingen van Semetko en Valkenburg (2000) dat het conflict frame dominant is in kwaliteitskranten dan in populaire kranten. Semetko en Valkenburg (2000) stellen dat de serieuzere berichtgeving van kwaliteitskranten aansluit bij het conflict frame. Populaire kranten kiezen vaker voor berichtgeving over de sensationele aspecten van de gebeurtenis (Bakker & Scholten, 2014). Dit komt ook naar voren in de berichtgeving over Mexico. De kwaliteitskrant *de Volkskrant* bericht

“De moord op een journalist ontnemt Mexicanen het recht te weten wat er gebeurt in ons land' En er gebeurt nogal wat sinds oud-president Felipe Calderón in 2006 het leger de straten opstuurde om de drugskartels te bestrijden zijn er zo'n tweehonderdduizend doden gevallen in de drugsoorlog.” (16 mei, 2017).

De moord wordt verklaard aan de hand van het conflict frame waarin de overheid, in dit geval het leger, tegenover de drugskartels wordt gezet. Populaire krant *De Telegraaf* bericht met nadruk op het incident zelf en omschrijft de gebeurtenis *“Een bekende journalist is maandag doodgeschoten in het noordwesten van Mexico. Javier Valdez (50) overleed nadat onbekende aanvallers het vuur openden op zijn auto in de staat Sinaloa, meldde de website RioDoce.”* (15 mei, 2017). Deze bevinding bevestigt de theorie van Semetko en Valkenburg (2000) dat kwaliteitskranten in sterkere mate vanuit het conflict frame berichten en dat populaire kranten de sensationele aspecten van het nieuws benadrukken.

Daarnaast blijkt uit de analyse dat het conflict frame in sterkere mate voor komt in de gedrukte kranten ($M=0.97$, $SD=1.27$) dan online ($M=0.348$, $SD=0.76$), $t(282)=5.39$, $p<0.001$. De bevindingen komen overeen met eerdere bevindingen dat de nieuwswaarde conflict meer voor komt in kwaliteitskranten en gedrukte media. Kwaliteitskranten en gedrukte kranten duiden de gebeurtenis aan de hand van een conflict tussen twee partijen. Dit kan gaan over de strijd tegen de kartels, zo kopt *de Volkskrant* *“Oorlog tegen drugskartels Mexico zinloos”* (17, september 2011) en de strijd tussen burgers en overheid: *“De bevolking is woedend over een forse stijging van de benzineprijzen, die per 1 januari is ingegaan”* (de Volkskrant 7 januari, 2017).

Kwaliteitskranten ($M=0.68$, $SD=1.05$) berichten sterker vanuit het *verantwoordelijkheidsframe* dan populaire kranten ($M= 0.24$, $SD=0.65$), $t(249.59)=4.44$, $p<.001$. Berichtgeving vanuit het verantwoordelijkheidsframe schrijft de verantwoordelijkheid van de oorzaak of een probleem aan iets of iemand toe. Wanneer de lezer dit frame overneemt, wordt die persoon of organisatie verantwoordelijk gehouden. Zo wordt de publieke opinie gestuurd in het aanwijzen van een verantwoordelijke voor het niet oplossen of veroorzaken van problemen (Iyengar, 1987).

Het personaliseren van politieke berichtgeving komt voort uit het veranderend medialandschap waar entertainment en vermaak steeds belangrijker worden (Schudson 2003, Welbers et al., 2016). De politieke spanning tussen Amerika en Mexico vormt aanleiding voor een belangrijk onderdeel van Nederlandse berichtgeving over Mexico. Om een breder publiek te bereiken wordt politieke berichtgeving toegankelijker gemaakt door aanvulling met persoonlijke ervaringen. Door de dominantie van medialogica worden gebeurtenissen gesimplificeerd en ligt de nadruk op conflict en personen (Welbers et al., 2015; Ruigrok et al., 2017). De gevolgen van bijvoorbeeld het immigratiebeleid van de Amerikaanse president Donald Trump voor Mexicanen wordt beschreven aan de hand van persoonlijke verhalen zoals in *de Volkskrant*: ‘Na achttien jaar in het beloofde land, waar ze een man had en kinderen en een eigen woning en een eigen auto en een baan in een chocoladefabriek, moet ze terug naar huis’ (22 juni 2017).

Het *human interest frame* definiëren Semetko en Valkenburg (2000) als berichtgeving met nadruk op hoe een gebeurtenis individuen of groepen raakt (Semetko & Valkenburg, 2000). Maatschappelijke ontwikkelingen worden weergegeven door middel van persoonlijke voorbeelden (Boukes et al., 2014). In de berichtgeving over Mexico komt het human interest frame net als het conflict en verantwoordelijkheidsframe gemiddeld in hogere mate voor in kwaliteitskranten ($M=0.53$, $SD=0.94$) dan in populaire kranten ($M=0.36$, $SD=0.77$), $t(297.07)=2.75$, $p=0.006$. In gedrukte ($M=0.55$, $SD=0.93$) kranten komt het human interest frame sterker naar voren dan in online ($M=0.32$, $SD=0.75$) berichtgeving $t(321.76)=2.48$, $p=0.014$.

Deze resultaten zijn tegenstrijdig met eerder onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000), waarin naar voren komt dat dit frame juist dominant is in populaire kranten. Dit verschil in uitkomsten kan onder andere worden toegeschreven aan veranderingen in het medialandschap. Het wordt voor zowel populaire als kwaliteitskranten steeds belangrijker om de aandacht van de lezer vast te houden. Mexico staat ver af van de belevingswereld van de Nederlandse lezer. Het human interest frame brengt de nieuwsgebeurtenis dichterbij. Walter et al. (1995, p.587) stellen dat de mogelijkheid tot identificatie een sterke relatie heeft met de mate van interesse in het verhaal. Hij beschrijft dit als het ‘it could have happened to me’ effect. Het human interest frame versterkt de mogelijkheid tot identificatie en maakt berichtgeving toegankelijker. Een persoonlijk verhaal staat symbool voor een maatschappelijk probleem.

“Kwart voor negen was ze altijd thuis in Atenco, een voorstad van Mexico-Stad. Maar niet op de avond van 22 december 2012. Toen overkwam de dochter van Maria Dolores, Marisol Rizo, wat tienduizenden Mexicanen overkomt. Ze werd het familielid van een vermiste.” (NRC Handelsblad 13 december 2014).

Er wordt benadrukt hoe een gebeurtenis individuen of groepen raakt. De persoonskenmerken kunnen boosheid of compassie opwekken. Er wordt ingegaan op privélevens van actoren zoals in *NRC Handelsblad*:

“Een vrouw met schuchtere ogen in een rond gezicht, is 8,5 maand zwanger, vertelt ze. Rodríguez is opgelucht, maar moe. Net op tijd is ze aan de goede kant van de grens geraakt. Ze zal in de VS bevallen en haar kind zal automatisch de Amerikaanse nationaliteit krijgen. Een zogenoemde anchor baby, een ‘anker’ dat ook de moeder de kans geeft in de Verenigde Staten aan te meren.” (21 januari, 2017).

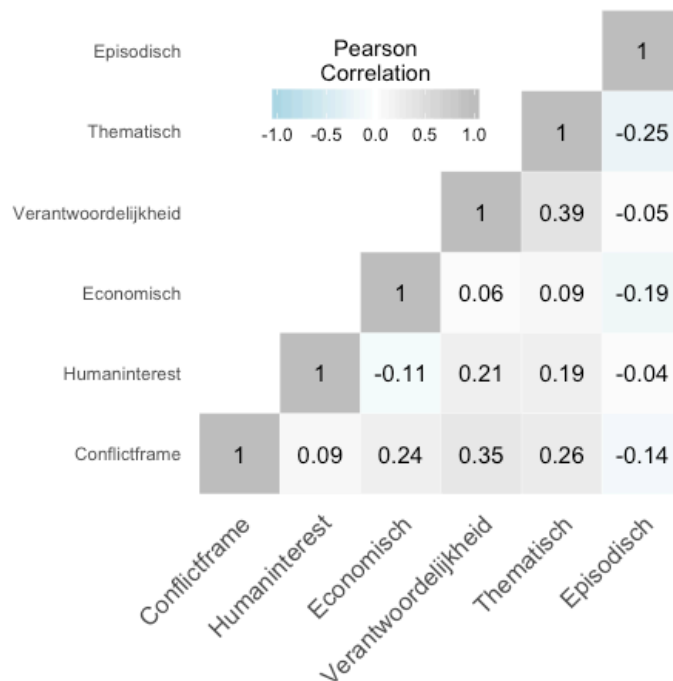
Het individuele verhaal maakt het migratieprobleem toegankelijk en beter te begrijpen voor de lezer. Een mogelijk gevolg hiervan is dat emotie en sensatie steeds meer leidend worden in de berichtgeving, wat de commercialisering van het medialandschap versterkt (Schudson, 2003).

Tot slot verschilt de mate van het gebruik van het economische consequenties frame niet significant tussen populaire ($M=0.47$, $SD=0.94$) en kwaliteitskranten ($M=0.47$, $SD=0.98$), $t(322.96)=0.06$, $p=0.95$. Berichtgeving vanuit het economische consequentie frame richt zich op de economische implicaties van de gebeurtenis. Het belicht de situatie vanuit een economisch perspectief en benadrukt de economische aspecten van de situatie, gebeurtenis of het probleem (Semetko & Valkenburg, 2000). Neuman et al. (1992) herkende dit frame als veel voorkomend. Dit sluit aan bij de bevinding dat aanwezigheid van het economisch consequentie frame niet significant verschilt tussen de kranten. Echter komt in de berichtgeving over Mexico komt dit frame in beide soorten kranten in verhouding tot andere frames minder vaak voor. Dit kan verklaard worden door de minimale economische afhankelijkheid van Nederland en Mexico. Berichtgeving over economische consequenties lijkt hierdoor minder relevant.

Het economisch frame komt in significant hogere mate terug in gedrukte ($M=0.622$, $SD=1.10$) dan in online ($M=0.30$, $SD=0.74$) berichtgeving over Mexico $t(301.29)=3.09$, $p=0.002$. Dit is in lijn met eerder onderzoek naar kenmerken van online berichtgeving. Online is de berichtgeving meer gericht op conflict en emotie (Ruigrok et al., 2017a), hetgeen minder aansluit bij het economisch frame met een meer zakelijk en economische invalshoek.

Economische consequenties verbonden aan beslissingen van Amerika komen in beide type media aan bod. Zo bericht *NRC Handelsblad* over de oliewinning als volgt: “En als de oliewinning in de Golf van Mexico afneemt, zal Amerika dan meer moeten gaan importeren, waardoor de afhankelijkheid stijgt, en de importrekening groeit.” (12 januari, 2011). Het *Algemeen Dagblad* beschrijft een ander aspect, de importtarieven met de volgende kop: “Het invoertarief waarmee Trump dreigt, raakt volgens experts vooral de Amerikaanse consument. Als bedrijven meer moeten betalen voor import van avocado's uit Mexico, betaalt de klant meer voor zijn guacamole.” (22 maart 2017).

Figuur 15 geeft de correlatie weer tussen de zes verschillende frames in berichtgeving waarin Mexico meer dan drie keer in voor komt in de vier grootste kranten van Nederland.



Figuur 15. *Correlatie tussen frames in de berichtgeving over Mexico*

Uit figuur 15 blijkt dat het episodisch frame negatief correleert met de andere frames. Berichtgeving waarin het episodisch frame sterk naar voren komt is vaak kort en geeft geen context die in frames wordt gevat.

De correlatie tussen thematisch frame en het conflict frame, het human interest frame en het verantwoordelijkheidsframe zijn significant. In de berichtgeving wordt door middel van persoonlijke verhalen een verantwoordelijke voor de problematiek aangewezen.

Berichtgeving met een sterk thematisch frame verklaart de gebeurtenis vooral in termen van conflict ($r = .39$ $p < .000$) en verantwoordelijkheid ($r = .39$ $p < .001$). Duiding en context gaat dus gepaard met de verantwoordelijkheid van de gebeurtenis die aan iets of iemand toegeschreven wordt en vice versa. In dit bericht van *NRC Handelsblad* wordt de beleidsmaatregel genoemd als oorzaak van toename in slachtoffers; hierin komen de frames samen:

“De muren zijn vooral in stedelijk gebied geplaatst. Het idee is dat dit migranten zou afschrikken, omdat ze gedwongen werden gevaarlijkere routes te nemen. Het aantal migrantendoden aan de grens steeg navenant. Door verdrinkingen in de rivier en vooral door uitdroging en zonnebrand in de woestijn of het struiklandschap van Texas. Niet alle doden worden gevonden. Vorig jaar waren het er zeker 432, aldus de Internationale Migratie Organisatie (IOM).” (21 januari 2018).

De urgentie van oplossing voor het probleem wordt benadrukt (verantwoordelijkheidsframe), door context te beschrijven door middel van cijfers (thematisch frame):

“In Mexico mislukte een poging om de drugsoorlog te stoppen (inmiddels 50.000 doden), doordat de verschillende overheden langs elkaar heen werkten bij de onderhandelingen.” (NRC Handelsblad, 6 juni 2017).

Daarnaast is er een significante correlatie tussen het thematisch frame en het conflictframe. Dit betekent dat wanneer er een hogere mate van het conflict frame wordt herkend, er ook een sterke mate van het thematisch frame voor komt en er dus meer aandacht is voor context. Dit komt overeen met de correlatie tussen de nieuwswaarde conflict en het thematisch frame. Kwaliteitskranten kenmerken zich door meer aandacht voor achtergrond en context (Bakker en Scholten, 2009). Dit verklaart de eerdere bevinding dat de nieuwswaarde conflict ook meer voor komt in kwaliteitskranten dan in populaire kranten.

Op basis van de resultaten kan deelvraag 5: *“In hoeverre komen de frames terug in de berichtgeving over Mexico en verschilt dit met populaire en kwaliteitskranten, bij de online en gedrukte berichtgeving en gedurende de jaren 2011 tot en met 2017?”* worden beantwoord. Alle vier de frames zijn aanwezig in de berichtgeving over Mexico. Het framegebruik verschilt bij populaire en kwaliteitskranten maar bevestigt eerder onderzoek over de kenmerken van deze type kranten (Bakker & Scholten, 2009). Zo berichten kwaliteitskranten in sterkere mate vanuit het conflictframe en verantwoordelijkheidsframe. Beide frames komen hebben een sterke correlatie met het thematisch frame. Dit betekent dat kwaliteitskranten de ontwikkelingen

in Mexico sterker framen maar wel meer berichten over context en achtergrond. Nadruk op informeren is kenmerkend voor kwaliteitskranten (Bakker & Scholten, 2009; Boukens & Vliegthart, 2017). Het episodisch frame correleert negatief met de andere frames. Dit betekent dat wanneer berichtgeving vooral over de gebeurtenis zelf gaat er minder aandacht is voor context die in frames wordt gevat. Deze bevinding is een aanwijzing dat in het type krant waar frames sterker naar voren komen ook meer context wordt gegeven.

5. Conclusie en discussie

In dit onderzoek is de berichtgeving over Mexico van vier Nederlandse kranten vergeleken in de periode 2011-2017. Gemeten naar het aantal moorden zijn de jaren 2011 en 2017 de meest gewelddadige jaren van de afgelopen 20 jaar (SESNSP, 2018). De relatieve *aandacht voor Mexico* kent in de onderzochte periode 2011-2017 de grootste piek rondom het wereldkampioenschap voetbal in 2014. Een even grote piek ontstond in september 2017 als gevolg van aardbevingen in het land. De verkiezingsbeloften en de inauguratie van de Amerikaanse president Donald Trump zorgden eind 2016, begin 2017 voor een volgende piek in het aantal berichten per maand. In die maanden kondigde Trump aan dat er op kosten van de Mexicanen een muur gebouwd moest worden op de grens met Amerika om illegale migranten tegen te houden.

Ondanks de aandachtspieken door plannen van Donald Trump en de aardbeving in het jaar 2017, is de aandacht per maand op jaarbasis in 2017 niet significant groter dan in 2011. Na een hoge piek valt de aandacht terug naar een relatief laag basisniveau. Redacties lijken impliciet een basisniveau in het aantal berichten over Mexico te hanteren. Dit is een patroon met andere kenmerken dan een *compassion fatigue* (Moeller, 2002). Er zijn geen aanwijzingen dat berichtgeving over Mexico wordt gestuurd door afname van interesse of door verlies van sympathie van de lezer. Er is eerder sprake van een opportunistisch patroon. De pieken in berichtgeving gaan niet over sociaal, economisch en culturele ontwikkelingen in Mexico zelf. Of Mexico nieuws wordt in Nederlandse kranten, is afhankelijk van externe gebeurtenissen.

In dit onderzoek is onderscheid gemaakt tussen publicaties van populaire kranten *De Telegraaf* en *Algemeen Dagblad* en kwaliteitskranten *NRC Handelsblad*, *de Volkskrant* (Bakker & Scholten, 2014; Boukes & Vliegenthart, 2017). Van 2011-2017 is de aandacht voor Mexico in kwaliteitskranten significant hoger dan in populaire kranten. Alleen tijdens de hoogste pieken in de berichtgeving van deze periode; het WK en de aardbeving, berichten populaire kranten meer over Mexico dan kwaliteitskranten. Doordat populaire kranten alleen meer berichten tijdens de pieken, gekleurd door zacht nieuws, krijgen de lezers een eenzijdiger beeld dan lezers van kwaliteitskranten.

Over de gehele periode 2011-2017 is er een correlatie tussen pieken en dalen in aandacht van online en gedrukte populaire- en kwaliteitskranten. Nederlandse kranten en platformen zijn dus weinig pluriform; ze berichten over dezelfde soort gebeurtenis op hetzelfde moment. De gedrukte populaire en kwaliteitskranten komen het meest overeen. Dit is een aanwijzing voor de institutionalisering van het gedrukte nieuws. Dit sluit aan bij de bevinding dat media aanbieders steeds meer op elkaar gaan lijken (Cook, 2006), uit angst om een scoop of primeur te missen (Ruigrok et al., 2013). Het lijkt erop dat routines en procedures in buitenlandnieuws overeenkomen. Dit betekent dat dezelfde buitenlandgebeurtenissen als nieuwswaardig worden geselecteerd en er op dezelfde manier over wordt bericht. Door in vervolgonderzoek de berichtgeving over meerdere landen of landen uit andere gebieden te vergelijken, kan hier meer duidelijkheid over worden gegeven. In hoeverre het journalistieke proces, de routines en procedures op de redactie in de praktijk met elkaar overeenkomen moet nader onderzocht worden. Vervolgonderzoek door middel van interviews in combinatie met aandacht voor het bestaan en gebruik van eventuele documenten over de routines op individueel en redactie niveau biedt de mogelijkheid om de werkwijze van redacties te vergelijken. De *hierarchy of influence*, uit onderzoek van Shoemaker en Reese (2016), definieert verschillende niveaus van beïnvloeding in het journalistieke proces. Dit model kan structuur bieden voor het vergelijken van kranten. Op deze manier kan inzicht worden verkregen in hoeverre berichtgeving in verschillende kranten pluriform is of dat het op dezelfde manier tot stand komt. Dit is relevant om te onderzoeken omdat pluriforme informatievoorziening noodzakelijk is voor het functioneren van een democratie ((Strömbäck, 2005). Wanneer de media werken als instituut, blijft de pluriformiteit in de informatievoorziening moeilijker gewaarborgd (Cook, 2006).

De gedrukte versie van de krant is vergeleken met de website en nog niet met de overige online verschijningsvormen van de krant zoals de Facebookpagina, Instagram en gebruikersfora. Deze vormen van informatievoorziening worden steeds meer geraadpleegd (Burggraaff & Trilling, 2017; CBS, 2017). Er is meer onderzoek nodig naar de aandacht voor buitenlandnieuws en de nieuwsselectie door middel van algoritmes op basis van eigen voorkeur en de voorkeur van vrienden (DeVito, 2017). Dit moet uitwijzen of de klassieke basisprincipes van de journalistiek helpen de opkomst van de algoritmes voor te blijven.

Gebeurtenissen die gekenmerkt worden door de nieuwswaarde ‘slecht nieuws’ zijn in de Nederlandse kranten de meest voorkomende aanleiding voor berichtgeving over Mexico. Dit komt overeen met bevindingen uit eerder onderzoek naar buitenlandnieuws (Hannerz, 2012; Harcup & O’Neill, 2009; 2016; Wu, 2000: 2007). De nadruk op slecht nieuws in buitenlandberichtgeving beïnvloedt het wereldbeeld van de nieuwsgebruiker. Nadruk op negativiteit leiden tot een intolerantere houding naar de eigen nabije omgeving (Brouwer, 2016).

In populaire kranten is Mexico nieuwswaardiger wanneer bij de gebeurtenis een relatie met Nederland kan worden gelegd. Vergeleken met kwaliteitskranten duiden populaire kranten de Mexicaanse werkelijkheid vaker met een Nederlandse link. Een gebeurtenis is nieuwswaardiger wanneer er een verbinding is gevonden met iets herkenbaar Nederlands. Zo wordt over de Mexicaanse formule1 bericht via Max Verstappen, de Mexicaanse aardbeving wordt verslagen via een Nederlandse ooggetuige. In *kwaliteitskranten* is de nieuwswaarde nabijheid ondergeschikt aan elite en conflict. Het lijkt er op dat Nederlandse kwaliteitskranten zich in de berichtgeving over Mexico laten leiden door Amerika. *Op de websites* komen de nieuwswaarden elite en conflict significant vaker voor dan in de gedrukte versies van de vier kranten. De nieuwswaarden slecht nieuws en nabijheid verschillen niet significant in online en gedrukte berichtgeving. Nieuws over de belangrijkste en machtigste personen of landen bereikt de online nieuwsgebruiker vaker dan ander nieuws. Zo is het lastiger de dagelijkse realiteit in Mexico te begrijpen want het zwaartepunt ligt op bekende mensen bedrijven of invloedrijke landen. Steeds meer mensen lezen nieuws online, dus een steeds groter deel van de Nederlanders ontvangt informatie over Mexico op basis van deze nieuwswaarden. De nadruk ligt vaker op machtige personen of landen en geweld. Vervolgonderzoek door middel van survey kan uitwijzen of online- nieuwsgebruikers ook negatievere associatie met Mexico ontwikkelen.

De verkiezingsbelofte om een muur te bouwen en andere uitspraken over Mexico van de Amerikaanse president Trump worden volgens de criteria van dit onderzoek geteld als berichten over Mexico met nieuwswaarden elite en conflict. Dit onderzoek vormt een aanwijzing dat de nieuwswaardigheid van Amerika de berichtgeving over Mexico in Nederlandse kranten stuurt. Verder onderzoek is nodig om inzicht te krijgen in hoeverre de Amerikaanse nieuwsselectie de Nederlandse nieuwsselectie beïnvloedt. In hoeverre hierbij ook het Amerikaanse perspectief wordt overgenomen in de duiding van de ontwikkelingen in Mexico kan onderzocht worden

door de berichtgeving van Amerikaanse kranten met Nederlandse kranten te vergelijken. De berichtgeving van twee Amerikaanse populaire kranten en twee Amerikaanse kwaliteitskranten over de nieuwsselectie, nieuwswaarden en mate van framing kan vergeleken worden met de bevindingen uit dit onderzoek over de Nederlandse berichtgeving.

In dit onderzoek is alle berichtgeving van de vier kranten op hun websites samengevoegd en vergeleken met alle gedrukte berichtgeving over Mexico. Het samenvoegen van online populair en online gedrukte berichtgeving kan een verklaring zijn voor de overeenkomsten in de aandacht voor Mexico in online en gedrukte kranten. Om verschillen tussen nieuwswaarden in online en gedrukte berichtgeving nader te kunnen verklaren is een uitsplitsing nodig van online populaire- en online kwaliteitskranten naast gedrukt populaire- en gedrukte kwaliteitskranten.

Uit dit onderzoek blijkt dat de berichtgeving over Mexico online en in populaire kranten in sterkere mate episodisch wordt geframed. Iyengar (1991) stelt dat episodische berichtgeving ‘complexe kwesties vereenvoudigd tot het niveau van anekdotische verhalen’ (pp. 136-137). Het gevolg hiervan is een eenzijdige geïsoleerde presentatie van het nieuws (De Vreese, 2005). Lezers van online en populaire kranten krijgen een sterker eendimensionaal beeld van Mexico. Kwaliteitskranten duiden de Mexicaanse werkelijkheid significant vaker met het *conflictframe* en het *verantwoordelijkheidsframe*. In kwaliteitskranten wordt de context vaker omschreven met cijfers over lokale ontwikkelingen en beleidsmaatregelen van overheden. Deze thematische weergave geeft de lezer van kwaliteitskranten meer context van de nieuwsgebeurtenis. Die context wordt in deze kranten echter wel vereenvoudigd en teruggebracht naar wie verantwoordelijk is voor het oplossen of veroorzaken van de situatie. Frames sturen de beeldvorming van de lezer (Iyengar, 1987). In de combinatie van deze frames gaat nuance en context verloren. Beide zijn nodig om een conflict te kunnen begrijpen (Ruigrok et al., 2009). Lezers van kwaliteitskranten kunnen, als ze berichtgeving vanuit deze frames vaak genoeg lezen, de mening ontwikkelen dat de Mexicaanse vraagstukken eenvoudig zijn op te lossen. Met zo’n vereenvoudigd wereldbeeld verwacht de lezer eerder dat politici in staat zijn kwesties op te lossen. Wanneer dan blijkt dat dit niet gebeurt, is de kans groter dat vertrouwen in politiek afneemt (Capella & Jamieson, 1997).

Het gebruik van zowel thematisch- als episodisch frame is minder sterk in 2017 dan in 2011. De invulling van het nieuws verandert in de loop van de tijd wellicht omdat het geweld en de drugsoorlog in Mexico gedurende een lange periode gaande is. Er zijn geen duidelijke

aanwijzingen voor een verlies van aandacht of sympathie (Moeller, 2002). De berichtgeving focust zich wel steeds minder op het incident zelf maar is tegelijk minder thematisch. Vervolgonderzoek moet uitwijzen of bij langdurig geweld de aandacht voor achtergrondinformatie afneemt. Om een uitspraak te kunnen doen over veranderende frames in de berichtgeving over Mexico moet de berichtgeving over meerdere jaren worden geanalyseerd.

Eendimensionaal buitenlandnieuws leidt tot vervreemding (Brouwer, 2016). De sterkere episodisch framing van berichtgeving over Mexico in populaire en online kranten is hiervoor een aanwijzing. Vervolgonderzoek naar attitude van lezers moet hier uitsluitsel over geven, met als mogelijke verdieping een effect analyse in hoeverre berichtgeving waarin het immigratievraagstuk vanuit het Amerikaanse perspectief wordt geduid, de Nederlandse lezer beïnvloedt in zijn opvattingen over immigratie.

Journalisten moet zich ervan bewust zijn en blijven dat buitenlandnieuws beïnvloedt hoe Nederlanders de nabije omgeving ervaren (Bouwman, 2016). Een representatief beeld in buitenlandnieuws is nodig voor het behoud van de kernwaarden van de Nederlandse samenleving; vrijheid, rechtvaardigheid en solidariteit (SZW, 2014). Berichtgeving die Mexicanen vooral portretteert als illegalen met het doel te profiteren van de Amerikaanse welvaart zorgt voor vervreemding. Dit kan, zeker in een tijd van populisme een polariserende werking hebben en de perceptie ten aanzien van immigranten in Nederland beïnvloeden. De economische en politieke globalisering van de samenleving vraagt om journalistieke antwoorden gebaseerd op de klassieke basisprincipes van de journalistiek, informatie- platform- en waakhondfunctie (Deuze, 2004). In het veranderend medialandschap wordt nieuws steeds meer geproduceerd naar de voorkeuren van de gebruiker. Daarbij mogen we aannemen dat de nieuwsselectie met behulp van algoritmes de voorkeuren van de nieuwsgebruiker steeds beter kan bedienen (DeVito, 2017; Ruigrok et al., 2013). De basisprincipes van journalistiek worden hierdoor buitenspel gezet. Gebruikers worden zo meer geïsoleerd van andere inzichten. De verwachting is dat de gedrukte media een steeds kleiner marktaandeel bedient (Bakker, 2015). Daarom moet met name de online journalistiek zich verder bekwamen in het inhoudelijk nieuwsgierig houden van de lezer, naar nieuwe, andere inzichten. Pluriforme informatie over sociale, culturele, economische en politieke ontwikkelingen in eigen land en in het buitenland is nodig om te kunnen participeren in een open en democratische samenleving.

Literatuurlijst

- Atkinson, J. (2001). Tabloid democracy. In R. Miller (Red.), *New Zealand Government and politics* (pp. 284-298). Oxford: Oxford University Press.
- Bakker, P. (2015). Voorbij de gouden eeuw. De onzekere toekomst van de krant. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 77-97). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Bakker, P., & Scholten, O. (2009). *Communicatiekaart van Nederland: overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Kluwer.
- Babbie, E. (2014). *The Basics of Social Research*. Belmont: Wadsworth.
- Beaudoin, C. E., & Thorson, E. (2001). LA Times offered as model for foreign news coverage. *Newspaper Research Journal*, 22(1), 80-93.
- Bennett, W. L. (1996). News. *The politics of illusion*. New York: Longman.
- Berelson, B. (1952). Content analysis in communication research. *Handbook of Social Psychology*, 1. 202-336-6123
- Bilteireyst, D., & Desmet, L. (2009). Historisch onderzoek naar gefilmd nieuws in België: Inleiding. *Belgisch Tijdschrift voor Nieuwste Geschiedenis*, 39, 7-25.
Doi: <http://hdl.handle.net/10067/771860151162165141>
- Botes, J. (1996). Journalism and conflict resolution. *Media Development*, 43, 6-10. Doi: 0143-5558
- Boukes, M., & Vliegthart, R. (2017). A general pattern in the construction of economic newsworthiness? Analyzing news factors in popular, quality, regional, and financial newspapers. *Journalism*, Doi: 1464884917725989.
- Bouman, T. (2015). *Threat by association: How distant threats can affect local intergroup relations*. (Doctoral dissertation). University of Groningen, the Netherlands.
- Broersma, M. (2015). Objectiviteit als professionele strategie. In J. Bardoel & H. Wijfjes (eds.), *Journalistieke Cultuur in Nederland* (pp. 163-181). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Broeders, D., Huysmans, F., & Verhoeven, I. (2006). Setting the scene: Ontwikkelingen in het medialandschap/Setting the scene: Developments in the media landscape. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34(2), 116.
- Burggraaff, C. & Trilling, D. (2017). Through a different gate: An automated content analysis of how online news and print news differ. *Journalism*, 1464884917716699.
- Brants, K. L. K. & Praag van, P., (2000). Politieke strijd: in of met de

- media. *Tussen beeld en inhoud: Politiek en media in de verkiezingen van 1998*, 1-16.
Amsterdam: Het Spinhuis
- Brewer, P. R., Graf, J., & Willnat, L. (2003). Priming or framing: Media influence on attitudes toward foreign countries. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 65(6), 493-508.
Doi: <https://doi.org/10.1177/0016549203065006005>
- Cassara, C. (1993). International news in six American newspapers: Last look at a bipolar world. In *Association for Education in Journalism and Mass Communication convention, Kansas City, August*.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. New York: Oxford University Press.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017, 10 november). Internet; toegang, gebruik en faciliteiten. Geraadpleegd van <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?DM=SLNL&PA=83429NED&D1=0&D2=0,36&D3=0&D4=a&HDR=T&STB=G1,G2,G3&V>
- Cook, T. E. (2006). The news media as a political institution: Looking backward and looking forward. *Political Communication*, 23, 159-171.
Doi: <https://doi.org/10.1080/10584600600629711>
- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2015). Checking, sharing, clicking and linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014. *Digital Journalism*, 3(5), 664-679. Doi: <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.937149>
- Cohen, J., 1960. "A coefficient of agreement for nominal scales". *Educational and Psychological Measurement*. 20(1), 37-46.
Doi: <https://doi.org/10.1177/001316446002000104>
- DeVito, M. A. (2017). From editors to algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism*, 5(6), 753-773.
Doi: <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1178592>
- Dell, M. (2015). Trafficking networks and the Mexican drug war. *American Economic Review*, 105(6), 1738-79. Doi: <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1178592>
- De Kort, K. J. M. & d'Haenens, L. S. J. (2005). Berichtgeving over Pim Fortuyn en extreemrechts gedachtegoed in twee Nederlandse kranten vergeleken. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 33(2), 127-145. Verkregen van <http://hdl.handle.net/2066/56703>
- De Vreese, H., Jochen, P. & Semetko, C. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: A cross-national comparative study of frames in the news. *Political communication*, 18(2), 107-122. Doi: <https://doi.org/10.1080/105846001750322934>

- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal & Document Design*, 13(1).
- Dimitrova, D. V., Kaid, L. L., Williams, A. P., & Trammell, K. D. (2005). War on the Web: The immediate news framing of Gulf War II. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(1), 22-44. Doi: <https://doi.org/10.1177/1750635208090957>
- Dimitrova, D. V. (2006). Episodic frames dominate early coverage of Iraq War in the NYTimes. com. *Newspaper Research Journal*, 27(4), 79-83. Doi: <https://doi.org/10.1177/1077699016644560>
- Dimitrova, D. V., & Connolly-Ahern, C. (2007). A tale of two wars: Framing analysis of online news sites in coalition countries and the Arab world during the Iraq war. *The Howard Journal of Communications*, 18(2), 153-168. Doi:<https://doi.org/10.1080/10646170701309973>
- Drok, N. (2015). Terug naar het publiek. Civiele journalistiek in de netwerksamenleving. In Bardoel, J., & Wijffjes, H. (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 255-269). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Esser, F. (1999). Tabloidization'of news: A comparative analysis of Anglo-American and German press journalism. *European journal of communication*, 14(3), 291-324.
- Fürsich, E. (2010). Media and the representation of others. *International Social Science Journal*, 61, 113-130 doi: 10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x
- Instituto Nacional de Estadística, & Informática (2017).
- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research* 2:64–91. Doi: <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Gans, H. (1979). Deciding What's News. New York. *Pantheon*, 241. Doi: <https://doi.org/10.1080/01419870.1979.9993248>
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3-4), 175-194. Doi: <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.566085>
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay of the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- Groenhuijsen, C., & Liempt van, A. (1995). *Live!, macht en missers en meningen van de nieuwsmakers op tv*. Den Haag: SDU.
- Hamilton, J. (2004). *All the news that's fit to sell: How the market transforms information into*

- news*. Princeton University Press.
- Hanusch, F. (2008). Valuing those close to us: A comparison of German and Australian quality newspapers' reporting of death in foreign news. *Journalism Studies*, 9(3), 341-356. Doi: <https://doi.org/10.1080/14616700801997281>
- Hannerz, U. (2012). *Foreign news: Exploring the world of foreign correspondents*. University of Chicago Press.
- Harcup, T., O'Neill, D., (2001). What is news? Galtung and Ruge Revisited. *Journalism Studies* 2(2), 261-280. Doi: <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Harcup, T. & O'Neill, D.,(2009). News values and selectivity. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies* (pp. 161-174). New York: Routledge.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 1-19. Doi: 10.1080/1461670X.2016.1150193
- Harcourt, A. (2005). *The European Union and the regulation of media markets*. Manchester University Press.
- Harwood, T.G., & Garry, T. (2003). An overview of content analysis. *The Marketing Review*, 3, 479-498. Doi: <https://doi.org/10.1362/146934703771910080>
- Hoof, A.M.J. van (2000). *Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Hopkins, T. K., & Wallerstein, I. M. (1996). *The age of transition: Trajectory of the world system, 1945-2025*. Palgrave Macmillan.
- Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1987). Television news and citizens' explanations of national affairs. *American Political Science Review*, 81(3), 815-831. Doi: <https://doi.org/10.2307/1962678>
- Johnson, M. A. (1997). Predicting news flow from Mexico. *Journalism & mass communication quarterly*, 74(2), 315-330. Doi: <https://doi.org/10.1177/107769909707400206>
- Kester, S. (2017) Recordaantal drugsmoorden in Mexico: 'Je kunt niet meer eten omdat die geur bij je blijft'. De Volkskrant verkregen via <https://www.volkskrant.nl/buitenland/recordaantal-drugsmoorden-in-mexico-je-kunt-niet-meer-eten-omdat-die-geur-bij-je-blijft~a4544876/>
- 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.
- Kussendrager, N., & Lugt, D. van der (2007). *Basisboek journalistiek: Achtergronden, genres, vaardigheden*. Groningen: Uitgeverij Wolters-Noordhoff.
- Larsson, A. O. (2018). "I Shared the News Today, oh Boy" News provision and interaction on Facebook. *Journalism Studies*, 19(1), 43-61.
Doi: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1154797>
- Lee, F., & Peterson, C. (1997). Content analysis of archival data. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 65, 959-969. Verkregen via:
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/9420357>
- Masmoudi, M. (1979). The new world information order. *Journal of Communication*, 29(2), 172-179. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1979.tb02960.x>
- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (SZW). (2014). *Kernwaarden van de Nederlandse samenleving*. Den Haag: SZW.
- Moeller, S. D. (2002). *Compassion fatigue: How the media sell disease, famine, war and death*. New York: Routledge.
- Neuman, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge*. Chicago: The University of Chicago Press
- Newman, N. (2011). *Mainstream Media and the Distribution of News in the age of Social Discovery*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ohlemacher, T. (1996). Bridging people and protest: Social relays of protest groups against low-flying military jets in West Germany. *Social Problems*, 43(2), 197-218.
Doi: <https://doi.org/10.2307/3096998>
- Papacharissi, Z., & Fatima Oliveira de, M. (2008). News frames terrorism: A comparative analysis of frames employed in terrorism coverage in US and UK newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 13(1), 52-74.
- Paterson, C. (2007). International news on the internet: Why more is less. *Ethical Space: The International Journal of Communication Ethics*, 4(1), 57-66.
Doi: <http://eprints.whiterose.ac.uk/96730/>
- Peterson, S. (1979). Foreign news gatekeepers and criteria of newsworthiness. *Journalism Quarterly*, 56(1), 116-125. Doi: <https://doi.org/10.1177/107769907905600118>

- Patterson, T. E. (2000). *Doing Well and Doing Good*. Cambridge: Harvard University Press.
- Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling. (2003) Medialogica. Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek. Advies 26. Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling.
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016). A Media Sociology for the Networked Public Sphere: The Hierarchy of Influences Model. *Mass Communication and Society*, 19, 389-410. Doi: <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2011). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13, 221-239. Doi: <https://doi.org/10.1177/1464884911427803>
- Ruigrok, N., Van Atteveldt, W., & Takens, J. (2009). Shifting frames in a deadlocked conflict? In *Proceedings (on-line) of the Annual Convention of the International Studies Association (ISA2009)*. New York.
- OFF
- Ruigrok, N., Van Atteveldt, W., Takens, J. (2012). Shifting Frames in a Deadlocked Conflict; Automated and Manual Content Analysis of the Israel/Palestine Conflict. In: Seethaler, J., Karmasin, M., Melischek, G. and Wöhlert, R. *Selling War; The role of the mass media in hostile conflicts from World War I to the 'War on Terror'*. Chicago: The University of Chicago press.
- Ruigrok, N., Van Atteveldt, W., Gagestein, S., & Jacobi, C. (2017). Media and juvenile delinquency: A study into the relationship between journalists, politics, and public. *Journalism*, 18(7), 907-925, Doi: 10.1177/1464884916636143.
- Ruigrok, N., Schaper, J., Jacobi, C., Janssen, K., Denekamp, M., & Welbers, K. (2013). Seksmoord op horrorvakantie. De invloed van bezoekersgedrag op krantenwebsites op de nieuwsselectie van dagbladen en hun websites. *Nederlandse Nieuwsmonitor*.
- Ruigrok, N., Schaper, J., Welbers, K., Denekamp, M., Jacobi, C., & Huiberts, E. (2010). Het Nederlandse Media Landschap Een Papegaaiencircuit. Onderzoeksrapport. Amsterdam: LJS Nieuwsmonitor.
- Ruigrok, N., Gagestein, S., Van Atteveldt, W. & Van Keulen, R. (2017b). '15 minutes of fame' De invloed van Nederlandse media tijdens de verkiezingscampagne van 2017. (compilatie van gegevens) Onderzoeksrapport. Amsterdam: LJS Nieuwsmonitor.
- Santen van, R., & Van Zoonen, L. (2010). The personal in political television biographies. *Biography*, 33(1), 46-67. Doi: 10.1353/bio.0.0157
- 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: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Publica: SESNSP. (2018). Cifras de homicidio doloso, secuestro, extorsión y robo de vehículos 1997-2017. Verkregen via <http://secretariadoejecutivo.gob.mx>
- Schaap, G., & Pleijter, A. (2012). Het sensatiegehalte van voorpaginafoto's: Een inhoudsanalyse van populaire en kwaliteitskranten in Nederland. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 40(1), 71. Doi:<http://hdl.handle.net/2066/102585>
- Schaudt, S., & Carpenter, S. (2009). The News That's Fit to Click: An Analysis of Online News Values and Preferences Present in the Most-viewed Stories on azcentral.com. *Southwestern Mass Communication Journal*, 24(2). Doi:<https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.674150>
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication*, 49(1), 103-122. Doi:<https://doi.org/10.1111/j.14602466.1999.tb02784.x>
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: W. W. Norton & Company.
- Shoemaker, P. J. & Cohen, A. A. (2006). *News around the world: Practicioners, content and the public*. Oxford: Routledge
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge: New York.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*. Routledge.
- Singer, J. B. (2001). The metro wide Web: Changes in newspapers' gatekeeping role online. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(1), 65-80. Doi: <https://doi.org/10.1177/107769900107800105>
- Staszak, J.F. (2008). Other/Otherness. *International Encyclopedia of Human Geography*. Retrieved from <http://www.unige.ch/sciences-societe/geo/files/3214/4464/7634/OtherOtherness.pdf>
- Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism studies*, 6(3), 331-345.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York, NY: Free Press
- Tewksbury, D., & Althaus, S. L. (2000). Differences in knowledge acquisition among readers

- of the paper and online versions of a national newspaper. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 457-479. Doi: <https://doi.org/10.1177/107769900007700301>
- Van Atteveldt, W. (2008). Semantic Network Analysis: Techniques for Extracting, Representing, and Querying Media Content. *Charleston, SC: BookSurge*
- Van Atteveldt, W., Ruigrok, N., Takens, J., & Jacobi, C. (2014). Inhoudsanalyse met AmCAT).
- Van de Donk, W. B. H. J., & Broeders, D. W. J. (2013). *Trends in het medialandschap-7*. Amsterdam University Press.
- Walter, T., Littlewood, J., & Pickering, M. (1995). Death in the news: the public invigilation of private emotion. *Sociology*, 29(4), 579-596.
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N., & Schaper, J. (2015). News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 1-17. doi: 10.1177/1464884915595474
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2016). A Gatekeeper among Gatekeepers: News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, 1-19.
- Wester, F. P. J. (2006). *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk*. [Deventer]: Kluwer.
- Wolfsfeld, G. (2011). *Making sense of media and politics: Five principles in political communication*. Taylor & Francis.
- Wolfsfeld, G. (2014). No such thing as objective news. In: Wolfsfeld, G. (2014). *Making Sense of Media & Politics*. (pp: 47-71). New York: Routledge.
- Wu, H. D. (2000). Systemic determinants of international news coverage: A comparison of 38 countries. *Journal of communication*, 50(2), 110-130.
- Wu, H. D. (2003). Homogeneity around the world? Comparing the systemic determinants of international news flow between developed and developing countries. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 65(1), 9-24.
- Wu, H. D., Groshek, J., & Elasmars, M. G. (2016). Which countries does the world talk about? An examination of factors that shape country presence on Twitter. *International Journal of Communication*, 10, 18.

Appendix A: Codeerinstructie

1. Introductie

Dit codeboek is opgesteld om artikelen systematisch te coderen zodat alle artikelen op dezelfde manier worden beoordeeld. De codeur dient de artikelen onafhankelijk, op basis van deze instructie te coderen. Het onderzoek richt zich op de berichtgeving over Mexico in Nederlandse kranten en online media. De centrale vraag hierbinnen is hoe er over ontwikkelingen en gebeurtenissen in Mexico wordt bericht door de media. De codeerinstructie is opgedeeld in nieuwswaarden en nieuwsframes. In appendix A is een hand-out toegevoegd met de titel van de nieuwswaarde en het frame in AmCAT, de vraag om deze te herkennen en een voorbeeld.

1.1 Artikelen als ‘irrelevant’ beoordelen

De dataset voor de handmatige inhoudsanalyse is samengesteld op basis van de zoekterm Mexico. Hierdoor kan het voor komen dat Mexico wel wordt genoemd maar het artikel niet daadwerkelijk over Mexico gaat. Het is belangrijk te coderen op basis van berichtgeving die over Mexico gaat.

Voorbeeld: Een voetbaluitslag van een wedstrijd die heeft plaatsgevonden in Mexico gaat niet over Mexico en dient door de codeur als irrelevant beoordeeld te worden.

Daarbij is het belangrijk te letten op het doel van dit onderzoek, het in kaart brengen hoe er over Mexico geschreven wordt. Wanneer een nieuwswaarde of frame voor komt maar geen betrekking heeft op Mexico is het frame niet aanwezig. De codeur mag voor het frame alleen ja coderen als het daadwerkelijk betrekking heeft op Mexico/ Mexicanen/ Mexicaanse regering / Mexicaanse handelsrelaties etc.

Voorbeeld: Wanneer beleidsmaatregelen van Colombia worden genoemd om te voorkomen dat de VS auto's gaat produceren in Mexico, hebben de beleidsmaatregelen geen betrekking op Mexico en kan bijvoorbeeld vraag 3 van de op rationalisatie van het thematisch frame niet met ja worden beantwoord.

Daarnaast is het belangrijk dat er beoordeeld wordt hoe de auteur over het onderwerp bericht en dus niet de mening van de personen die hij citeert. De codeur moet oog hebben voor interpretatie en niet enkel afgaan op wat letterlijk is opgeschreven.

2. Codeerinstructie nieuwswaarden

De vier nieuwswaarden: slecht nieuws, conflict, nabijheid en elite zijn een selectie uit de nieuwswaarden van Galtung en Ruge en Harcup en O'Neill en zijn vertaald naar het Nederlands.

2.1 Introductie nieuwswaarden

Nieuwswaarden zijn kenmerken die bepalen of een gebeurtenis wel of geen nieuws wordt. Gebeurtenissen hebben bepaalde kenmerken die de nieuwswaardigheid bepalen. De codeur dient deze onderwerpen uit het artikel te destilleren vanuit de vraag: Waarom is deze gebeurtenis nieuws geworden?

Er kan meer dan 1 nieuwswaarde in het artikel voor komen. Wanneer er meerdere nieuwswaarden voor komen in hetzelfde artikel dient de codeur voor al deze nieuwswaarden 'ja' aan te vinken.

- 0. Nee [Dit is niet de nieuwswaarde van de gebeurtenis die leidde tot het artikel]
- 1. Ja

Slecht nieuws	Ligt de nadruk op negativiteit zoals dood, letsel en verlies?
Conflict	Ligt de nadruk op het conflict zoals; geweld, gevechten en opstanden?
Nabijheid	Is het nieuws herkenbaar door culturele vergelijkbaarheid?
Elite	Ligt de nadruk in de berichtgeving op machtige personen, landen of organisaties?

De nieuwswaarden worden omschreven en elke nieuwswaarden wordt geïllustreerd met een voorbeeld.

2.1.1 Slecht nieuws

Ligt de nadruk op negativiteit zoals dood, letsel en verlies?

Er kan een negatieve tendens worden herkend. De nadruk ligt op slecht nieuws zoals geweld, corruptie, gevechten, doden, oorlog en rampen.

Voorbeeld:

“Een aardbeving kostte er amper twintig jaar terug nog tienduizend levens. Het gevaar van een vulkaanuitbarsting ligt er altijd op de loer. Neem daarbij de overbevolking van ruim twintig miljoen bewoners, de verkeerschaos, de gewelddadige drugsbendes en de smogwolk die steevast boven de vallei hangt en de stad is een vleesgeworden rampscenario”

Nieuws over het verliezen van een sportwedstrijd of evenement valt niet onder slecht nieuws. Berichtgeving over sportprestaties in Mexico zijn irrelevant omdat dit geen nieuws is over het land zelf. Negatieve tendens hoeft niet nadrukkelijk benoemd te zijn. Ook wanneer het artikel feitelijk is opgeschreven maar wanneer slecht nieuws de aanleiding voor het schrijven is geweest dient de codeur de nieuwswaarde slecht nieuws te herkennen.

2.1.2 Conflict

Ligt de nadruk op het conflict zoals; geweld, gevechten en opstanden?

Berichtgeving focust op conflict of geweld. Conflict is strijd tussen twee partijen. Nieuwswaarde conflict dient herkend te worden wanneer de situatie wordt geschetst aan de hand van deze strijd tussen de partijen/ standpunten. Er wordt beschreven dat de partijen het oneens zijn.

Dit is een voorbeeld van berichtgeving waarin onderscheid gemaakt wordt tussen de overheid als ene partij en de bendes aan de andere kant.

“De regering van president Calderon is van het begin af aan vastbesloten geweest met alle macht waarover de staat beschikt de misdaad te bestrijden 'In die strijd zijn we succesvol geweest, bendeleiders zijn opgepakt.’ (Volkskrant 13 december, 2010).

2.1.3 Nabijheid

Is het nieuws herkenbaar door culturele vergelijkbaarheid?

De nieuwswaarde nabijheid komt voor wanneer de gebeurtenis nieuws is geworden omdat het dicht bij de belevingswereld van de lezer staat. Dit kan cultureel/ politiek zijn maar ook een dagelijkse gebeurtenis die herkenbaar is.

De media berichtten over de volgende gebeurtenis omdat er een Nederlander bij betrokken is.

“Ik moet nog zeker 5.000 kilometer tot Cancún maar hé, wie maalt daar om? Mijn project moet uitgroeien tot iets moois”, zegt de Nederlander terwijl hij een plaatselijke radiostudio uitloopt.” (AD, 12 december, 2017).

Dus vanuit het oogpunt van de Nederlandse krantenlezer en niet vanuit het oogpunt van Mexicanen. Hier is sprake van nabijheid voor Mexicanen maar dit dient niet als nieuwswaarde nabijheid te worden aangemerkt omdat het niet over nabijheid in relatie tot Nederland gaat:

“Hierdoor zit de film vol details die Mexicanen gelijk als ‘eigen’ herkennen. Dan gaat het niet over de sombrero’s of mariachi’s, maar eerder om het strikje om de tamales (gevulde maïspasteitjes)” (De Volkskrant, 28 november, 2017).

Nabijheid komt ook voor wanneer er wordt bericht over economische gevolgen voor Nederlandse bedrijven in relatie tot Mexico.

2.1.4. Elite

Ligt de nadruk in de berichtgeving op machtige personen, landen of organisaties?

Het nieuws richt zich niet direct op de macht zelf maar het feit dat het verhaal gaat over een elite persoon of land vergroot de nieuwswaarde. Hier wordt ook aandacht besteed aan de mogelijke invloed van buurland Amerika op nieuwswaardigheid van Mexico. Een voorbeeld hiervan is dat door de positie van Amerika in de wereldpolitiek de grens met Mexico ‘nieuws’ wordt en Mexico op deze manier in het internationale nieuws terugkomt.

Voorbeeld:

“Deze week tekende Trump een decreet dat de bouw van een muur aan de grens met Mexico in gang moet zetten. Trump zei tegenover tv-zender ABC dat Mexico die muur uiteindelijk zal betalen.” (NRC Handelsblad, 27 januari 2017).

De nieuwswaarde elite moet worden herkend als in het artikel Mexico nieuws wordt door toedoen van belangrijke personen, landen of bedrijven.

3. Codeerinstructie frames

Er wordt gecodeerd op basis van 4 frames gebaseerd op de frames van Semetko & Valkenbrug (2000) en daarnaast wordt bekeken in hoeverre de berichtgeving episodisch of thematisch is.

3.1 Introductie

Voor de eerste vier frames zijn per frame drie vragen opgesteld op basis van de operationalisatie van het onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000). De vragen met betrekking tot episodische of thematische berichtgeving zijn opgesteld aan de hand van onderzoek van Ruigrok et al (2012). De frames worden onafhankelijk van elkaar gecodeerd, zo kunnen er ook meerdere frames in hetzelfde bericht terugkomen. Daarnaast codeert de codeur onafhankelijk van de nieuwswaarden.

3.2 Frames

Er kunnen meerdere nieuwswaarden en meerdere frames in hetzelfde artikel voorkomen. Zo kan een bericht waarin de nieuwswaarde ‘conflict’ wordt herkend ook in het conflict frame passen, dit is niet dubbelop.

Frames

3.2.1. Conflict

3.2.2. Human interest

3.2.3. Economische consequenties

3.2.4. Verantwoordelijkheid

3.2.5. Episodisch

3.2.6. Thematisch

De vragen worden met ja (1) of nee (0) beantwoord. Hoe meer vragen met ja beantwoord kunnen worden, hoe sterker het frame in het artikel naar voren komt.

Bij de operationalisatie van de frames wordt ter illustratie een voorbeeld gegeven uit een fragment waar dit van toepassing is.

3.2.1. Conflict frame

Dit frame benadrukt het conflict tussen mensen, groepen en instituties als manier om aandacht van het publiek te trekken (Semetko & Valkenburg, 2000, p.95). De informatie wordt overgedragen aan de hand van een conflict tussen twee partijen.

1. Wordt er onenigheid tussen verschillende standpunten, individuen, landen benadrukt?

Onenigheid betekend in deze, verschillende opvattingen, strijd over standpunten.

2. Wordt er een verwijt gemaakt vanuit de kant- individu- groep-land naar een ander?

Dit hoeft niet letterlijk beschreven te zijn, zou ook kunnen in de vorm van ‘klagen’ of een impliciete verwijzing naar een verwijt zoals; “nog steeds geen”.

3. Wordt er expliciet naar twee of meer kanten van de gebeurtenis of het probleem gekeken die in strijd zijn met elkaar?

Er wordt duidelijk een probleem, onenigheid, oorlog, strijd vanuit verschillende kanten bekeken. De situatie wordt geschetst door middel van het weergeven van verschillende standpunten of groepen die het niet met elkaar eens zijn.

3.2.2. Human interest frame

Berichtgeving vanuit het human interest frame bericht over handelingen van individuen als gevolg van emoties zoals liefde, angst, verdriet of vreugde (Atkinson, 2001) met als doel de aandacht van de lezer vast te houden. De berichtgeving schetst de gebeurtenis aan de hand van gesprekken met slachtoffers, omwonenden, nabestaanden of andere betrokkenen. De nadruk in de berichtgeving ligt op emotionele aspecten van het individu die het woord krijgt en er wordt ingegaan op persoonlijke omstandigheden.

Er bestaat een verschil tussen privé en zakelijke kenmerken. Het human interest frame dient te worden herkend wanneer er wordt ingegaan op de privé sfeer. Wanneer een auteur benoemt dat iemand een winkel heeft of alleen leeftijd van een individu noemt valt dit hier niet onder.

Het frame komt voor wanneer informatie doelbewust wordt overgedragen aan de hand van individuele gevallen.

1. Worden in de berichtgeving woorden of persoonskenmerken genoemd die boosheid, empathie, sympathie of compassie kunnen opwekken?

Denk hierbij aan het gebruik van bijvoeglijk naamwoorden zoals: zielige, kwetsbare, broederlijke, uitmuntende etc. Ook het benoemen van uiterlijke kenmerken zoals; dik/dun etc. valt niet onder persoonskenmerken.

2. Wordt in de berichtgeving benadrukt hoe de gebeurtenis individuen of groepen raakt?

Hiermee wordt bedoeld, hoe de omstandigheden het leven beïnvloeden. Dit kan het dagelijks leven zijn maar ook werkgelegenheid of het toekomstbeeld.

3. Wordt er ingegaan op privé of persoonlijke levens van actoren?

Denk hierbij aan persoonlijke ervaring/ persoonlijke verhalen over onrecht, geweld of drugsmokkel. Er is aandacht voor een individueel verhaal waarin er ingegaan wordt op persoonlijke details.

Bijvoorbeeld; woonomgeving wordt beschreven, gezinssituatie, etc.

3.2.3. Economische consequenties

In tegenstelling tot het human interest frame wordt hier het economische en financiële gevolg van een gebeurtenis benadrukt. Op landelijke/nationale/werkelijke schaal dus niet op het persoonlijke niveau. Hieronder valt ook wanneer in de berichtgeving effecten op de economie van het land zelf of een buurland worden beschreven.

1. Wordt er over huidig of toekomstig financieel verlies of gewin gesproken?

2. Worden de bedragen/kosten benoemd?

3. Wordt er een referentie gemaakt naar economische consequenties van een wel of niet uitgevoerde handeling?

Er wordt een scenario geschetst met gevolgen van een ingreep. Zoals het Amerikaanse dreigement voor het verplaatsen van de Ford fabriek uit Mexico terug naar Amerika. Wanneer

alleen financiële gevolgen voor VS worden beschreven gaat het niet om het economische consequenties frame maar wanneer de gevolgen voor Mexico in het artikel worden beschreven wel.

Het frame is niet aanwezig als economische consequenties voor een individu worden omschreven zoals in: Anekdoten, voorbeeld of verhaal uit eigen leven of autobiografische verhalen.

Het frame komt wel voor wanneer het gaat om een groot bedrijf of de directeur van een (groot) bedrijf, omdat dit wel degelijk consequenties voor het land kan hebben.

3.2.4. Verantwoordelijkheidsframe

Het gaat hier om berichtgeving die stuurt in het idee dat een bepaald persoon of groep verantwoordelijk is voor een gebeurtenis/probleem (Iyengar, 1987). Dit kan gaan over de aanpak van algemene problematiek of de problematiek van de drugsoorlog die in het land wordt uitgevochten. Het kan gaan om overheidsinstanties, bedrijven, scholen, religieuze instanties.

1. Wordt er gesuggereerd dat een overheidsinstantie/ bedrijf/ politieke partij de mogelijkheid heeft de problematiek te verlichten?
2. Wordt een bepaalde overheidsinstantie verantwoordelijk gehouden voor de gebeurtenis of het probleem?
3. Wordt de urgentie van een oplossing van het probleem benadrukt?

3.2.5. Episodisch frame

Het episodisch frame is aanwezig wanneer vooral de gebeurtenis wordt benadrukt zonder veel context van het incident. Dit is ook het geval wanneer er staat: 'dit is al de 4de moord deze maand'. Hier wordt ook geen verdere context van de situatie gegeven. Met gebeurtenis wordt de nieuwsgebeurtenis bedoeld, het hoofdthema van het artikel.

Met context wordt bedoeld informatie die de gebeurtenis illustreert. Dit moet verder gaan dan, 'er zijn volgende dag nog naschokken van de aardbeving gevoeld'. Er wordt geen informatie gegeven over een vergelijkbare gebeurtenis, trend of tendens in samenleving.

Een voorbeeld waarin wel context wordt gegeven: 'dit is het 10de jaar op rij dat Mexico is getroffen door een aardbeving en dit komt omdat in het land twee aardplaten tegen elkaar drukken.'

1. Wordt alleen gesproken over een hoofdthema /gebeurtenis zonder verdere context?

2. Wordt in het artikel gesproken over 1 (negatief) hoofdthema zonder contextuele informatie vanuit een perspectief? Dit kan gaan over faillissement, (drugs) afrekeningen, geweld of moord.
3. Wordt het aantal doden, slachtoffers of gewonden vermeld in het artikel zonder context van de gebeurtenis?

3.2.6. Thematisch frame

Een artikel met een thematisch frame bericht over het onderwerp binnen de context. Er wordt context gegeven van de opzichzelfstaande gebeurtenis door middel van referentie naar een eerdere gebeurtenis, extra informatie over het onderwerp, cijfers of een trend. Definieer het hoofdthema van het artikel. Bekijk dan of er ook andere ontwikkelingen worden beschreven naast de individuele nieuwsgebeurtenis.

De thematische focus is aanwezig wanneer in een artikel één of meer van deze aspecten genoemd worden.

1. Wordt de ontwikkeling in het land beschreven door middel van cijfers?
2. Wordt het incident in een bredere historische of analytische context geplaatst?
3. Worden er beleidsmaatregelen vermeld?

Appendix B: Codeboek

Stappenplan:

1. Codeur identificeert het hoofdthema.
2. Identificeer de nieuwsaanleiding (Codeboek nieuwswaarden)
3. Herken op wat voor manier de gebeurtenis geduid wordt (Codebook frames)

Tabel 1: Codeboek nieuwswaarden

Nieuwswaarden	AmCAT titel	Vraag ja/nee	Voorbeeld
Slecht nieuws	NW Slecht nieuws	Ligt de nadruk op negativiteit zoals dood, letsel en verlies?	“...de overbevolking van ruim twintig miljoen bewoners, de verkeerschaos, de gewelddadige drugsbendes en de smogwolk die steevast boven de vallei hangt en de stad is een vleesgeworden rampscenario” (Algemeen Dagblad, 2010)
Conflict	NW Conflict	Ligt de nadruk op het conflict zoals; controverse, stakingen, gevechten, opstanden en oorlogsvoering?	“Mexico heeft steeds geweigerd voor de bouw te betalen. Dinsdag bezoekt president Enrique Peña Nieto van Mexico Washington.” (25 januari 2017)
Nabijheid	NW Nabijheid	Is het nieuws herkenbaar door culturele vergelijkbaarheid?	“Ik moet nog zeker 5.000 kilometer tot Cancún maar hé, wie maalt daar om? Mijn project moet uitgroeien tot iets moois”, zegt de Nederlander terwijl hij een plaatselijke radiostudio uitloopt.”
Elite	NW Elite	Ligt de nadruk in de berichtgeving op machtige personen, landen of organisaties?	“Deze week tekende Trump een decreet dat de bouw van een muur aan de grens met Mexico in gang moet zetten. Trump zei tegenover tv-zender ABC dat Mexico die muur uiteindelijk zal betalen.”

Tabel 2: Codeboek frames

AmCat titel	Vraag ja/nee	Voorbeeld
Conflict frame		
Conflict frame 1	Wordt er onenigheid tussen verschillende standpunten, individuen, landen benadrukt?	“Tienduizenden woedende jongeren hebben zich zaterdagavond verzameld voor de redactie van Televisa in Mexico Stad, om te protesteren tegen censuur en corruptie in de media.” (Volkskrant, 2010).
Conflict frame 2	Wordt er een verwijt gemaakt vanuit de kant- individu- groep-land naar een ander?	Expliciet: “Ze verwijten de regering geen actie te ondernemen tegen een gewelddadige drugsbende die de deelstaat terroriseert, en nemen het heft in eigen handen.” (Volkskrant, 2014) “Achtien rechters posten die haar of hem zouden moeten bijstaan zijn ook nog steeds leeg, net als van de hoogste ambtenaar die de financiën van de federale overheid moet controleren.” (Trouw, 2017).
Conflict frame 3	Wordt er naar twee of meer kanten van de gebeurtenis of het probleem gekeken?	“De Mexicaanse staat heeft het recht geweld te gebruiken om de orde te herstellen', verdedigde de presidentskandidaat zijn toenmalige handelwijze. De studenten reageerden woedend, waarna Peña de zaal uit vluchtte. (Volkskrant, 2010)
Human interest frame		
Human interest 1	1. Worden in de berichtgeving woorden of persoonskenmerken genoemd die boosheid, empathie, sympathie of compassie kunnen opwekken?	“Met het pistool op je hoofd schuiven ze de biljetten naar je toe”, verklaart een veiligheidsspecialist van een financiële instelling in Mexico-Stad. „Dan kun je nog zulke mooie regels hebben tegen verdachte transacties, maar die medewerker zegt echt geen 'nee'.” (NRC, 13 december 2014).
Human interest 2	2. Wordt in de berichtgeving benadrukt hoe de gebeurtenis individuen of groepen raakt?	“Mijn afgestompte collega's gaan Oud en Nieuw in mineur in. Zoals een van hen vandaag nog zei: "No tenemos nada que celebrar." We hebben niets te vieren.”
Human interest 3	3. Wordt er ingegaan op privé of persoonlijke levens van actoren?	“Kwart voor negen was ze altijd thuis in Atenco, een voorstad van Mexico-Stad. Maar niet op de avond van 22 december 2012. Toen overkwam de dochter van Maria Dolores, Marisol Rizo, wat tienduizenden Mexicanen overkomt. Ze werd het familielid van een vermiste.” (NRC, 13 december 2014).
Economische consequenties frame		

Economische consequenties 1	1. Wordt erover huidig of toekomstig financieel verlies of gewin gesproken?	“Trumps plannen hebben er sinds de verkiezingsuitslag namelijk voor gezorgd dat de koers van de Mexicaanse peso hard is gekelderd.” (Trouw, 2017)
Economische consequenties 2	2. Worden de kosten benoemd?	“dat subsidieert elke Mexicaanse export naar de VS met 10 procent en maakt elke export van de VS naar Mexico juist 10 procent duurder”, zegt topeconoom Larry Summers.”
Economische consequenties 3	3. Wordt er een referentie gemaakt naar economische consequenties van een wel of niet uitgevoerde handeling?	“Trump dreigt met torenhoge importtarieven voor producten die in Mexico zijn geproduceerd. Voor de Mexicaanse economie kan dat desastreuze gevolgen hebben: Er zijn in Mexico 6156 bedrijven actief die naar de VS exporteren, 80 procent van alle Mexicaanse export gaat naar de noorderburen.”
Verantwoordelijkheidsframe		
Verantwoordelijkheid 1	1. Wordt er gesuggereerd dat een overheidsinstantie de mogelijkheid heeft de problematiek te verlichten?	"De politie is slecht opgeleid, ongemotiveerd en onderbetaald. Justitie werkt traag, is inefficiënt, en vooral oneerlijk. De meeste misdaden worden niet eens aangegeven. En de bevolking voelt zich nog altijd heel onveilig." (Trouw, 2014).
Verantwoordelijkheid 2	2. Wordt een bepaalde overheidsinstantie verantwoordelijk gehouden voor de gebeurtenis of het probleem?	“Deze oorlog zou Mexico veiliger moeten maken, maar dit is niet gebeurd. In plaats van het probleem op te lossen is het gewelddadige klimaat na het ingrijpen van het leger juist toegenomen...”
Verantwoordelijkheid 3	3. Wordt de urgentie van een oplossing van het probleem benadrukt?	“Als we aangifte doen, worden we niet serieus genomen’, aldus Mora. ‘Er rest ons niets anders dan zelf de wapens op te pakken.’ (Volkskrant,

AmCat titel	Vraag ja/nee	Voorbeeld
Episodisch		
Episodisch 1	Wordt alleen de gebeurtenis genoemd zonder verdere context?	<i>“In de Mexicaanse stad Irapuato zijn vijf mensen doodgeschoten door twee schutters.”</i>
Episodisch 2	Wordt in het artikel gesproken over (drugs) afrekeningen, geweld of moord?	<i>‘Twee clowns zijn dood aangetroffen langs een weg in het zuidoosten van Mexico. De artiesten, gekleed in kleurige kostuums en met geverfde gezichten, waren gemarteld. De familie stelde gisteren dat de mannen zijn omgebracht door een drugskartel’ (Algemeen Dagblad, 5 januari 2016)</i>
Episodisch 3	Wordt het aantal doden, slachtoffers of gewonden vermeld in het artikel zonder context van gebeurtenis?	<i>‘In totaal werden maandag twaalf mensen vermoord in de deelstaat Puebla.’ (De Telegraaf, 3 november 2017)</i>
Thematisch		
Thematisch 1	Worden de huidige ontwikkelingen in het land beschreven door middel van cijfers?	<i>‘Maar nu Mexico zijn dodelijkste jaar in de recente geschiedenis (reeds 21.200 moorden in de eerste negen maanden van 2017) beleeft, dreigt ook Juárez weer af te glijden. In 2016 werden in de stad ruim 600 moorden gepleegd. Dit jaar was dat aantal eind oktober al bereikt.’ (NRC Handelsblad, 10 november 2017)</i>
Thematisch 2	Wordt er een context van het incident omschreven?	<i>‘In Juárez laait het geweld het hoogst op in de armere buitenwijken. San Juan is zo ’n buurt waar de drugsoorlog escaleert. Huizen hebben hier hoogstens twee verdiepingen, er is geen groen en het wegdek zit vol gaten. Braakliggende grond tussen de huizen doet dienst als autokerkhof of stortplaats.’ (NRC Handelsblad, 10 november 2017)</i>
Thematisch 3	Worden er beleidsmaatregelen vermeld?	<i>‘Sinds de toenmalige regering-Calderón eind 2006 besloot ook het leger in te zetten tegen de narcos, is de drugsoorlog in Mexico geëscaleerd. Het half dozijn kartels dat er eerst was, is versplinterd tot tientallen kleinere groepen, die hevig slag leveren onderling en met de autoriteiten.’ (NRC Handelsblad, 10 november 2017)</i>

Appendix C: Betrouwbaarheid nieuwswaarden en frames

In tabel 1 tot en met 5 is per frame de intercodeurbetrouwbaarheid en de Cohens Kappa weergegeven.

Tabel 1. Intercodeurbetrouwbaarheid, Cohen's kapa Conflict frame

Frames	Betrouwbaarheid	Cohens's Kappa
Conflict frame 1	Zeer goed	1
Conflict frame 2	Zeer goed	0.84
Conflict frame 3	Goed	0.71
Totaal Conflict frame	Zeer goed	0.85

Tabel 2. Intercodeurbetrouwbaarheid, Cohen's kapa Human interest frame

Frames	Betrouwbaarheid	Cohens's Kappa
Human interest frame 1	Zeer goed	0.89
Human interest frame 2	Redelijk	0.61
Human interest frame 3	Goed	0.76
Totaal Human interest	Goed	0.75

Tabel 3. Intercodeurbetrouwbaarheid, Cohen's kapa Economsiche consequenties frame

Frames	Betrouwbaarheid	Cohens's Kappa
Economische consequenties frame 1	Zeer goed	0.84
Economische consequenties frame 2	Goed	0.68
Economische consequenties frame 3	Zeer goed	0.90
Totaal Economische consequenties	Zeer goed	0.81

Tabel 4. Intercodeurbetrouwbaarheid, Cohen's kapa Verantwoordelijkheidsframe

Frames	Betrouwbaarheid	Cohens's Kappa
Verantwoordelijkheidsframe 1	Goed	0.64
Verantwoordelijkheidsframe 2	Goed	0.71
Verantwoordelijkheidsframe 3	Zeer goed	1
Totaal Verantwoordelijkheidsframe	Goed	0.78

Tabel. 5 Intercodeurbetrouwbaarheid, operationalisering episodisch en thematisch frame
Cohen's kapa

Frame	Betrouwbaarheid	Cohen's Kappa
Episodisch frame 1	Zeer goed	1
Episodisch frame 2	Goed	0.79
Episodisch frame 3	Goed	0.78
Totaal Episodisch frame	Zeer goed	0.86
Thematisch frame 1	Zeer goed	1
Thematisch frame 2	Zeer goed	1
Thematisch frame 3	Zeer goed	1
Totaal Thematisch frame	Zeer goed	1