

#AnneFaber

Een onderzoek naar de wisselwerking tussen traditionele en sociale media rond de vermissing van Anne Faber

Student Name: Dylan Metselaar

Student Number: 437138

Supervisor: Dr. P.C. Ruigrok

Master Media Studies - Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis

14 juni 2018

#AnneFaber. Een onderzoek naar de wisselwerking tussen traditionele en sociale media rond de vermissing van Anne Faber

ABSTRACT

De vermissing van Anne Faber, een 25-jarige studente die uiteindelijk bleek te zijn verkracht en vermoord door een zedendelinquent die eerder geen tbs kreeg opgelegd, domineerde begin oktober 2017 zowel de Nederlandse traditionele als sociale media en maakte veel los in Nederland. Na veel emotie sloeg de toon om in woede: had het rechtssysteem de dood van Anne Faber kunnen voorkomen? De media-aandacht voor beide perspectieven, die zorgden voor maatschappelijke onrust en druk op de overheid, verspreidde zich gelijktijdig over zowel traditionele als sociale media. Sociale media zijn niet meer weg te denken uit het medialandschap en daarom is aan de hand van de media-aandacht rond de vermissing van Anne Faber tot een vernieuwing gekomen van de criteria van een mediahype zoals eerder opgesteld door Vasterman (2005). Een kwantitatieve inhoudsanalyse van berichtgeving in Nederlandse online en offline media laat zien dat er op hetzelfde moment een mediabrede mediahype ontstond, waarbij er sprake was van een constante wisselwerking tussen alle mediagroepen. In het huidige medialandschap kan daarom niet meer worden gesproken over verschillende mediahypes die aanleiding zijn voor extreme aandacht in een andere mediagroep, maar ontstaat één mediahype die betrekking heeft op het gehele medialandschap waarbij alle mediagroepen hun eigen karakteristieken behouden. Media hebben de dood van Anne Faber gezamenlijk tot een *signal crime* geconstrueerd, waarbij door emoties op te wekken een roep vanuit de samenleving is ontstaan dat het rechtssysteem moet worden aangepast. Dit proces heeft plaatsgevonden door een verandering van perspectief van het human interestframe naar een schuldvraag in brede zin, waarbij interne ‘triggers’ leidden tot een mediabrede wisseling in aandacht en verschuiving van perspectief. Bij een *emotionele mediahype* als die van Anne Faber kan daarom niet worden gesproken van een vaste duur en verloop van nieuwsgolven, maar is de periodisering afhankelijk van veranderingen in perspectief en daarmee verandering in framegebruik. Een explosie van interactie waarin burgers dominant waren zorgde ervoor dat media altijd ergens over konden berichten. Het verloop van deze mediahype bevestigt dat een aanpassing van het concept mediahype in het huidige medialandschap gerechtvaardigd is.

KEYWORDS: *mediahype, sociale mediahype, signal crime, framing, Anne Faber*

Voorwoord

Voordat ik aan de master Media & Journalistiek begon, was ik mij er niet van bewust welke enorme invloed media kunnen hebben. Begin september 2017 wist nog niemand wie Anne Faber was. Een maand later maakte heel Nederland kennis met haar als gevolg van ongekend veel aandacht rond haar vermissing. Ik was geobsedeerd door de bizarre aandacht tijdens de zoektocht, maar ook de enorme discussie die ontstond rond het rechtssysteem. Hoe is het mogelijk dat één gebeurtenis tot een discussie van deze proporties kan leiden? Daarom ligt er nu een masterscriptie voor je met daarin een analyse van de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber en ik hoop dat je als lezer, net als ik, trots bent op het resultaat.

Waar ik aan het begin van het studiejaar niet kon weten dat ik mijn scriptie over Anne Faber zou schrijven, had ik ook niet durven zeggen dat hier geen *SPSS* aan te pas zou komen. De vele uren in de kelder van de UB die ik aan de analyses heb besteed zijn niet voor niets, want ik weet zeker dat ik in de toekomst enorm veel plezier ga hebben van het leren van *R* en *RStudio*. Mijn grote dank gaat dan ook uit naar mijn begeleider Nel Ruigrok. Niet alleen voor de extra lessen over *R*, maar ook voor de ongekende hoeveelheid interesse en aandacht zij heeft besteed aan het begeleiden van deze scriptie. Op de momenten dat ik het even niet meer wist zorgde zij ervoor dat er weer licht aan het einde van de tunnel was. Een betere motivatie dan haar enthousiasme voor het schrijven van deze scriptie kon er niet zijn.

Ten slotte wil ik, naast iedereen die ik zeer waarschijnlijk zo nu en dan heb verveeld met mijn verhalen over de scriptie, Esther bedanken voor haar geduld bij het proefcoderen, Sarah voor de mentale steun in de kelder van UB en *Media Distillery/BuzzCapture* voor het beschikbaar stellen van transcripties van televisie- en radio-uitzendingen.

Veel leesplezier!

Dylan Metselaar

Rotterdam, 14 juni 2018

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	4
1.1 Opbouw	8
2. Theoretisch kader.....	10
2.1 De vermissing van Anne Faber	10
2.2 Mediahype	11
2.3 Sociale mediahype.....	16
2.4 Wisselwerking	19
2.5 Framing.....	23
2.6 Nieuwsmakende activiteiten.....	27
2.7 Bronnen	28
3. Methode.....	29
3.1 Dataverzameling	29
3.2 Methode	30
3.3 Operationalisering	31
3.3.1 Verloop van de berichtgeving.....	32
3.3.2 Nieuwsthema	32
3.3.3 Framegebruik.....	33
3.3.4 Nieuwsmakende activiteiten	35
3.3.5 Brongebruik.....	35
4. Resultaten.....	37
4.1 Verloop van de berichtgeving.....	37
4.2 Mediabrede aandacht.....	39
4.2.1 Mediabrede nieuwsgolven.....	40
4.2.2 Nieuwsthema	41
4.2.3 Framegebruik.....	45
4.3 Nieuwsmakende activiteiten.....	55
4.4 Interactie tussen media en sociale actoren.....	57
4.5 Mediahype	60
5. Conclusie en discussie	62
5.1 Verschuiving van perspectief	63
5.2 Veranderende rol van bronnen	64
5.3 Invloed van media	65
Literatuurlijst	67
Bijlage A: Overzicht mediagroepen.....	74
Bijlage B: Codeerinstructie	75
Bijlage C: Cohen's kappa.....	84
Bijlage D: Framegebruik per nieuwsthema	85

1. Inleiding

De Nederlandse media werden begin oktober 2017 gedomineerd door de vermissing van Anne Faber, een 25-jarige studente die op 29 september 2017 vermist raakte na een fietstocht en wiens lichaam op 12 oktober 2017 werd gevonden. Hoewel in Nederland jaarlijks zo'n 40.000 personen vermist raken (Politie Nederland, 2015), kreeg de vermissing van Anne Faber heel veel aandacht. Tijdens de twee weken durende zoektocht werd op televisie, in kranten, op internet en op sociale media vrijwel dagelijks aandacht besteed aan de vermissing en dit maakte daardoor veel los in Nederland. De NOS (13 oktober 2017) vatte de emoties een dag na de vondst van haar lichaam samen met de kop "Anne Faber was de laatste dagen iedereen's dochter, zus of vriendin". Na de vondst van haar lichaam leek de toon in de media om te slaan in een schuldvraag. Omdat de aangehouden Michael P., verdacht van moord en verkrachting op Anne Faber, voor een eerder zedenmisdrijf geen tbs had opgelegd gekregen, ontbrandde een discussie over de staat van het Nederlandse rechtssysteem. Zo kopte de Volkskrant op 15 oktober 2017 "Is de dood van Anne Faber de schuld van het systeem?"

Na de vondst van het lichaam van Anne Faber viel snel het woord *mediahype*. Trouwombudsman Adri Vermaat uitte twee dagen na de vondst zijn zorgen over de rol van de media gedurende de vermissing: "De journalistieke waarden lijken op te schuiven naar steeds bedenkelijkere grenzen ... En hoewel een krant zich juist onderscheidt door niet mee te doen, door een zaak als deze juist fatsoenlijk te verslaan, neemt iedereen steeds weer deel aan de jacht" (Baneke, 2017, paragraaf De eerste zijn, alinea 1). Een mediahype kan worden omschreven als snel stijgende aandacht voor een bepaalde gebeurtenis of kwestie, wat vervolgens ook weer snel verdwijnt. Kort na de vondst van het lichaam van Anne Faber leken de media weer over te gaan tot de orde van de dag en was ze niet meer dagelijks in het nieuws. Desondanks werd via sociale media een petitie gestart waarmee een onderzoek werd geëist naar 'het falend rechtssysteem in de zaak van Michael P.'. Deze petitie werd op 24 oktober 2017 met meer dan 400.000 handtekeningen aan de Tweede Kamer aangeboden. Daarnaast was Anne Faber in Nederland in 2017 de meest geraadpleegde zoekopdracht op Google (<https://trends.google.com>). Het is daarom interessant om de rol van de media gedurende de vermissing van Anne Faber nader onder de loep te nemen.

Burgers zijn voor informatie over gebeurtenissen die zij niet persoonlijk ervaren afhankelijk van de media en het is de taak van de journalist om deze informatie als *gatekeeper* te filteren (Shoemaker & Vos, 2009) en hiervan een waarheidsgetrouw beeld te schetsen (Strömbäck, 2005). Bij een mediahype bestaat de kans dat deze informatie niet volledig is omdat

een bepaald perspectief, oftewel een frame (Entman, 1993), kan gaan domineren welke media kunnen gaan overnemen (Beyer & Figenschou, 2018). Wanneer media op zoek gaan naar feiten en meningen om dit frame te bevestigen (Vasterman, 2005), bestaat de mogelijkheid dat andere feiten achterwege worden gelaten en een incompleet beeld ontstaat. Hoewel er geen onomstotelijk bewijs is dat het dominerende frame door het publiek wordt overgenomen (Figenschou, Beyer, & Thorbjørnsrud, 2015) bestaat de kans dat dit gebeurt (Vasterman, 2005). Dit is voornamelijk het geval wanneer wordt bericht vanuit een *human interest frame* (Cho & Gower, 2006).

Aan de andere kant kan tijdens een mediahype een kwestie of gebeurtenis disproportioneel worden uitgelicht, waardoor bij het publiek de verwachting wordt geschept dat dit een grotere kwestie is dan in werkelijkheid het geval is (Kepplinger & Habermeier, 1995; Vasterman, 2005). Deze disproportionele hoeveelheid aandacht wordt bereikt als er sprake is van nieuwsmakende activiteiten en interactie tussen media en sociale actoren (Vasterman, 2005). Media berichten gedurende een mediahype allereerst niet alleen over daadwerkelijke gebeurtenissen, maar gaan ook nieuws construeren rond de kwestie of gebeurtenis. Als gevolg hiervan lijkt een kwestie groter dan in werkelijkheid het geval is en kan een mediahype zorgen voor maatschappelijke verontrusting en verontwaardiging en daarmee druk op de overheid uitoefenen (Vasterman, 2005). Hierdoor kan een maatschappelijk debat ontstaan waarbij meerdere standpunten worden besproken, waarbij gebruik kan worden gemaakt van verschillende bronnen (Wien & Præstekær, 2009). Media besteden aandacht aan deze reacties, die dus niet het gevolg zijn van daadwerkelijke gebeurtenissen maar door tussenkomst van media (Vasterman, 2005). In andere woorden, berichten in de media zijn de aanleiding voor deze reacties. Deze bronnen spelen een belangrijke rol tijdens een mediahype. Het nieuws bij een mediahype wordt namelijk gevoed door een totaliteit aan bronnen, die bovendien allen hun eigen perspectief op de gebeurtenis weergeven (Ruigrok, Scholten, Krijt, & Schaper, 2009) en daarmee de toon van de verdere discussie kunnen bepalen (Hall, Critcher, Jefferson, Clarke, & Roberts, 2013). Hierdoor kan de oorspronkelijke gebeurtenis in een nieuw perspectief worden geplaatst (Wien & Præstekær, 2009), waardoor niet ondenkbaar is dat het framegebruik gedurende een mediahype kan veranderen. De concepten framing, nieuwsmakende activiteiten en brongebruik zijn kortom onmiskenbaar belangrijk bij de totstandkoming van een mediahype.

In het veranderende medialandschap hebben sociale media als gevolg van normalisering (Lasorsa, Lewis, & Holton, 2011) een vaste plaats gekregen in de dagelijkse routine van journalisten (Lecheler & Kruikemeier, 2015). Voordat traditionele media aandacht besteden aan een gebeurtenis, kan deze gebeurtenis op sociale media al veel aandacht hebben gegenereerd

(Cerase & Santoro, 2018; Pang, 2013; Roese, 2018). Andersom kunnen traditionele media een discussie op sociale media aanwakkeren of versterken. Zo was de toenemende aandacht voor deelname aan de rellen tijdens *Project X Haren* in 2012 het gevolg van “een combinatie of interactie van Facebook mobilisatie ... en groeiende aandacht van de massamedia” (Van Dijk, Boeschoten, Ten Tije, & Van de Wijngaert, 2013, p. 120). Dit suggereert een wisselwerking tussen traditionele en sociale media bij de totstandkoming van een mediahype, of zoals Vasterman & Wijfjes (2015) stellen: “er is niet één mediahype die alles veroorzaakt, het zijn er vele, én in verschillende netwerken die ook weer op elkaar reageren” (p. 124). In andere woorden, er kan niet meer kan worden gesproken van een afzonderlijke ‘traditionele’ (Vasterman, 2005) en sociale mediahype (Cerase & Santoro, 2018; Pang, 2013; Roese, 2018), maar er is vanaf hetzelfde moment sprake van één mediahype over alle mediagroepen die zich kenmerkt door een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media.

De vermissing van Anne Faber kreeg vanaf hetzelfde moment in zowel traditionele als op sociale media veel aandacht. De vermissing riep bovendien bij veel Nederlanders emoties op en er ontstond een breed maatschappelijk debat over de staat van het Nederlandse rechtssysteem. De vermissing werd door haar vriend bekend gemaakt via Facebook, een bericht dat meer dan honderdduizend keer is gedeeld, en ook de petitie werd gestart via sociale media. Dit bericht en de petitie kregen vervolgens veel aandacht in andere media, waardoor een mediabrede golf van aandacht werd veroorzaakt. Daarom is het interessant om te onderzoeken of de bestaande criteria van een mediahype nog van toepassing zijn op de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber. Hebben sociale media gezorgd voor een mediabrede nieuwsgolf, hebben traditionele media gezorgd voor een versterking van het escalatieproces op sociale media (Vasterman & Wijfjes, 2015), of is er vanaf het eerste moment sprake van een constante wisselwerking tussen beide mediagroepen? In dit onderzoek wordt daarom de volgende onderzoeksvraag beantwoord:

In hoeverre kan de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber worden aangemerkt als mediahype en in hoeverre is er sprake van een verschuiving in framegebruik?

Deze vraag zal worden beantwoord door een kwantitatieve inhoudsanalyse van de berichtgeving in Nederlandse online en offline media rond de vermissing van Anne Faber van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018. De onderzoeksvraag wordt beantwoord aan de hand van de volgende vier deelvragen:

RQ1: *In hoeverre kan de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber worden aangemerkt als mediahype waarbij sprake is van een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media?*

RQ2: *Welke frames domineren op welk moment in de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber?*

RQ3: *In hoeverre is er in de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber sprake van nieuwsmakende activiteiten?*

RQ4: *In hoeverre werd de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber gedreven door bronnen en welke bronnen waren hierbij dominant?*

Naar aanleiding van de discussies over de rol van de media tijdens *Project X Haren* is door Van Dijk et al. (2013) de aanbeveling gedaan dat journalisten zich bewust moeten worden van de impact van hun berichten. In het hoofdrapport van het onderzoek naar *Project X Haren* wordt eenzelfde conclusie getrokken: “Haren leert eens te meer dat journalisten zich moeten realiseren dat zij zo maar van verslaggever actor kunnen worden, en dat hun invloed groot kan zijn” (Cohen, Van den Brink, Adang, Van Dijk, & Boeschoten, 2013, p. 24).

In dit onderzoek wordt niet alleen onderzocht of er sprake is van een mediahype, maar wordt ook de inhoud van de berichtgeving geanalyseerd. Hierdoor wordt onderzocht op welke wijze de berichtgeving is geframed, of dit het gevolg is van een wisselwerking tussen traditionele en sociale media en welke invloed maatschappelijke actoren hebben. Hierdoor biedt dit onderzoek inzicht in mogelijke effecten op de publieke opinie als gevolg van deze berichtgeving en de invloed van reacties op sociale media. Op deze wijze worden journalisten, burgers en politici zich niet alleen bewust van de impact van berichtgeving in de media, maar ook van de impact die maatschappelijke actoren kunnen hebben op berichtgeving in de media. Ook burgers kunnen deze invloed uitoefenen, zoals met de petitie tegen het rechtssysteem die veel aandacht verkreeg in de media. Als bron van het nieuws kunnen maatschappelijke actoren namelijk het debat aansturen (Hall et al., 2013).

Dit onderzoek kan hierdoor inzicht bieden in hoeverre media hebben bijgedragen aan een publieke opinie waarin de staat van het Nederlandse rechtssysteem aan het wankelen wordt gebracht. Media hebben immers als gevolg van disproportionele berichtgeving de kracht om de roep om zwaardere straffen te vergroten (Hestermann, 2016). Dit onderzoek laat zien in hoeverre sociale media de traditionele media beïnvloeden en andersom, en op welke wijze het debat is gestuurd.

Dit onderzoek biedt tevens een toevoeging aan de literatuur over mediahypes. Door het veranderende medialandschap waarin sociale media onderdeel uitmaken van de dagelijkse routine van journalisten (Lecheler & Kruikemeier, 2015) is een leemte ontstaan in de literatuur over mediahypes. Bestaand onderzoek richt zich voornamelijk op enkel traditionele media of enkel sociale media. Door Vasterman & Wijfjes (2005) is gesuggereerd dat de bestaande criteria van een mediahype verouderd zijn, omdat er sprake is van een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media. In dit onderzoek zullen de criteria van een ‘traditionele’ en sociale mediahype worden samengevoegd, waarbij de criteria van Vasterman (2005) als basis dienen en waarbij rekening wordt gehouden met deze wisselwerking. Hierdoor zal blijken of een vernieuwing van de bestaande criteria gerechtvaardigd is.

Daarnaast draagt dit onderzoek bij aan informatie over een mogelijke verschuiving van framegebruik tijdens een mediahype. In eerder onderzoek is de suggestie gewekt dat journalisten in de verschillende fasen van de *issue attention cycle* (Downs, 1972) verschillende narratieve overwegingen benadrukken (Shih, Wijaya, & Brossard, 2008). Dit duidt op een verschuiving van framegebruik tijdens een mediahype, maar is niet onderzocht. Door de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber te onderzoeken kan blijken of er sprake is van een verschuiving van frames en hoe deze verschuiving wordt gekenmerkt in traditionele en sociale media. Door berichten op sociale media te analyseren kan dit onderzoek daarmee ook inzicht bieden op de verschuiving van de publieke opinie. Hierdoor biedt dit onderzoek ook meer inzicht in de rol van de media en bronnen gedurende een mediahype.

1.1 Opbouw

Deze thesis bestaat uit vijf hoofdstukken. In het volgende hoofdstuk, het theoretisch kader, worden de relevante concepten uitgelegd om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Er wordt begonnen met een uitleg over de vermissing van Anne Faber. Daarna worden de bestaande concepten van een mediahype en sociale mediahype besproken, heroverwogen en samengevoegd tot een nieuw concept. Vervolgens zullen de bijbehorende concepten waarmee de onderzoeksvraag wordt beantwoord meer in detail worden toegelicht.

Het derde hoofdstuk omschrijft op welke wijze het onderzoek heeft plaatsgevonden. Allereerst worden de dataset en methode toegelicht, waar duidelijk wordt tussen welke mediagroepen een onderscheid wordt gemaakt. Daarna volgt de operationalisering waarin wordt toegelicht hoe de concepten zijn geanalyseerd en waar aandacht wordt besteed aan de betrouwbaarheid hiervan.

In het vierde hoofdstuk zal blijken of de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber voldoet aan de opgestelde criteria van een vernieuwde mediahype. Om tot deze conclusie te komen, worden deze criteria aan de hand van de opgestelde deelvragen getoetst. Hierbij wordt gekeken of een verandering in perspectief heeft plaatsgevonden, in hoeverre media zelf nieuws hebben geconstrueerd en wat hierbij de invloed van maatschappelijke actoren is geweest.

Het laatste hoofdstuk zal uitsluitsel geven of een vernieuwing van de criteria van een mediahype gerechtvaardigd is. Aan de hand van de resultaten wordt kritisch gekeken naar de nieuw opgestelde criteria en welke inzichten dit biedt. Ten slotte zal ook worden besproken wat dit betekent voor journalisten, politici en burgers.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de relevante concepten van het onderzoek uitgelegd. Er wordt begonnen met een korte uitleg over de vermissing van Anne Faber. Vervolgens worden de concepten van mediahype en sociale mediahype besproken, waarna deze criteria worden heroverwogen en samengevoegd tot een vernieuwd concept van mediahype. Ten slotte zullen de concepten van framegebruik, nieuwsmakende activiteiten en brongebruik in meer detail worden toegelicht.

2.1 De vermissing van Anne Faber

Op zaterdag 30 september 2017 deed Nathan Fidder om 17:33 uur een oproep op zijn Facebookpagina: “M’n vriendin is sinds gisteravond zeven uur vermist. Laatste app is een selfie in de regen. Ze heet Anne Faber ... Hopelijk kunnen jullie iets betekenen...”. De 25-jarige Anne Faber was op dat moment bijna vierentwintig uur vermist, nadat zij de avond ervoor niet thuiskwam na een fietstocht in Utrecht. Op maandag 9 oktober 2017 werd Michael P., een 27-jarige zedendelinquent, door de politie aangehouden op verdenking van betrokkenheid bij de verdwijning. Hij bekende twee dagen na zijn aanhouding dat hij Anne Faber had verkracht en vermoord. Op donderdag 12 oktober 2017 vond de politie op aanwijzing van Michael P. het lichaam van Anne Faber in een natuurgebied in Zeewolde. De vermissing domineerde vanaf 30 september 2017 enkele weken zowel de traditionele als sociale media. Zo werd het Facebookbericht van Fidder (2017) bijna 125.000 keer gedeeld en riep de dood van Anne Faber bij zowel bekenden als onbekenden emotionele reacties op. Het Algemeen Dagblad blikte op 12 oktober 2017, de dag van de vondst het lichaam, op haar website met de kop “Nederland diep geraakt door Anne Faber: ‘We zijn er kapot van’” terug op de bijna twee weken durende zoektocht. Op sociale media werden na haar dood emotionele berichten als “Lieve #AnneFaber, Ik ken je niet maar ook ik voel het verdriet. Het is niet eerlijk, rust zacht” (Boersma, 12 oktober 2017) geplaatst. Nadat haar lichaam was gevonden, werd met koppen als “Na Anne moet het veranderen” (De Telegraaf, 14 oktober 2017) een discussie in gang gezet over de staat van het Nederlandse rechtssysteem. Ook op sociale media werden met berichten als “Hoe bevalt dat, @RechtspraakNL, dat nu al 400k NL’ers de schuld geven van de gruwelijke verkrachting en dood van #AnneFaber?” (Schaafsma, 18 oktober 2017) zorgen geuit over een falend rechtssysteem. Daarnaast werd een petitie met honderdduizenden handtekeningen aan de Tweede Kamer aangeboden waarmee een onderzoek werd geëist naar ‘het falend rechtssysteem in de zaak van Michael P.’ en is het voor rechters nu gemakkelijker geworden om tbs op te

leggen als een verdachte niet wil meewerken aan psychiatrisch onderzoek. Daags na de vondst van haar lichaam werd de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber “een klassiek voorbeeld van een mediahype” (Baneke, 2017, paragraaf De eerste zijn, alinea 2) genoemd.

2.2 Mediahype

In de literatuur bestaat geen consensus over de definitie van een mediahype. Vasterman benoemde dit verschijnsel in 2005 als een van de eersten en omschrijft een mediahype als “een mediabrede, snel piekende nieuwsgolf die één gebeurtenis als startpunt heeft en die voor het grootste deel het gevolg is van zichzelf versterkende processen bij de nieuwsproductie” (p. 515). Wolfsfeld en Sheafer (2006) spreken over *media waves*, waarmee zij doelen op een gebeurtenis of kwestie die veel aandacht krijgt waar actoren, waaronder politici, van kunnen profiteren. Boydston, Hardy, en Walgrave (2014) ten slotte spreken over *media storms*. Hiervan is volgens hen sprake als een kwestie of gebeurtenis een explosieve toename van aandacht in berichtgeving krijgt en voor een bepaalde tijd een substantieel onderdeel uitmaakt van de nieuwsagenda. Hoewel de criteria verschillen, wijzen deze definities alle drie naar excessieve aandacht voor een bepaald onderwerp dat afwijkt van een reguliere nieuwsgolf. In andere woorden, niet iedere nieuwsgolf is een mediahype (Vasterman, 2005). Dit is pas het geval als de berichtgeving wordt gekenmerkt door een specifiek verloop.

Downs (1972) omschrijft met de *issue attention cycle* al zo’n specifiek verloop wanneer hij beschrijft hoe media kwesties, publieke houdingen en gedrag over maatschappelijke problemen kunnen beïnvloeden door deze kwesties onder de aandacht te brengen. Media besteden naar aanleiding van een bepaalde gebeurtenis veel aandacht aan een bepaalde kwestie, wat vervolgens snel wegebt als er geen nieuwe standpunten meer zijn en nieuwe kwesties aandacht krijgen waardoor ook de publieke interesse afneemt. Een voorbeeld van een gebeurtenis die deze cyclus volgt is volgens Downs (1972) een serie van *ghetto riots*, waarbij het publiek door media-aandacht het idee krijgt dat dit een probleem is dat moet worden opgelost. Dit gebeurt in de tweede fase van deze cyclus, op het moment dat er sprake is van *alarmed discovery and euphoric enthusiasm*, waarin een kwestie het meest vatbaar is om een mediahype te worden (Wien & Præstekær, 2009). In deze tweede fase is er sprake van een hoge bereidheid tot discussie tussen politici, experts en normale burgers waardoor de nieuwsdrempel over dit onderwerp voor journalisten wordt verlaagd (Wien & Præstekær, 2009). Als media op dat moment zelf actief nieuws gaan maken is er sprake van excessieve aandacht en verdwijnt de kwestie pas na meerdere nieuwsgolven uit de aandacht (Vasterman, 2005). Daarmee heeft een mediahype een ander verloop dan de *issue attention cycle*, waarbij de aandacht volgens

Downs (1972) na één nieuwsgolf afneemt omdat het publiek zich ervan bewust wordt dat het lastig is om het probleem op te lossen en daardoor ruimte ontstaat voor aandacht voor een ander probleem.

Om van een mediahype te kunnen spreken, moet volgens Vasterman (2005) worden voldaan aan vier criteria. Het eerste criterium is dat er sprake moet zijn van een *key event*, een sleutelgebeurtenis waar meer aandacht aan wordt besteed dan aan vergelijkbare gebeurtenissen (Kepplinger & Habermeier, 1995; Vasterman, 2005). Door dit *key event* veranderen de criteria van nieuwsselectie met als gevolg dat berichtgeving over en omtrent deze gebeurtenis sneller dan normaal nieuwswaardig is. In andere woorden, deze sleutelgebeurtenis leidt net als bij de *issue attention cycle* (Downs, 1972) tot een *trigger* voor media om over deze gebeurtenis te berichten omdat media de gebeurtenis een maatschappelijke betekenis geven. Het verschil met een reguliere nieuwsgolf is dat hierbij geen sprake is van één gebeurtenis maar van een reeks nieuwswaardige gebeurtenissen (Vasterman, 2005). Dit komt overeen met het startpunt van wat Wolfsfeld en Sheafer (2006) een *media wave* noemen, waarbij bepaalde (politieke) actoren buitenproportionele aandacht krijgen naar aanleiding van een gebeurtenis of kwestie. Wien en Præstekær (2009) spreken van een *trigger event*, omdat zij stellen dat een sleutelgebeurtenis niet het belangrijkste onderdeel van een mediahype is. Volgens hen is nieuws een sociale constructie waardoor een *trigger event* niet een actuele gebeurtenis hoeft te zijn, maar ook kan zijn geconstrueerd door de media of andere actoren met als doel om een kwestie op de agenda te zetten. Hiervoor is het noodzakelijk dat deze gebeurtenis vatbaar is voor het publieke debat. Dit is bijvoorbeeld het geval geweest in het onderzoek van Van Gorp (2005) naar de mediahype rond asielzoekers in België. Eind 2000 was er in de Belgische media sprake van verschillende nieuwsgolven in de berichtgeving over de komst van asielzoekerscentra. Ondanks het ontbreken van een sleutelgebeurtenis was er bij de tweede nieuwsgolf als gevolg van massale media-aandacht vanuit het perspectief van asielzoekers als ‘hulpbehoevend’ in plaats van asielzoekers als ‘indringers’ sprake van een mediahype (Van Gorp, 2005).

Het tweede criterium is dan ook dat er sprake moet zijn van mediabrede aandacht voor hetzelfde nieuwsthema waarbij de nieuwsgolven van alle media eenzelfde beweging hebben (Vasterman, 2005). Dit nieuwsthema komt voort uit de sleutelgebeurtenis en vormt het uitgangspunt van de daaropvolgende berichtgeving. Het nieuwsthema kenmerkt zich doordat er sprake is van een specifiek nieuwsconcept dat wordt gepresenteerd of vergelijkbare gebeurtenissen in een breder concept worden geplaatst. Het is dus van belang dat de sleutelgebeurtenis in staat is om een complex probleem in één beeld te plaatsen (Vasterman, 2005), zoals zinloos geweld (Vasterman, 2005) of kindermoorden (Brants & Koenraadt, 2005).

Doordat de selectiecriteria veranderen en de nieuwsdrempel wordt verlaagd, wordt dit thema nieuwswaardig en worden journalisten gestimuleerd om op zoek te gaan naar berichten om dit thema te bevestigen. Er is sprake van een zelfversterkend effect van de media omdat de verschillende media naar elkaar kijken en over hetzelfde thema berichten (Boydstun et al., 2014; Vasterman, 2005). Journalisten willen exclusief zijn maar niet het gevaar lopen om een verhaal te missen, waardoor zij elkaar gaan imiteren (Boydstun, et al., 2014; Wien & Præstekær, 2009). Dit mediabrede nieuwsthema komt overeen met wat Boydstun et al. (2014) in hun conceptualisering de *multimediality* van een mediastorm noemen. Zij stellen dat de *day-to-day change* in een mediastorm minder explosief is dan bij normale berichtgeving, wat wil zeggen dat er gedurende een langere periode over een bepaald thema wordt bericht.

Framegebruik is door het nieuwsthema een belangrijk concept binnen een mediahype. Entman (1993) definieert framing als “select some aspects of perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation” (p. 52). Als gevolg van framing kunnen media een betekenis aan een verhaal geven en hiermee de interpretatie van het publiek beïnvloeden (Hallahan, 1999). Framing kan gevolgen hebben op individueel en maatschappelijk niveau (De Vreese, 2005). Blootstelling aan bepaalde frames kan op individueel niveau leiden tot een gewijzigde houding ten aanzien van een kwestie. Op maatschappelijk niveau kunnen frames bijdragen aan de vormgeving van sociale processen, zoals collectieve actie en besluitvorming.

Media gaan gedurende een mediahype binnen het nieuwsthema op zoek naar meningen en feiten om een bepaald frame waar het nieuwsthema deel van uitmaakt te bevestigen (Vasterman, 2005), met als gevolg dat de mogelijkheid bestaat dat nieuws niet volledig is (Beyer & Figenschou, 2018). Volgens Shih et al. (2008) worden er in de verschillende fasen van de *issue attention cycle* (Downs, 1972) verschillende narratieve overwegingen benadrukt. In andere woorden, een kwestie kan door middel van veranderend framegebruik meer of minder aandacht verkrijgen. Omdat in een mediahype meerdere golven zichtbaar zijn waarbij de oorspronkelijke gebeurtenis telkens in een nieuw perspectief wordt geplaatst (Wien & Præstekær, 2009), is het niet ondenkbaar dat bij een nieuwe piek sprake is van een nieuw frame. Een sleutelgebeurtenis moet namelijk vanuit verschillende interpretaties kunnen worden gezien, waardoor een bepaald frame kan gaan domineren (Wien & Præstekær, 2009). Het onderzoek van Van Gorp (2005) laat zien dat een nieuwe nieuwsgolf kan optreden als gevolg van veranderend framegebruik. In de berichtgeving in Belgische media werd het nieuws in eerste instantie gedomineerd door commotie dat de overheid had besloten tot de komst van nieuwe

asielzoekerscentra. In de berichtgeving hierover was er sprake van een gelijke mate van framegebruik van het *intruders frame* en het *victim frame*. In de week van Kerstmis nam de mate van het *intruders frame* af en die van het *victim frame* toe, waardoor een mediahype ontstond omdat één bepaald frame ging domineren. De extreme hoeveelheid aandacht en verandering van het perspectief was volgens Van Gorp (2005) niet het gevolg van een bepaalde gebeurtenis maar van de kerststemming: het asielzoekersprobleem werd benaderd vanuit een perspectief dat asielzoekers slachtoffers in plaats van indringers zijn. Journalisten gingen actief op zoek naar verhalen die binnen dit frame pasten omdat de eerdere commotie over de komst van asielzoekerscentra voorbij was. Hierdoor werden berichten die normaliter een lage nieuwswaarde hebben groot nieuws. Voorbeelden hiervan zijn berichten waarin de suggestie werd gewekt dat de overheid de asielzoekers letterlijk in de kou lieten staan door de slechte omstandigheden in de asielzoekerscentra. Volgens Van Gorp (2005) is er in deze tweede nieuwsgolf dan ook sprake van een *frame driven mediahype*.

Het derde criterium van een mediahype is namelijk dat er gedurende de nieuwsgolf sprake is van intensieve nieuwsmakende activiteiten van de media (Vasterman, 2005). Dit nieuws is gerelateerd aan het nieuwsthema maar zal normaal gesproken geen nieuwswaarde hebben. In andere woorden, media berichten niet alleen over daadwerkelijke gebeurtenissen maar construeren zelf nieuws rond het nieuwsthema. Dit wil niet zeggen dat er nieuws wordt verzonnen, het kan namelijk ook gaan om vergelijkbare gebeurtenissen uit het verleden of nieuws wat gerelateerd is aan het nieuwsthema (Vasterman, 2005). In het laatste geval gaat het om bijvoorbeeld opinie- of achtergrondverhalen. De nieuwsgolf die uit deze berichtgeving voortvloeit zorgt voor de valse indruk dat gebeurtenissen zich opstapelen en dat problemen belangrijker worden, terwijl dit niet in overeenstemming is met de werkelijkheid (Kepplinger & Habermeier, 1995; Vasterman, 2005). Kortom, er is sprake van een disproportionele hoeveelheid berichtgeving over een bepaalde gebeurtenis. Dit komt overeen met wat Boydston et al. (2014) een scheve verdeling van berichtgeving noemen ten opzichte van een reguliere nieuwsgolf of *non-storm*.

Ten slotte is het vierde criterium dat de berichtgeving leidt tot een interactie tussen media en sociale actoren (Vasterman, 2005). Reacties vloeien voort uit het feit dat het publiek als gevolg van disproportionele hoeveelheid aandacht in de media ervan uitgaat dat er sprake is van een plotselinge reële toename van gebeurtenissen. Zo is onderzocht dat bij berichtgeving over criminaliteit, met in het bijzonder seksueel geweld, door media emoties worden opgewekt door sympathie te tonen voor het slachtoffer en angst voor geweld te uiten, wat leidt tot roep om zwaardere straffen (Hestermann, 2016). Dit gebeurt niet als reactie op daadwerkelijke

ontwikkelingen maar door aannames die zijn ontstaan vanuit de media. Als gevolg hiervan kan een mediahype zorgen voor betrokkenheid bij het publiek en dit kan leiden tot maatschappelijke verontrusting en druk op de overheid (Vasterman, 2005). Extreme aandacht in de media voor een bepaald thema maakt veel los in de samenleving en de hieruit voortvloeiende reacties en discussies voeden de berichtenstroom. Om deze reden stellen Wien en Præstekær (2009) dat de sleutelgebeurtenis vatbaar moet zijn voor publiek debat, waardoor verschillende en legitieme standpunten kunnen worden besproken. Als er geen nieuwe bronnen zijn is er niets om over te schrijven en de totaliteit aan bronnen is dan ook een voeding van de mediahype. Het gaat hierbij niet alleen om reacties van burgers maar ook om reacties van bijvoorbeeld politici of experts (Vasterman, 2005; Wien & Præstekær, 2009).

Zo stellen Ruigrok et al. (2009) dat er zelfs sprake kan zijn van een *brongerichte mediahype*. Hierbij kunnen bronnen, naast media zelf, gedurende een mediahype *agenda-setters* zijn (Ruigrok et al., 2009), ook wel de *primary definer* van het nieuws genoemd, waardoor zij bepalen hoe een probleem wordt gedefinieerd en geschetst en de verdere toon van de discussie bepalen (Hall et al., 2013). De media zijn in dit geval als *secondary definer* een doorgeefluik van bronnen. Het onderzoek van Ruigrok et al. (2009) naar de berichtgeving rond de film *Fitna* laat zien dat er een actie-reactieketen in gang werd gezet tussen media en bronnen. Telkens als Geert Wilders een uitspraak deed, kwamen er veel reacties van andere actoren zoals politici en experts die de berichtgeving in de media voedden. Het gebruik van andere bronnen kan er dan ook toe leiden dat het framegebruik verandert. Sacco (1995) stelt om deze reden dat de sociale constructie van problemen rondom criminaliteit onder meer moet worden gezien als een reflectie van de relatie tussen media en hun bronnen.

Boydston et al. (2014) stellen in deze lijn dat de duur van een *media storm* afhankelijk is van hoe relevante actoren hiermee omgaan. Een mediahype duurt volgens het 'ideale' model van Wien en Præstekær (2009) drie weken waarbij de eerste nieuwsgolf de grootste is, dit komt door de impact van de sleutelgebeurtenis, en de daaropvolgende nieuwsgolven als gevolg van een *follow-up* verhaal kleiner zijn. Binnen deze nieuwsgolven is er sprake van een bepaalde volgorde van brongebruik (Wien & Præstekær, 2009). In de eerste dagen na de sleutelgebeurtenis richten journalisten zich op politici, *interest groups* en relatieven en na enkele dagen komt er ruimte voor experts. Politici en *interest groups* komen met verschillende oplossingen en experts voorzien journalisten van feiten om over te berichten (Wien & Præstekær, 2009). Wolfsfeld en Sheaffer (2006) stellen dat politici aandacht krijgen in een *media wave* als zij thematisch gerelateerd zijn aan de nieuwsgolf. Hierdoor kan een mediahype een mogelijkheid zijn om als *primary definer* ideeën te promoten (Præstekær & Wien, 2008).

De nieuwsgolven herhalen zich tot de berichtenstroom geleidelijk afneemt omdat er geen mogelijkheden tot vervolgnieuws meer zijn, waardoor het thema nieuwswaarde verliest (Vasterman, 2005), maar kan ook komen door een *compassion fatigue* (Wien & Præstekær, 2009). Als er geen sprake meer is van nieuwe informatie in de media verliest het publiek op een bepaald moment interesse in het onderwerp. Hierdoor besteden media minder aandacht aan het onderwerp, waardoor de interesse bij het publiek verder verdwijnt (Moeller, 2002). Dit wordt bereikt na twee of drie golven met nieuwe perspectieven rond het nieuwsthema (Wien & Præstekær, 2009). Omdat de aandacht voor het probleem afneemt en de nieuwsgolf met extreme aandacht ten einde komt, wordt in de fasen van de *issue attention cycle* (Downs, 1972) gesproken van een verschuiving naar de derde fase.

2.3 Sociale mediahype

Sociale media hebben in het veranderende medialandschap een belangrijke rol ingenomen. Als gevolg van commercialisering en toenemende competitie is het medialandschap veranderd van een *trustee model* naar een *market model* (Hamilton, 2004). In het *market model* bepaalt niet de journalist met eigen oordeel welk nieuws wordt verspreid maar wordt dit aangepast aan de wensen van het publiek (Schudson, 2003). Dit proces is versterkt door technologische veranderingen. Door internet en sociale media is het nieuwsaanbod vergroot en is er sprake van een 24-uurs-nieuwscyclus (Bucy, Gantz, & Wang, 2007). Nieuws is altijd en overal beschikbaar en de omloopsnelheid van nieuws is hoger te komen liggen (Pavlik, 2000), wat heeft gezorgd voor een versterking van de competitie. De komst van sociale media heeft er daarnaast voor gezorgd dat de nieuwswaarden zijn veranderd, omdat de inhoud van nieuws op sociale media afwijkt van traditionele media (Harcup & O'Neill, 2016). Berichten op sociale media zijn vooral gericht op een hoge *shareability*, dit zijn berichten die gemakkelijk tot interactie leiden, waardoor deze berichten veel sensatie bevatten.

De komst van sociale media heeft er niet alleen voor gezorgd dat er nieuws wordt verspreid via sociale media, maar ook dat het aanbod van nieuws in traditionele media is veranderd. Zo biedt data van sociale media inzicht in de wensen van het publiek (Poel & Van Dijck, 2015) en zijn traditionele media geneigd zich hieraan aan te passen (Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis, Ruigrok, & Schaper, 2016). Sociale media zijn als gevolg van normalisering (Lasorsa et al., 2011) onderdeel geworden van het dagelijkse nieuwsproces van de journalist en daarmee bij de totstandkoming van nieuws (Lecheler & Kruikemeier, 2015). Hierdoor is het voor publiek gemakkelijker geworden om betrokken te raken bij het nieuwsproces. Aandacht voor een bepaald onderwerp op sociale media zorgt er in een hoge

mate voor dat journalisten gaan berichten over dit onderwerp, waardoor gebruikers op sociale media zelfs kunnen worden gezien als *gatekeeper* (Groshek & Tandoc, 2017). Iets kan dus al nieuws zijn op sociale media voordat dit het geval is in traditionele media en andersom kan berichtgeving in traditionele media leiden tot discussies of verdere aandacht op sociale media.

Onder meer Cerase en Santoro (2018), Pang (2013) en Roese (2018) stellen dan ook dat er sprake kan zijn van een *sociale mediahype* nog voor het moment dat er sprake is van aandacht in traditionele media en dat deze aandacht kan leiden tot een mediahype in traditionele media. Pang omschreef dit concept al in 2013 als een “netizen-generated hype that causes huge interest that is triggered by a key event and sustained by a self-reinforcing quality in its ability for users to engage in conversation” (p. 333). Zo kan er gedurende een crisis op sociale media sprake zijn van veel aandacht rondom een gebeurtenis, waardoor deze gebeurtenis nieuwswaardig wordt voor traditionele media (Pang, Hassan, & Chong, 2013). Als voorbeeld noemt Pang (2013) onder meer de *United Breaks Guitar Crisis* uit 2009, waarbij op sociale media een discussie ontstond over de vliegtuigmaatschappij United Airlines nadat zij schade hadden aangebracht aan de gitaar van een passagier. Roese (2018) spreekt over een *accidental media hype*, waarbij gebruikers op sociale media mediahypes creëren ook al is er geen sprake van een gebeurtenis met hoge nieuwswaarde. Als voorbeeld noemt zij aandacht op sociale media over een bloemenemmer die in 2010 in een klein dorp in Duitsland was omgevallen bij een bejaardentehuis, een gebeurtenis die wekenlang het nieuws in Duitsland domineerde. Cerase en Santoro (2018) hebben laten zien dat *racial hoaxes* kunnen uitgroeien tot sociale mediahype, waarna er in veel gevallen ook in traditionele media een mediahype ontstaat.

Een sociale mediahype wordt volgens Pang (2013) gekenmerkt door drie criteria. Allereerst moet er sprake zijn van een *key trigger event*. Dit vertoont vergelijkbare kenmerken met de sleutelgebeurtenis bij een traditionele mediahype, omdat deze gebeurtenis de discussie op sociale media stimuleert en aanmoedigt om berichten over deze gebeurtenis te delen. Door de veranderende nieuwswaarden in het tijdperk van sociale media speelt *shareability* een belangrijke rol. Als een sleutelgebeurtenis hieraan voldoet, het moet gaan om nieuws wat je aan het lachen of boos maakt, zal deze vaak worden gedeeld op sociale media en leiden tot interactie (Harcup & O’Neill, 2016). Deze gebeurtenis bevat dan ook vaak elementen van *human interest*, omdat dit de interesse wekt bij gebruikers om te participeren in discussies hierover, wat leidt tot een publiek debat (Pang, 2013). Deze gebeurtenis hoeft volgens Roese (2018) geen hoge nieuwswaarde te hebben of te maken hebben met een schandaal, het is voldoende als de *trigger* gaat over een onderwerp dat emoties oproept.

Ten tweede moet er sprake zijn van *interest waves* (Pang, 2013). Deze golven zijn het gevolg van een grote toename in *interest levels* over de gebeurtenis en komen op binnen de eerste vierentwintig uur, waarna deze worden gevolgd door wisselingen van gebruikersinteresse. Een sociale mediahype heeft een minimum van twee en een maximum van drie golven, waarbij de eerste golf de hoogste piek heeft, en volgt daarmee de anatomie van Wien & Præstekær (2009). Volgens Roese (2018) zijn deze nieuwsgolven te vergelijken met nieuwsgolven in traditionele media. Een sociale mediahype wordt volgens Pang (2013) gedreven door een informatievacuüm die in tijden van crisis ontstaat: “people want to know what happens when bad things happen” (p. 209). Het hoeft volgens Roese (2018) echter niet vanzelfsprekend te gaan om een negatieve gebeurtenis. Gebruikers gaan op sociale media op zoek naar informatie om hun nieuwsgierigheid te bevredigen, onzekerheden te beheersen en hun perspectief te delen (Pang, 2013). Het delen van deze perspectieven leidt tot *interest waves*. In tegenstelling tot een traditionele mediahype keert de interesse voor deze gebeurtenis op sociale media in eerste instantie niet direct terug tot nul.

Het derde en laatste criterium is daarom dat de interesse over een bepaalde gebeurtenis behouden blijft en wordt verspreid over meerdere sociale mediaplatformen (Pang, 2013). Dit betekent dat er interesse blijft voor een onderwerp, ook al is er geen sprake van nieuwe informatie. Deze interesse blijft behouden als er bijvoorbeeld informatie wordt gedeeld wat geen recente gebeurtenis is maar wel nieuw is (Pang, 2013). Gebruikers zullen actief op zoek gaan naar deze informatie en deze informatie delen om het informatievacuüm aan te vullen. Deze berichten worden niet alleen gedeeld, maar er wordt ook op gereageerd. Dit proces is vergelijkbaar met de nieuwsmakende activiteiten, het zelfversterkende proces en de interactie bij een traditionele mediahype (Vasterman, 2005).

Door het zoeken naar informatie kunnen netwerken ontstaan waarbinnen informatie wordt uitgewisseld, wat een zelfversterkend effect kan hebben. Immers, volgens het Barabási-Albert model komen netwerken op internet niet willekeurig tot stand maar worden deze gevormd en beheerst door zelforganiserende verschijnselen en verklaard door *growth* en *preferential attachment* (Barabási & Albert, 1999). Netwerken bevinden zich allereerst in een continu groeiend proces waarbij ze steeds groter worden door een toevoeging van *nodes*, alle websites op het internet (Barabási, 2016). Nieuwe websites hebben daarnaast de neiging om te linken naar de *nodes* die een grotere connectie hebben. Dit kan worden vergeleken met een wetenschappelijk artikel, waarbij sneller wordt verwezen naar een artikel dat vaak is geciteerd (Barabási, 2016). Hierdoor is het waarschijnlijk dat gebruikers op sociale media sneller geneigd zijn om te reageren op berichten die al tot veel interactie hebben geleid, waardoor dit netwerk

groter wordt. Als dit zelfversterkende proces stijgt tot extreem hoge waarde kan een *positive feedback loop* (Slater, 2007) ontstaan waardoor dit kan worden vergeleken met de mediabrede aandacht in de mediahype van Vasterman (2005).

De verspreiding van informatie vindt niet enkel plaats tussen gebruikers onderling op sociale media maar verspreidt zich over verschillende sociale media (Pang, 2013). Door de aandacht op sociale media kan deze gebeurtenis bovendien nieuwswaardig worden voor traditionele media (Cerese & Santoro, 2018; Pang et al., 2013; Roese, 2018). De sociale mediahype slaat op dit moment over op traditionele media en dit kan betekenen dat er sprake is van een mediahype in zowel traditionele als op sociale media. Roese (2018) spreekt dan ook van een interconnectiviteit tussen sociale media, traditionele media en gebruikers die van elkaar afhankelijk zijn bij de totstandkoming van een *accidental media hype*: “it helps to spread the news to an extent that previously was not possible before without social media” (p. 328).

2.4 Wisselwerking

De besproken onderzoeken over sociale mediahypes spreken zich niet uit over de wisselwerking tussen traditionele en sociale media, terwijl er volgens Roese (2018) wel sprake is van interconnectiviteit tussen deze media. Bovendien is er op breder niveau een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media, wat suggereert dat de wisselwerking verder gaat dan enkel het overnemen van aandacht voor een sleutelgebeurtenis. Zo is in het rapport over *Project X Haren* geconcludeerd dat er sprake was van een constante wisselwerking tussen massamedia en sociale media (Van Dijk et al., 2013). Het rapport gaat over de rol van de media tijdens de rellen in Haren in 2012. Een meisje had haar vrienden via Facebook uitgenodigd voor een verjaardagsfeest, maar omdat de uitnodiging openbaar was trokken duizenden jongeren naar het dorp. Volgens het rapport hebben traditionele en sociale media elkaars aandacht versterkt in de berichtgeving hierover:

Deze wisselwerking krijgt gestalte doordat massamedia verwijzen naar Facebook berichten, Twittergebruikers reageren op deze berichten uit de massamedia en op wat er gebeurt op Facebook, Facebook gebruikers op hun beurt verwijzen naar de massamedia en mensen die overwegen te komen berichten hierover op hun mobiele telefoons. Ondertussen refereren al deze media aan YouTube en geüploade afbeeldingen voor illustratiemateriaal. De enorme activiteit op Twitter en Facebook en beelden van eerdere Project X-feesten prikkelen de fantasie over wat er zou kunnen gebeuren. (Van Dijk et al., 2013, p. 84)

In dit rapport wordt verweten dat media zich niet bewust zijn van hun vermogen een gebeurtenis die is ontstaan op sociale media door massale aandacht groter te maken dan het is (Van Dijk et al., 2013). Dit laat zien dat beide soorten media elkaar hebben versterkt. In dit geval begon de aandacht op sociale media, waarna traditionele media hier aandacht aan besteedden en dit de aandacht op sociale media weer versterkte. Hoewel er geen overeenstemming is of de aandacht voor deze gebeurtenis kan worden aangemerkt als mediahype (Vasterman & Wijfjes, 2015), laat dit zien dat de mogelijkheid bestaat dat een mediahype kan ontstaan door een combinatie van aandacht in traditionele media en op sociale media. In andere woorden, er is niet eerst sprake van een sociale mediahype voordat de aandacht overslaat op traditionele media of andersom. Vasterman en Wijfjes (2015) stellen dan ook dat deze interactie een rol speelt bij de totstandkoming van een mediahype en verwijzen naar het *complexiteitsperspectief*, omdat volgens hen in het huidige medialandschap sprake is van een combinatie van mediahypes over verschillende media die elkaar versterken. Zij bedoelen hiermee dat er geen sprake is van een oorzaak- en gevolgketen tussen aandacht in traditionele media en op sociale media, maar dat er sprake kan zijn van omslagpunten en zelfversterkende processen binnen en tussen deze media (Vasterman & Wijfjes, 2015).

Dit suggereert dat het concept van mediahype (Vasterman, 2005) is verouderd, omdat hierbij geen rekening wordt gehouden met sociale media. Sociale media zijn zodanig geïntegreerd in het medialandschap en maken dan ook onderdeel uit van het dagelijkse proces van journalisten (Lecheler & Kruikemeier, 2015). Hierdoor slaat een mediahype op het gehele medialandschap en kan niet meer worden gesproken over een afzonderlijke mediahype in enkel traditionele of op sociale media. Bij de besproken concepten van sociale mediahypes van Pang (2013) en Roese (2018) is er pas sprake van aandacht in traditionele media op het moment dat een gebeurtenis extreme aandacht krijgt op sociale media. Een mediahype in het huidige medialandschap is mediabreed en omvat vanaf het eerste moment zowel traditionele als sociale media en wordt gekenmerkt door zelfversterkende processen tussen en binnen deze media (Vasterman & Wijfjes, 2015). Het is dan ook noodzakelijk dat er tot een vernieuwing van de criteria van het concept van Vasterman (2005) wordt gekomen. Uit de eerder besproken theorieën blijkt dat er veel overlap is tussen de concepten van mediahype en sociale mediahype. Daarom worden deze concepten samengevoegd om tot vernieuwde criteria van een mediahype te komen, waar de wisselwerking tussen traditionele en sociale media aan wordt toegevoegd. De criteria van Vasterman (2005) vormen hiervoor de basis.

Het eerste criterium is dat er sprake is van een sleutelgebeurtenis die leidt tot een *trigger* wat de gebeurtenis sneller dan andere gebeurtenissen nieuwswaardig maakt om hier aandacht

aan te besteden (Vasterman, 2005). Een nieuw element is dat er in traditionele en op sociale media op een gelijktijdig moment mediabrede aandacht ontstaat voor deze sleutelgebeurtenis. Daarnaast wordt hieraan toegevoegd dat de gebeurtenis wordt gekenmerkt door *shareability*: de gebeurtenis moet de potentie hebben om interactie te creëren op sociale media. Dit is voornamelijk het geval als de gebeurtenis elementen van *human interest* bevat, omdat dit de interesse van het publiek wekt om deel te nemen aan de discussie hierover (Pang, 2013). De gebeurtenis hoeft niet vanzelfsprekend hoge nieuwswaarde te bevatten (Roese, 2018), mits de gebeurtenis vatbaar is voor het publieke debat (Wien & Præstekær, 2009).

Ten tweede is er sprake van mediabrede aandacht voor hetzelfde nieuwsthema waarbij de nieuwsgolven van alle media eenzelfde beweging laten zien (Vasterman, 2005). De sleutelgebeurtenis moet worden geplaatst in een mediabreed nieuwsthema, wat gelijk staat aan een breder concept. De verschillende media kijken naar elkaar en berichten over hetzelfde nieuwsthema wat zorgt voor een zelfversterkend effect (Boydston et al., 2014; Vasterman, 2005). Een nieuw element is dat er sprake is van een zelfversterkend effect tussen zowel traditionele media als burgers op sociale media. De aandacht verspreidt zich over alle groepen media als gevolg van zelfversterkende processen binnen en tussen deze media en niet door een oorzaak- en gevolgketen van hoeveelheid aandacht (Vasterman & Wijfjes, 2015). In andere woorden, alle groepen media besteden op dezelfde momenten dezelfde hoeveelheid aandacht aan hetzelfde nieuwsthema en het escalatieproces van aandacht wordt versterkt door een zelfversterkend effect binnen traditionele en sociale media, waar traditionele media of burgers op elkaar reageren, en daarnaast door een zelfversterkend effect tussen beide groepen media, waar traditionele en sociale media op elkaar reageren. Alle mediagroepen maken binnen het nieuwsthema bovendien gebruik van hetzelfde dominante frame (Wien & Præstekær, 2009), waarbij het mogelijk is dat bij een nieuwe nieuwsgolf sprake is van een verandering van framegebruik waarbij de gebeurtenis in een nieuw perspectief wordt geplaatst.

Het derde criterium is dat er sprake is van nieuwsmakende activiteiten, wat inhoudt dat er nieuws wordt geconstrueerd rond het nieuwsthema (Vasterman, 2005). Dit betekent dat er zowel in traditionele als op sociale media interesse blijft voor het onderwerp, ook als er geen sprake is van nieuwe informatie. In traditionele media wordt nieuws rond het nieuwsthema geconstrueerd (Vasterman, 2005). Een nieuw element is dat gebruikers op sociale media actief op zoek gaan naar informatie, meedoen aan het delen van deze informatie en hierop reageren (Pang, 2013). Het informatievacuüm van burgers wordt op sociale media dus zowel aangevuld door traditionele media als door burgers. Informatie die op sociale media wordt gegeven door burgers kan weer nieuws worden in traditionele media. Dit betekent dat beide mediagroepen

ook elkaars informatievacuüm aanvullen, wat de wisselwerking impliceert. De hoeveelheid aandacht die hierdoor rondom een onderwerp wordt geconstrueerd, leidt tot een disproportionele hoeveelheid berichtgeving en de valse indruk dat gebeurtenissen zich opstapelen en problemen belangrijker worden (Vasterman, 2005).

Ten slotte leidt de berichtgeving tot een interactie tussen media en sociale actoren (Vasterman, 2005). Als gevolg van de aannames vanuit de media zorgt een mediahype voor betrokkenheid bij maatschappelijke actoren. In het eerste criterium is vastgesteld dat de berichtgeving onder meer het gevolg is van interactie tussen en onder traditionele media en burgers op sociale media. Er is dan ook een grotere rol weggelegd voor burgers die zich op sociale media uiten, maar ook voor andere actoren. De gebeurtenis leeft namelijk ook onder andere maatschappelijke actoren zoals politici en experts. Deze actoren voorzien media van nieuwe informatie, wat een aanleiding kan zijn om over het nieuwsthema te berichten. Een tweede nieuw element is dat actoren als gevolg van een bericht op sociale media als bron dienen. Een bron kan zich namelijk uiten op sociale media, waarmee aandacht kan worden verkregen in traditionele media omdat media op zoek gaan naar bronnen om hun frame te bevestigen. In andere woorden, bronnen hoeven niet meer vanzelfsprekend op zoek te gaan naar de media en bronnen kunnen op deze manier als *primary definer* via sociale media het nieuws en het framegebruik bepalen. Omdat actoren via sociale media altijd en overal op elkaar kunnen reageren, is er geen sprake van een vaste volgorde van brongebruik.

De duur van de mediahype is gelijk aan de anatomie van Wien & Præstekær (2009), wat betekent dat de mediahype drie weken duurt waarbij de eerste nieuwsgolf de grootste is. De mediahype heeft een minimum van twee en een maximum van drie golven met nieuwe perspectieven (Pang, 2013; Wien & Præstekær, 2009). Hierna verliest het thema nieuwswaarde en neemt de berichtgeving af, maar de aandacht keert na deze drie weken niet direct terug tot nul (Pang, 2013).

Omdat er vanaf hetzelfde moment in zowel traditionele als op sociale media veel aandacht is besteed aan de vermissing van Anne Faber, is het interessant om te onderzoeken of de berichtgeving voldoet aan deze vernieuwde criteria van een mediahype. Aan de hand hiervan zal blijken of de mediabrede aandacht rondom de vermissing kan worden aangemerkt als mediahype en wat de wisselwerking tussen de verschillende mediagroepen is geweest. De eerste deelvraag is dan ook als volgt:

RQ1: *In hoeverre kan de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber worden aangemerkt als mediahype waarbij sprake is van een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media?*

Rond deze eerste deelvraag worden drie deelvragen beantwoord die gerelateerd zijn aan de vernieuwde criteria en meer specificatie vereisen, namelijk de concepten framegebruik, nieuwsmakende activiteiten en brongebruik.

2.5 Framing

Om het nieuwsthema te bevestigen gaan media op zoek naar verhalen binnen een dominerend frame (Vasterman, 2005) en framing speelt dan ook een belangrijke rol in een mediahype. Door framing wordt betekenis gegeven aan een verhaal (Hallahan, 1999) doordat een bepaald aspect de overhand heeft in de berichtgeving (Entman, 1993). Door De Vreese (2005) wordt een onderscheid gemaakt tussen twee soorten frames: *issue-specific* en *generic* frames. Issue-specifieke frames zijn enkel van toepassing op bepaalde onderwerpen of gebeurtenissen. Generieke frames zijn niet beperkt tot een bepaald onderwerp of bepaalde gebeurtenis en kunnen hierdoor toepasselijk zijn op verschillende onderwerpen. Een veelgebruikte indeling van generieke frames is die van Semetko en Valkenburg (2000). Zij hebben een vijftal generieke frames geïdentificeerd: conflict, human interest, verantwoordelijkheid, economische gevolgen en moraliteit. Het human interestframe en verantwoordelijkheidsframe zijn belangrijk voor de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber.

Met het *human interestframe* wordt een gebeurtenis, kwestie of probleem gepersonaliseerd, gedramatiseerd of emotioneel gemaakt om de belangstelling van het publiek te wekken en vast te houden (Semetko & Valkenburg, 2000). Berichtgeving vanuit dit frame kan de publieke opinie beïnvloeden (Cho & Gower, 2006). Onderzoek van Uribe en Gunter (2007) laat zien dat berichten over criminaliteit in zowel kwaliteits- als populaire media het meest elementen van emotie bevatten en berichtgeving over het rechtssysteem op de derde plaats staat. Zij verklaren dit door te stellen dat journalisten onder druk staan om sensationeel nieuws te brengen, waarbij zij gedwongen zijn om te spelen met emoties van het publiek. Dit gebeurt bij berichtgeving over criminaliteit, met name in combinatie van seksueel geweld, door sympathie te tonen voor het slachtoffer (Hestermann, 2016). Bij enkele criminele gebeurtenissen kan dit zelfs zodanig zijn dat slachtoffers symbool komen te staan voor een bepaald thema of probleem, waardoor bij het publiek het idee wordt gewekt dat dit thema of probleem de gehele samenleving raakt (Greer, 2007).

Dit wordt door Innes (2003) *signal crimes* genoemd, waarmee hij doelt op criminele gebeurtenissen die niet alleen invloed hebben op directe actoren zoals het slachtoffer en de dader maar ook op een breder publiek. Als voorbeeld noemt hij een zevental moorden in Groot-Brittannië die extensieve media-aandacht kregen en alle zeven aanleiding waren voor een discussie over het Britse rechtssysteem. Als gevolg van extensieve aandacht in de media voor dergelijke zaken ontstaat een sociaal proces waarbij de criminele gebeurtenis angst veroorzaakt bij een breed publiek waarbij cognitieve invloed wordt uitgeoefend. Innes (2003) stelt dat dit onder meer gebeurt door emoties op te wekken door het slachtoffer te personaliseren. Onderzoek van Ott en Aoki (2002) laat zien dat dit het geval was bij media-aandacht rondom de moord op Matthew Shepard, die symbool kwam te staan voor geweld tegen de LTBG-gemeenschap. Het slachtoffer kwam in de berichtgeving centraal te staan, waarbij veel nadruk lag op elementen van human interest (Ott & Aoki, 2002). In andere woorden, als media gebruik maken van zogeheten *mediatized campaigns* in naam van het slachtoffer, en er dus sprake is van personalisering van het slachtoffer, worden meer emoties opgewekt en verkrijgt het thema of probleem meer publieke steun (Greer, 2007).

Aan de andere kant kan bij gebruik van het human interestframe ook de nadruk worden gelegd op de (mogelijke) dader (Greer, 2007). Vooral bij berichtgeving over seksueel geweld maken journalisten vaak gebruik van sensationele en stereotypische labels, in het bijzonder bij een mannelijke dader en vrouwelijk slachtoffer (Greer, 2003; 2007). Het nieuws is dan minder gericht op het informeren, maar heeft als doel om de lezer te choqueren (Greer, 2003). Journalisten maken bij dergelijke berichtgeving vaak gebruik van sensationele labels als ‘beest’, ‘monster’ of ‘duivel’, waardoor een onderscheid wordt gemaakt tussen deze daders en de ‘normale’ samenleving en het bestaande stereotype beeld over zedendelinquenten wordt bevestigd en versterkt (Greer, 2003). In andere woorden, het idee dat deze daders geen onderdeel uitmaken van de samenleving wordt versterkt door dramatisering, waarmee emoties of verontwaardiging wordt opgewekt bij het publiek. Dit laat zien dat gebruik van het human interestframe ten aanzien van een dader een andere lading kan hebben dan ten aanzien van het slachtoffer. Omdat een mediahype zorgt voor betrokkenheid bij het publiek (Vasterman, 2005), is het daarom essentieel om bij gebruik van het human interestframe in berichtgeving over criminaliteit onderscheid te maken tussen framegebruik ten aanzien van het slachtoffer en de dader, met name wanneer het gaat om seksueel geweld.

Bij het *verantwoordelijkheidsframe* wordt de verantwoordelijkheid van een gebeurtenis of probleem toegeschreven aan de overheid, een groep of individu (Semetko & Valkenburg, 2000). Dit kan zowel gaan over wie verantwoordelijk is voor het veroorzaken van een

gebeurtenis of probleem, maar ook wie verantwoordelijk is voor het oplossen van een bepaalde kwestie. In het onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000) naar framing van Europese politici was dit frame het meest voorkomend, waarbij de overheid door politici verantwoordelijk werd gehouden voor het oplossen van sociale problemen. Ook in berichtgeving over criminaliteit neemt het verantwoordelijkheidsframe een belangrijke plaats in. Media construeren verhalen rondom criminaliteit (Sacco, 1995) en een belangrijk element in deze constructie om tot een overtuigend verhaal te komen, is het toewijzen van verantwoordelijkheid of schuld (Greer, 2007). Op deze wijze zorgen media voor publieke bewustwording van een urgente kwestie en mogelijke oplossingen (Sacco, 1995), twee elementen die onderdeel uitmaken van het verantwoordelijkheidsframe van Semetko en Valkenburg (2000).

In berichtgeving over criminaliteit kan verantwoordelijkheid op meerdere niveaus worden toegewezen: gericht op de dader, op de samenleving als geheel of op instituties (Greer, 2007). Als verantwoordelijkheid of schuld wordt toegewezen aan instituties, gebeurt dit omdat er het idee heerst of omdat er bewijs is dat officiële (overheids)instanties hebben gefaald in hun taak om een onschuldig persoon te beschermen (Greer, 2007). Hierdoor zorgen media voor een sociale constructie van problemen rondom criminaliteit, waarbij het aantal mogelijke schuldigen en oplossingen worden beperkt (Sacco, 1995). Innes (2003) stelt dat slechts een klein aantal gebeurtenissen zodanige impact kunnen hebben dat een breed probleem wordt geschetst, waaronder voornamelijk moorden op een *good victim*: een (aantrekkelijke) vrouw uit de middenklasse of een kind. Media-aandacht over deze gebeurtenissen heeft invloed op het rechtssysteem, omdat angst wordt gegenereerd en dit een publiek en politiek debat stimuleert over een probleem in het rechtssysteem dat moet worden opgelost. In het onderzoek van Ott en Aoki (2002) naar de media-aandacht rond de moord op Matthew Shepard was er een herhaalde nadruk op de verantwoordelijkheid omdat de orde moest worden hersteld. Hierbij wordt de schuld dus breder getrokken dan enkel richting de dader en daardoor ontstaat een maatschappelijk debat. Daarom is het essentieel om bij berichtgeving waarin verantwoordelijkheid wordt toegewezen onderscheid te maken tussen actoren die verantwoordelijk worden gehouden. Dit is vooral belangrijk bij berichtgeving gedurende een mediahype omdat het hierbij gevormde probleem kan leiden tot maatschappelijke verontrusting en druk op de overheid (Vasterman, 2005). Media hebben tijdens een mediahype een cruciale rol in de steun of roep voor verandering.

Met het *conflictframe* wordt een conflict tussen individuen, groepen of instellingen benadrukt waardoor de interesse van het publiek wordt gewekt (Semetko & Valkenburg, 2000). Dit frame komt voornamelijk voor bij politieke berichtgeving (Vliegthart, Boomgaarden, &

Boumans, 2011). Journalisten kijken op een cynische wijze naar de politiek en politici voorzien hen van verhalen die hieraan voldoen, om op deze manier in de aandacht te komen. Deze verhalen gaan vaak over tegenstanders en zijn negatief van aard, waardoor dit een cynische spiraal vertoont waarin conflict tussen politici de boventoon voert (Wolfsfeld, 2014). Het conflictframe wordt dan ook voornamelijk geassocieerd met negatief nieuws (Vliegthart et al., 2011). Het conflictframe kan ook voorkomen bij berichtgeving over andere actoren dan politici. Dit was bijvoorbeeld het geval bij onderzoek van An en Gower (2009) naar berichtgeving over crises bij bedrijven. Berichtgeving vanuit het conflictframe richtte zich hierbij op conflicten tussen werknemers en vakbonden.

Twee van de kenmerken van het conflictframe zijn dat er wordt gekeken naar onenigheid tussen twee partijen en dat meerdere kanten van het probleem worden besproken (Semetko & Valkenburg, 2000). Bij een mediahype is van belang dat de sleutelgebeurtenis vatbaar is voor publiek debat (Wien & Præstekær, 2009), waardoor het niet ondenkbaar is dat een probleem meerdere kanten heeft. Echter, bij berichtgeving over criminaliteit zorgen media er met de sociale constructie van verhalen voor dat het aantal mogelijke schuldigen en oplossingen wordt beperkt (Sacco, 1995). Als dit gebeurt gedurende een mediahype, wordt dit versterkt omdat media op zoek gaan naar nieuws om dit te bevestigen (Vasterman, 2005). In andere woorden, er wordt door de media slechts één kant van het probleem geschetst. Daarom is van het conflictframe alleen het kenmerk van belang dat een individu, partij of instelling iets wordt verweten (Semetko & Valkenburg, 2000). Hierdoor staat gebruik van het conflictframe in de context van een mediahype en criminaliteit gelijk aan het verantwoordelijkheidsframe. Als een individu, partij of instelling iets wordt verweten, is dit namelijk hetzelfde als het verantwoordelijk houden van deze actoren voor een bepaald probleem.

Framegebruik neemt kortom een belangrijke plaats in gedurende een mediahype. De sleutelgebeurtenis kan vanuit verschillende interpretaties worden gezien en een bepaald perspectief kan gaan domineren als alle mediagroepen gebruik maken van hetzelfde dominante frame (Wien & Præstekær, 2009). Daarnaast is gesteld dat het mogelijk is dat er bij een nieuwe nieuwsgolf een nieuw frame optreedt omdat een nieuw perspectief kan gaan domineren. Omdat in berichtgeving over criminaliteit een ander perspectief ten slotte kan zorgen voor een andere lading, leidt dit tot de volgende deelvraag:

RQ2: *Welke frames domineren op welk moment in de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber?*

2.6 Nieuwsmakende activiteiten

De hoeveelheid berichtgeving bereikt een disproportionele hoeveelheid op het moment dat traditionele media zelf actief nieuws gaan construeren (Vasterman, 2005) en er op sociale media interesse blijft voor het onderwerp ondanks het ontbreken van nieuwe gebeurtenissen (Pang, 2013). Nieuws wat normaliter een lage nieuwswaarde heeft kan hierdoor groot nieuws worden. Daarom speelt het concept *nieuwsmakende activiteiten* een belangrijke rol bij de totstandkoming van een mediahype. Vasterman (2005) heeft een onderscheid gemaakt van de typen nieuws in een nieuwsgolf. Hij stelt dat er gedurende een mediahype sprake is van twee categorieën nieuws: gerelateerd aan het incident of aan het nieuwsthema. Beide categorieën omvatten twee subcategorieën. Het onderscheid hiertussen is weergegeven in tabel 2.1.

Tabel 2.1. Categorieën en subcategorieën in een nieuwsgolf (naar: Vasterman, 2005, p. 522)

<i>Incident gerelateerd nieuws</i>		<i>Thematisch gerelateerd nieuws</i>	
Sleutelgebeurtenis	Vergelijkbare incidenten	Media-gegenereerd	Bron-gegenereerd
- Actuele gebeurtenissen	- Geïsoleerd	- Opinie	- Actief op zoek naar de media
	- Vergeleken met sleutelgebeurtenis	- Achtergrondverhalen	- Reactie op uitspraken
		- Beperkte verwijzingen	

Nieuws wat gerelateerd is aan een incident heeft betrekking op daadwerkelijke gebeurtenissen (Vasterman, 2005). Nieuws kan gaan over actuele gebeurtenissen die te maken hebben met de sleutelgebeurtenis, maar ook over gebeurtenissen die vergelijkbaar zijn met de sleutelgebeurtenis. Er is sprake van een geïsoleerd incident als nieuws betrekking heeft op een vergelijkbare gebeurtenis, maar geen vergelijking wordt gemaakt met de sleutelgebeurtenis. Als nieuws gaat over vergelijkbare incidenten, is er vaker sprake van een vergelijking met de sleutelgebeurtenis en/of het nieuwsthema, dan van geïsoleerde incidenten (Vasterman, 2005).

Thematisch gerelateerd nieuws is geen feitelijk nieuws en gaat dus niet over daadwerkelijke gebeurtenissen. Binnen deze nieuwscategorie wordt een onderscheid gemaakt tussen nieuws wat is gecreëerd door media en door bronnen (Vasterman, 2005). Een voorbeeld van thematisch gerelateerd nieuws vanuit de media zijn achtergrondverhalen over het nieuwsthema. Nieuws kan ook het gevolg zijn van uitspraken van bronnen. Bronnen kunnen allereerst actief op zoek gaan naar de media maar ook reageren op media of andere bronnen. In het onderzoek van Vasterman (2005) waren media het meest verantwoordelijk voor thematisch gerelateerd nieuws en in het onderzoek van Ruigrok et al. (2009) was deze rol weggelegd voor bronnen.

Er is sprake van nieuwsmakende activiteiten als nieuws niet gaat over actuele feitelijke gebeurtenissen rond de sleutelgebeurtenis (Vasterman, 2005). Binnen een nieuwsgolf is er eerst sprake van incident gerelateerd nieuws, waarna thematisch gerelateerd nieuws snel dominant wordt (Vasterman, 2005). Omdat er niet kan worden gesproken van een mediahype als nieuws niet het gevolg is van nieuwsmakende activiteiten, leidt dit tot de volgende deelvraag:

***RQ3:** In hoeverre is er in de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber sprake van nieuwsmakende activiteiten?*

2.7 Bronnen

Als gevolg van de constructie van nieuws zorgen media voor de valse indruk dat gebeurtenissen zich opstapelen, waardoor het publiek betrokken raakt bij het nieuwsthema en zich gaat mengen in het debat (Vasterman, 2005). In een mediahype is dan ook een belangrijke rol weggelegd voor de interactie tussen media en bronnen. Immers, bronnen voorzien media van *follow-up* nieuws en de hoeveelheid berichtgeving neemt af als bronnen niet meer betrokken zijn bij het onderwerp (Vasterman, 2005).

De rol van bronnen is in het veranderende medialandschap anders dan tijdens het onderzoek van Vasterman (2005). Tegenwoordig volstaat het voor bronnen om aandacht te genereren door een bericht te plaatsen op sociale media. Op deze manier bereiken zij hun eigen volgers, maar kunnen zij ook traditionele media bereiken (Broersma & Graham, 2012). In andere woorden, bronnen hoeven niet meer per definitie actief op zoek te gaan naar traditionele media en andersom hoeven media niet meer actief op zoek naar bronnen omdat sociale media deel uitmaken van de vaste routine (Lecheler & Kruikemeier, 2015). Daarnaast kunnen bronnen zoals eerder is gesteld gedurende een mediahype *primary definer* worden waarmee zij de nieuwsagenda, het perspectief en daarmee de verdere toon van de discussie kunnen bepalen (Hall et al., 2013). Ruigrok et al. (2009) hebben laten zien dat bronnen zelfs in staat zijn om een mediahype te genereren. Vooral bij de constructie van problemen rond criminaliteit is een belangrijke rol weggelegd voor bronnen (Sacco, 1995).

Omdat in de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber veel bronnen in verschillende media het woord kregen en het onderwerp veel losmaakte op sociale media, is het daarom interessant om de rol van bronnen te bestuderen. Dit leidt tot de vierde deelvraag:

***RQ4:** In hoeverre werd de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber gedreven door bronnen en welke bronnen waren hierbij dominant?*

3. Methode

In dit hoofdstuk wordt allereerst de dataverzameling toegelicht. Vervolgens zal een bespreking volgen van de methode die in dit onderzoek wordt toegepast, waarbij zowel de voor- als nadelen worden benoemd. Daarna volgt de operationalisering, waar zal worden toegelicht hoe de concepten zullen worden gemeten. Hier zal ook aandacht worden besteed aan de betrouwbaarheid van het onderzoek.

3.1 Dataverzameling

In dit onderzoek wordt berichtgeving geanalyseerd uit Nederlandse online en offline media in de periode 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018. De dataset begint op 29 september 2017 omdat dit de dag is waarop Anne Faber vermist raakte. De dataset loopt tot en met 31 januari 2018 omdat er in deze periode terugkerend aandacht werd besteed aan Anne Faber. Daarnaast is in januari de rechtszaak tegen Michael P. met een pro-formazitting van start gegaan en is de verdachte in deze maand begonnen aan een persoonlijkheidsonderzoek.

Omdat het noodzakelijk is om de totaliteit aan media te onderzoeken bevat de dataset berichtgeving van landelijke kranten, regionale kranten, online nieuwsmedia, televisie, radio en berichten op Facebook en Twitter. Deze media worden onderverdeeld in zes groepen. In bijlage A is een gegroepeerd overzicht te vinden van de media die zijn geanalyseerd. Artikelen van landelijke en regionale kranten zijn verzameld via *LexisNexis*, berichten van online nieuwsmedia en op sociale media via *Coosto* en transcripties van televisie en radio zijn verkregen via *Media Distillery/Buzzcapture*.

Met *Coosto* kan data van nieuwswebsites en sociale media worden doorzocht, verzameld en geanalyseerd (<https://www.coosto.com>). Dit gebeurt met behulp van zoektermen, op een vergelijkbare manier als via *LexisNexis*. De data in *Coosto* is direct van de oorspronkelijke platformen afkomstig, waardoor het geen verschil uitmaakt of de data via *Coosto* of de oorspronkelijke bron wordt benaderd. Als gebruik wordt gemaakt van de juiste zoekterm, wat later zal worden besproken, maakt dit een dataverzameling via *Coosto* betrouwbaar.

Media Distillery is gespecialiseerd in het verzamelen van transcripties van audio en video (<https://www.mediadistillery.com>). Deze transcripties kunnen met zoektermen kunnen worden geanalyseerd. Doordat bij het verzamelen van de transcripties gebruik wordt gemaakt van een combinatie van verschillende technieken, zoals bijvoorbeeld spraak- en ondertitelingherkenning, resulteert dit in betrouwbare transcripties (Adformatie, 2014).

Bij het verzamelen van data is de zoekterm “anne faber” OR “michael p” OR #annefaber OR #michaelp toegepast. De dataverzameling omvat in totaal 164.373 artikelen, die zijn verdeeld over zes mediagroepen. Een overzicht van de dataverzameling is te vinden in tabel 3.1.

Tabel 3.1. Hoeveelheid berichtgeving van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018

Medium	Aantal
Landelijke kranten	304
Regionale kranten	1.739
Websites	3.497
Televisie en radio	424
Facebook	6.955
Twitter	151.454
Totaal	164.373

Bij automatische inhoudsanalyse wordt alle data geanalyseerd en bij handmatige inhoudsanalyse wordt een steekproef van minimaal 240 artikelen per mediagroep op artikel- of zinsniveau geanalyseerd. De steekproef varieert van 240 (landelijke kranten) tot 308 (Twitter). De steekproef is per mediagroep op een willekeurige manier getrokken met behulp van *AmCAT*, de *Amsterdam Content Analysis Toolkit* (Van Atteveldt, 2008). Op deze manier bevat iedere steekproef op een evenredige manier voldoende artikelen over de gehele periode waarbij rekening wordt gehouden met de toe- en afname in aandacht.

3.2 Methode

In dit onderzoek wordt een kwantitatieve inhoudsanalyse uitgevoerd. Dit is “a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the contexts of their use” (Krippendorff, 2013, p. 24). Deze methode is geschikt voor dit onderzoek omdat hiermee een grote hoeveelheid berichtgeving kan worden geanalyseerd. Kwantitatieve inhoudsanalyse kan zowel automatisch als handmatig worden uitgevoerd.

Bij een automatische inhoudsanalyse kan door het opstellen van zoektermen op snelle wijze een grote hoeveelheid artikelen worden geanalyseerd. Een nadeel van deze methode is dat hiermee enkel manifeste betekenissen uit een tekst kunnen worden gehaald (Van Atteveldt, Ruigrok, Takens, & Jacobi, 2014). De kwaliteit van de automatische inhoudsanalyse is afhankelijk van de gebruikte zoektermen. Deze moeten dan ook betrouwbaar zijn. De betrouwbaarheid wordt berekend aan de hand van *precision* en *recall*. *Precision* laat zien of de

gevonden zoekresultaten terecht zijn herkend en aan de hand van *recall* blijkt of alle resultaten daadwerkelijk zijn gevonden (Van Atteveldt et al., 2014).

In dit onderzoek is de dataset verzameld met behulp van automatische inhoudsanalyse, waarbij de zoekterm “*anne faber*” OR “*michael p*” OR #*annefaber* OR #*michaelp* is gebruikt. Er is voor deze zoekterm gekozen omdat berichtgeving in de context van de vermissing altijd betrekking heeft op Anne Faber, het slachtoffer, of Michael P., de verdachte. Ook de bredere nieuwsconcepten worden met deze zoekterm gevonden, omdat het van belang is dat deze in relatie staan tot de vermissing en daarmee tot Anne Faber of Michael P. Daarom is het in dit onderzoek niet noodzakelijk om een *precision* en *recall* te berekenen.

Handmatige inhoudsanalyse heeft als voordeel dat door middel van een codeerinstructie met vragen ook latente betekenissen uit een tekst kunnen worden gehaald. Daarom zorgt deze analyse voor een hogere validiteit dan automatische inhoudsanalyse omdat mensen concepten kunnen herkennen wat niet kan gebeuren door computers (Van Atteveldt et al., 2014). Hierdoor is deze methode geschikt bijvoorbeeld voor het achterhalen van frames. Deze methode heeft als nadeel dat enkel een steekproef wordt geanalyseerd en niet de gehele dataset. Daarom moet ervoor worden gezorgd dat de steekproef representatief is voor de gehele dataset.

Daarnaast ligt de kans op onbetrouwbaarheid bij handmatige inhoudsanalyse hoger dan wanneer gebruik wordt gemaakt van automatische inhoudsanalyse (Van Atteveldt et al., 2014). Dit komt omdat er gebruik wordt gemaakt van codeurs, die door veel factoren op een andere manier naar een tekst kunnen kijken. De betrouwbaarheid van deze analyse wordt daarom gewaarborgd door een codeerinstructie op te stellen en een intercodeurbetrouwbaarheid te berekenen. Deze wordt berekend door twee codeurs onafhankelijk van elkaar een willekeurige steekproef van 30 artikelen te laten coderen. De intercodeurbetrouwbaarheid wordt berekend door middel van een Cohen’s kappa, die redelijk is vanaf een waarde van .60 en zeer goed vanaf een waarde van .80.

3.3 Operationalisering

Alle analyses die worden omschreven, worden uitgevoerd met behulp van *R* en *RStudio*. De analyses zullen gebeuren door middel van een combinatie van automatische en handmatige inhoudsanalyse. Om de eerste deelvraag te beantwoorden, wordt ieder opgesteld criterium getoetst. De overige drie deelvragen dienen ertoe om de eerste deelvraag te beantwoorden en worden beantwoord bij het bijbehorende criterium.

3.3.1 Verloop van de berichtgeving

Om het verloop van de berichtgeving te meten wordt allereerst gekeken hoeveel relatieve aandacht er is besteed aan de vermissing van Anne Faber en op welke momenten dit is geweest. Aan de hand van de nieuwsgolven die hieruit komen wordt de berichtgeving opgedeeld in verschillende perioden, waarbij elke periode staat voor een grote piek in aandacht. Door de berichtgeving op te delen in deze perioden wordt bepaald op welk moment de grootste hoeveelheid aandacht in de media begint en ten einde komt. Op basis hiervan kan worden gesteld of de vermissing van Anne Faber kan worden aangemerkt als sleutelgebeurtenis. Vervolgens zal met behulp van correlaties worden gekeken of de hoeveelheid berichtgeving op dezelfde momenten stijgt en daalt. Op deze manier wordt vastgesteld in hoeverre de mediagroepen in hun berichtgeving op elkaar lijken.

3.3.2 Nieuwsthema

Daarna zal worden onderzocht welke nieuwsthema's te vinden zijn in de verschillende mediagroepen, oftewel in welk breder concept de vermissing van Anne Faber wordt geplaatst. De analyse van het nieuwsthema zal gebeuren door middel van handmatige inhoudsanalyse. Er is een codeerinstructie opgesteld (zie bijlage B) waarbij voor de omschreven steekproef op artikelniveau de vraag is beantwoord onder welk nieuwsthema een bericht valt. Er is een onderscheid gemaakt tussen vier nieuwsthema's, die in tabel 3.2 worden toegelicht. Er is sprake van een breder nieuwsthema als de vermissing in een breder perspectief en concept wordt geplaatst (Vasterman, 2005). In de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber is er sprake van een breder nieuwsthema als het nieuws niet enkel gaat over de vermissing, maar over het Nederlandse rechtssysteem of de kliniek Den Dolder. Ieder bericht bevat één nieuwsthema. De Cohen's kappa van het nieuwsthema is met .918 zeer goed.

Tabel 3.2. Omschrijving van de nieuwsthema's

Thema	Uitleg
Vermissing van Anne Faber	Berichtgeving die in de context wordt geplaatst van de vermissing van Anne Faber.
Nederlandse rechtssysteem	Berichtgeving die in de context wordt geplaatst van het Nederlandse rechtssysteem.
Kliniek Den Dolder	Berichtgeving die in de context wordt geplaatst van de kliniek Den Dolder.
Ander thema	Berichtgeving die in een andere context wordt geplaatst dan de bovengenoemde thema's.

Er zal worden gekeken op welke momenten er sprake is van welke nieuwsthema's en of de verschillende mediagroepen op dezelfde momenten berichten vanuit hetzelfde nieuwsthema. Hierdoor zal blijken of de mediabrede aandacht gericht is op hetzelfde nieuwsthema.

3.3.3 Framegebruik

Vervolgens zal worden onderzocht of de verschillende mediagroepen berichten vanuit hetzelfde frame en welke frames op welk moment domineren in de berichtgeving. De analyse van het framegebruik gebeurt door middel van een handmatige inhoudsanalyse. Er is een codeerinstructie opgesteld (zie bijlage B), waar voor de steekproef voor het human interestframe en verantwoordelijkheidsframe op artikelniveau vijf vragen zijn beantwoord die zijn gebaseerd op de vragen van Semetko & Valkenburg (2000). De vragen zijn met 'ja' of 'nee' beantwoord. Omdat er wordt gekeken naar de dominantie van frames, wordt aan de hand hiervan onderzocht in welke mate een frame voorkomt. Om deze reden is voor iedere vraag een Cohen's kappa berekend. De gemiddelde Cohen's kappa van het human interestframe is met .787 goed. Hetzelfde geldt voor de Cohen's kappa van het verantwoordelijkheidsframe (.799). De individuele Cohen's kappa per vraag is te vinden in bijlage C. Het is mogelijk dat een artikelen meerdere frames bevat. Bij allebei de frames wordt bovendien een onderscheid gemaakt tussen een alomvattend frame en twee subframes. Het human interestframe wordt gemeten aan de hand van de volgende vragen:

1. Is de focus van het artikel gericht op Anne Faber?
2. Is de focus van het artikel gericht op Michael P.?
3. Gebruikt het artikel bijvoeglijke naamwoorden of persoonlijke kenmerken die zorgen voor gevoelens van verontwaardiging, empathie, sympathie of medeleven?
4. Wordt in het artikel de nadruk gelegd hoe mensen door de vermissing worden geraakt?
5. Gaat het artikel in op het privéleven of persoonlijke omstandigheden van de actoren?

Er wordt bij de analyse een onderscheid gemaakt tussen een alomvattend human interestframe en twee subframes. Er is sprake van een subframe als er sprake is van een focus gericht op het slachtoffer of de dader, de eerste twee vragen, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen Anne Faber en Michael P. Bij het alomvattend human interestframe wordt niet gekeken naar dit onderscheid en daarom worden de eerste en tweede vraag hierbij samengevoegd tot één vraag. Als één van de eerste twee vragen met 'ja' is beantwoord, tellen beide vragen daarom samen één keer mee voor het alomvattend frame. Hierdoor is de laagst mogelijke mate 0 en de

hoogst mogelijke mate 4. De subframes hebben dezelfde mate als het alomvattende frame als de bijbehorende vraag van het perspectief met ‘ja’ is beantwoord. De mate van het subframe is 0 als de bijbehorende vraag met ‘nee’ is beantwoord. Het is mogelijk dat er binnen een artikel sprake is van een alomvattend human interestframe, maar niet van subframes. Het is niet mogelijk dat één artikel beide subframes bevat.

Ook bij het verantwoordelijkheidsframe wordt een onderscheid gemaakt tussen een alomvattend frame en twee subframes. Dit frame wordt gemeten aan de hand van de volgende vragen:

1. Suggereert het artikel dat het rechtssysteem de mogelijkheid heeft om het probleem te verlichten?
2. Suggereert het artikel dat het rechtssysteem verantwoordelijk is voor het probleem?
3. Suggereert het artikel dat de kliniek Den Dolder of Michael P. en niet het rechtssysteem verantwoordelijk is voor het probleem?
4. Stelt het artikel oplossingen voor het probleem voor?
5. Suggereert het artikel dat het probleem dringende actie vereist?

Er is sprake van een subframe als iemand verantwoordelijk wordt gehouden voor het probleem, de tweede en derde vraag, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen het rechtssysteem en de kliniek Den Dolder of Michael P. Bij het alomvattende verantwoordelijkheidsframe wordt niet gekeken naar dit onderscheid en daarom worden de tweede en derde vraag hierbij samengevoegd tot één vraag. Als één van deze vragen met ‘ja’ is beantwoord, tellen beide vragen één keer mee voor het alomvattende frame. Hierdoor is de laagst mogelijke mate, evenals bij het human interestframe, 0 en de hoogst mogelijke mate 4. De subframes hebben dezelfde mate als het alomvattende frame als de bijbehorende vraag van het perspectief met ‘ja’ is beantwoord. De mate van het subframe is 0 als de bijbehorende vraag met ‘nee’ is beantwoord. Het is mogelijk dat één artikel zowel het alomvattende frame als beide subframes bevat.

Om te analyseren of er sprake is van een verschuiving in framegebruik, wordt bepaald welke frames op welk moment domineren. Een frame domineert als er in een bepaalde periode sprake is van een significant verschil in de mate van framegebruik. Daarnaast wordt met behulp van correlaties onderzocht of alle mediagroepen op dezelfde momenten gebruik maken van dezelfde frames. Er zal ook worden gekeken of binnen een nieuwsthema sprake is van een

dominant frame en of dit bij alle mediagroepen hetzelfde is. Aan de hand van deze analyses kan de tweede deelvraag over het framegebruik worden beantwoord.

3.3.4 Nieuwsmakende activiteiten

Om te meten in hoeverre er sprake is van nieuwsmakende activiteiten, wat gebeurt met handmatige inhoudsanalyse, wordt gekeken op welke momenten door traditionele media nieuws wordt geconstrueerd rond het nieuwsthema. Er is naar het concept van Vasterman (2005) sprake van nieuwsmakende activiteiten bij incident gerelateerd nieuws wat niet gaat over een feitelijke gebeurtenis en bij thematisch gerelateerd nieuws. Dit wordt bepaald met behulp van de hiervoor omschreven coderingen van het nieuwsthema en de frames.

Er is sprake van thematisch gerelateerd nieuws als een bericht betrekking heeft op de thema's *Nederlandse rechtssysteem* of *kliniek Den Dolder*. Deze twee nieuwsthema's zijn namelijk bredere concepten naar aanleiding van de vermissing van Anne Faber en zouden zonder de vermissing geen nieuwswaarde hebben. Dit betekent niet dat er geen sprake is van nieuwsmakende activiteiten het nieuws valt onder het thema *vermissing*. Als nieuws onder dit thema ingaat op het privéleven of persoonlijke omstandigheden van deze actoren, de vijfde vraag van het *human interestframe*, is er sprake van incident gerelateerd nieuws wat niet gaat over een feitelijke gebeurtenis.

Er zal worden onderzocht in hoeverre en op welke momenten er gedurende een nieuwsgolf sprake is van nieuwsmakende activiteiten. Aan de hand hiervan kan de derde deelvraag over nieuwsmakende activiteiten worden beantwoord en zal blijken of en wanneer er sprake is van een niet-proportionele hoeveelheid aandacht rond de vermissing van Anne Faber.

3.3.5 Brongebruik

Om te onderzoeken of er in de berichtgeving sprake is van een interactie tussen media en sociale actoren, wordt het brongebruik geanalyseerd. De analyse van het brongebruik gebeurt door middel van handmatige inhoudsanalyse. Er is een codeerinstructie opgesteld (zie bijlage B) waarbij voor de steekproef op zinsniveau is gecodeerd welke bronnen voorkomen in kranten, op websites, televisie en radio. Er is een onderscheid gemaakt tussen zeven groepen bronnen, die in tabel 3.3 worden toegelicht. Het is mogelijk dat meerdere bronnen worden genoemd in een artikel, maar ook dat er geen bron wordt genoemd. Een individuele bron wordt slechts één keer gecodeerd. Er is sprake van brongebruik als een actor wordt geciteerd of geparafraseerd en als er geen bron wordt genoemd, is het artikel afkomstig van het medium zelf en wordt niets

gecodeerd (Ruigrok et al., 2009). De gemiddelde Cohen's kappa van de bronnen is met .909 uitstekend. De Cohen's kappa per groep bron is te vinden in bijlage C.

Tabel 3.3. Omschrijving van de groepen bronnen

Bron	Uitleg
Politici	Uitspraken van zittende politici op elk niveau van de overheid (landelijk, provinciaal of gemeente), burgemeesters, kandidaten, ex-kandidaten of ex-politici (Cross, 2010).
Politie	Uitspraken van politieagenten, personen uit het leger of woordvoerders van de politie of het leger.
Experts	Uitspraken van personen die door de media worden aangemerkt als deskundige: iemand die wordt gebruikt als gevolg van een institutie waarbij hij of zij is aangesloten, bijvoorbeeld een universiteit, of op basis van ervaring, zoals rechters (Cross, 2010).
Betrokkenen	Uitspraken van verwanten en andere betrokkenen bij de vermissing: familie, collega's en vrienden van Anne Faber of Michael P.
Burgers	Uitspraken van personen die niet onder de bovengenoemde vier groepen vallen en voor rekening van burgers komen: uitspraken van 'mensen op straat' (Cross, 2010; Ruigrok et al., 2009).
Andere media	Uitspraken waarbij expliciet wordt verwezen naar andere media dan het medium dat het artikel heeft geschreven.
Andere bron	Uitspraken waarvan duidelijk is dat deze afkomstig zijn van een bron en dus niet van het medium zelf, maar die niet vallen onder bovengenoemde bronnen.

Om te bepalen in hoeverre de berichtgeving werd gedreven door bronnen, wordt gekeken hoeveel artikelen minimaal één bron bevatten. Daarna wordt gekeken welke bronnen op welk moment aan bod komen in de berichtgeving en welke bronnen hierbij dominant zijn. Er zal met behulp van correlaties ook worden gekeken in hoeverre bronnen invloed hebben gehad op het framegebruik, om op deze wijze te bepalen of bronnen kunnen worden aangemerkt als *primary definer* van het nieuws. Aan de hand van deze resultaten kan de deelvraag over het brongebruik worden beantwoord.

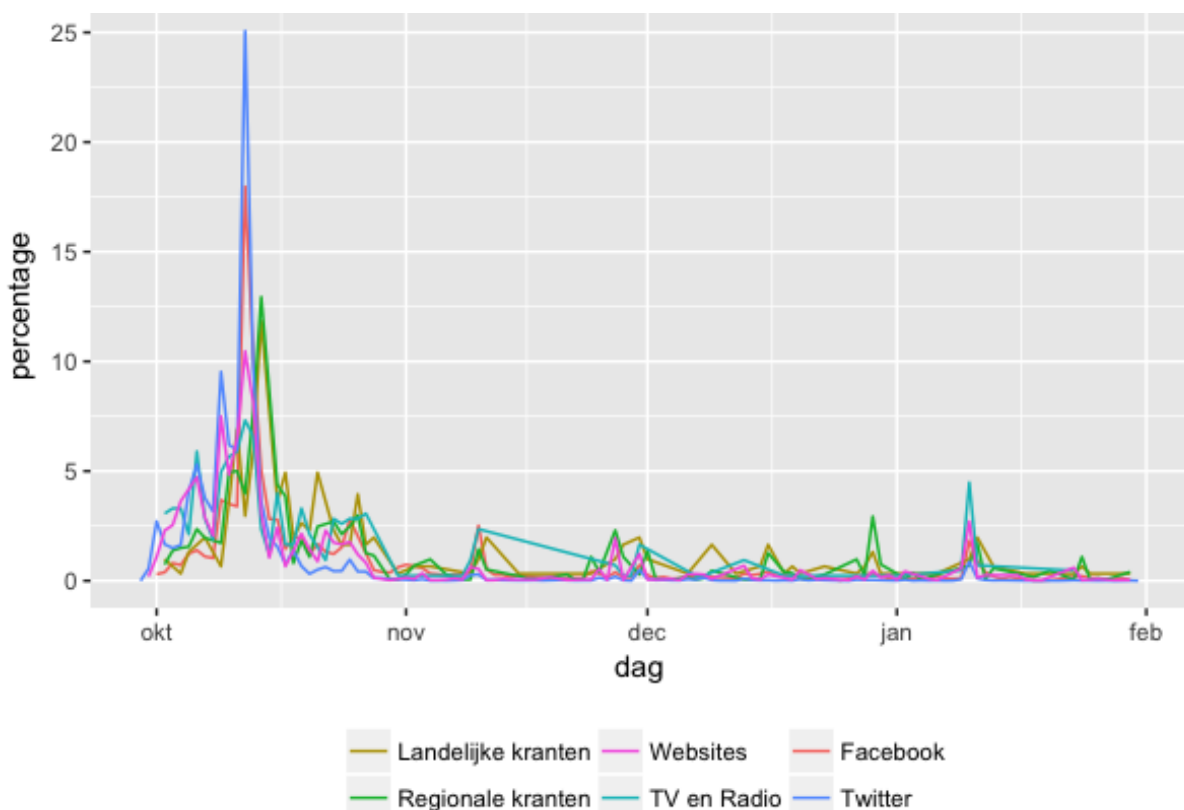
Met deze analyses en beantwoording van de laatste drie deelvragen worden alle omschreven criteria beantwoord. Daarom zal vervolgens de eerste deelvraag worden beantwoord om te bepalen in hoeverre de vermissing van Anne Faber kan worden aangemerkt als mediahype, waarbij rekening wordt gehouden met de nieuw opgestelde criteria.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek besproken. De analyses worden per opgesteld criterium van de vernieuwde mediahype behandeld. De deelvragen over het framegebruik, nieuwsmakende activiteiten en brongebruik worden bij het bijbehorende criterium besproken en beantwoord. Aan het einde van het hoofdstuk worden de resultaten van de vier criteria samengevoegd om de eerste deelvraag over de mediahype te beantwoorden.

4.1 Verloop van de berichtgeving

Het eerste vereiste van een mediahype is dat er sprake is van een sleutelgebeurtenis die dient als *trigger* om over deze gebeurtenis te berichten. Om dit vast te stellen is gekeken naar het verloop van de berichtgeving ($N = 164373$) om aan de hand van de pieken de nieuwsgolven te bepalen. Figuur 4.1 geeft het percentage berichten rond de vermissing van Anne Faber weer in de periode 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018, waarbij onderscheid is gemaakt per mediagroep. Het percentage laat per mediagroep de hoeveelheid berichten per dag zien, uitgedrukt in percentages van de totale hoeveelheid van die mediagroep.



Figuur 4.1. Percentage berichten per dag per mediagroep ($N = 164373$)

Vanaf 30 september 2017, de dag na de vermissing van Anne Faber, is er in alle mediagroepen een stijging in aandacht. De figuur laat een grote piek in de berichtgeving zien op 12 oktober 2017, dit is de vierde piek en de dag dat haar lichaam is gevonden. Deze dag bevat bijna een kwart van alle berichten. Het overgrote deel van de berichten (94.3%) komt uit de periode 29 september tot en met 6 november 2017, waarna de berichtgeving vrijwel terugkeert tot het nulpunt. De extreme hoeveelheid aandacht voor de vermissing van Anne Faber begint daarom op 29 september 2017 en meer dan vijf weken later, op 6 november 2017, komt dit tot een einde. Tot en met 31 januari 2018 keert de vermissing op verschillende momenten terug in traditionele media en keert de aandacht op sociale media op geen enkele dag terug tot nul.

Daarmee verschilt de mediahype met de anatomie van Wien & Præstekær (2009), want de eerste nieuwsgolf is niet de grootste en de mediahype duurt langer dan drie weken. Het aantal nieuwsgolven is ook niet in lijn met de theorieën van Pang (2013) en Wien & Præstekær (2009), omdat er in totaal zes nieuwsgolven zijn voordat de hoeveelheid berichtgeving vrijwel het nulpunt bereikt. Wel voldoet de berichtgeving aan het vereiste van Pang (2013) dat de aandacht in eerste instantie niet terugkeert tot nul.

Op basis van de pieken die zichtbaar zijn in de berichtgeving en de gebeurtenissen rond de vermissing, wordt de berichtgeving ingedeeld in vier perioden (tabel 4.1). De nieuwsgolven gedurende de extreme hoeveelheid berichtgeving worden verdeeld in drie perioden, die aanvangen bij een nieuwe gebeurtenis en een mogelijk nieuw perspectief.

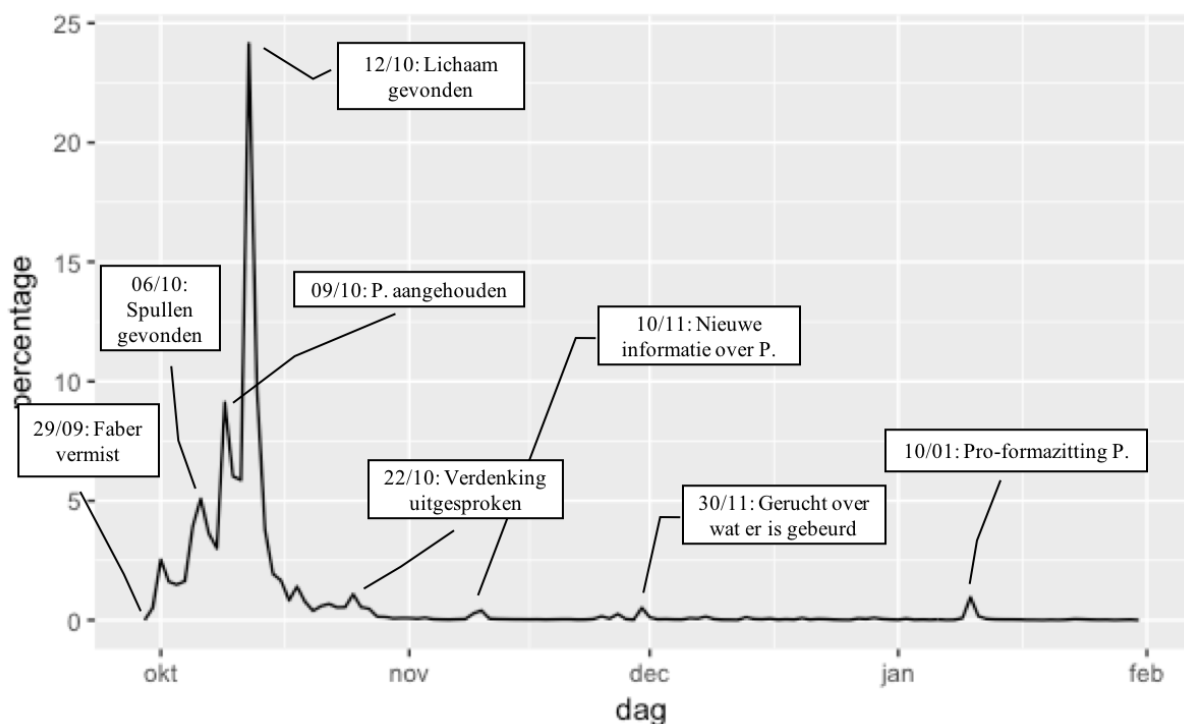
Tabel 4.1. Perioden in de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber (N=164373)

Periode		N	% van totaal
Vermissing	29-09-2017 t/m 08-10-2017	38555	23.5
Verdachte	09-10-2017 t/m 11-10-2017	34557	21.0
Vondst	12-10-2017 t/m 06-11-2017	81999	49.9
Nasleep	07-11-2017 t/m 31-01-2018	9262	5.6

Figuur 4.2 geeft het totale percentage berichten van alle mediagroepen bij elkaar weer. De periode waarin de vermissing centraal staat omvat de eerste twee nieuwsgolven en begint op de dag dat Anne Faber vermist raakt. In deze periode vindt de zoektocht plaats, worden er spullen van haar gevonden en is er nog geen verdachte in beeld. De periode waarin de verdachte centraal staat begint op de dag dat Michael P. is aangehouden en omvat de derde nieuwsgolf met berichtgeving gedurende de zoektocht nadat er een verdachte in beeld is. De periode waarin de vondst van het lichaam van Anne Faber centraal staat begint op de dag dat haar lichaam is gevonden en omvat allereerst de vierde en grootste nieuwsgolf. Daarna volgen een kleine vijfde

en zesde nieuwsgolf waarna de berichtgeving vrijwel het nulpunt bereikt. Tijdens de laatste nieuwsgolf is door het Openbaar Ministerie de verdenking van Michael P. uitgesproken.

De periode van de nasleep betreft alle berichtgeving nadat de extreme hoeveelheid aandacht ten einde is en omvat vier kleinere nieuwsgolven. In deze periode wordt bekend dat Michael P. zal gaan meewerken aan een persoonlijkheidsonderzoek en dat er een onderzoek wordt uitgevoerd naar het Nederlandse rechtssysteem en de kliniek Den Dolder. Daarnaast worden in deze periode geruchten verspreid over Michael P. in de kliniek en wat er zou zijn gebeurd op de avond van de vermissing. Ten slotte bevat deze periode eindejaarsoverzichten waarin wordt teruggeblikt op de vermissing en de eerste pro-formazitting van Michael P.



Figuur 4.2. Percentage berichten per dag van alle mediagroepen bij elkaar ($N = 164373$)

Kortom, de vermissing van Anne Faber op 29 september 2017 is de sleutelgebeurtenis voor de daaropvolgende berichtgeving. De extreme hoeveelheid berichtgeving duurt tot en met 6 november 2017 en bevat zes nieuwsgolven die, op basis van de gebeurtenissen die hebben plaatsgevonden, kunnen worden onderverdeeld in drie periodes.

4.2 Mediabrede aandacht

Het tweede criterium van een mediahype is dat er sprake is van mediabrede aandacht voor hetzelfde nieuwsthema, waarbij de nieuwsgolven van alle media eenzelfde beweging laten zien.

Er zal allereerst worden gekeken of er sprake is van een mediabrede aandacht in de hoeveelheid berichtgeving, waarna zal worden overwogen of de verschillende mediagroepen berichten vanuit hetzelfde nieuwsthema. Vervolgens wordt besproken of hierbij gebruik wordt gemaakt van hetzelfde dominante frame en of er sprake is van een verandering in framegebruik.

4.2.1 Mediabrede nieuwsgolven

In figuur 4.1 is te zien dat de nieuwsgolven van de relatieve hoeveelheid berichtgeving van de verschillende mediagroepen eenzelfde golfbeweging vertonen. Om te bepalen of de hoeveelheid aandacht mediabreed is, zijn Pearson correlatietesten uitgevoerd tussen de absolute hoeveelheid berichtgeving in de verschillende mediagroepen. Hierbij is de hoeveelheid berichtgeving in landelijke en regionale kranten vergeleken met de hoeveelheid berichtgeving van een dag eerder in andere mediagroepen. In tegenstelling tot de andere mediagroepen bevinden kranten zich namelijk niet in de 24-uurs-nieuwscyclus, waardoor zij pas een dag later kunnen berichten over gebeurtenissen. Bij de hoeveelheid aandacht tussen kranten onderling en tussen de andere mediagroepen wordt gekeken naar de aantallen op dezelfde dag. De uitkomsten van de correlatietesten zijn weergegeven in tabel 4.2.

Tabel 4.2. Verband tussen de absolute hoeveelheid berichtgeving van de mediagroepen per dag ($N = 164373$)

	Landelijk	Regionaal	Websites	TV/Radio	Facebook	Twitter
Landelijk	-					
Regionaal	.93***	-				
Websites	.75***	.83***	-			
TV/Radio	.71***	.76***	.92***	-		
Facebook	.73***	.78***	.83***	.74***	-	
Twitter	.63***	.73***	.89***	.74***	.92***	-

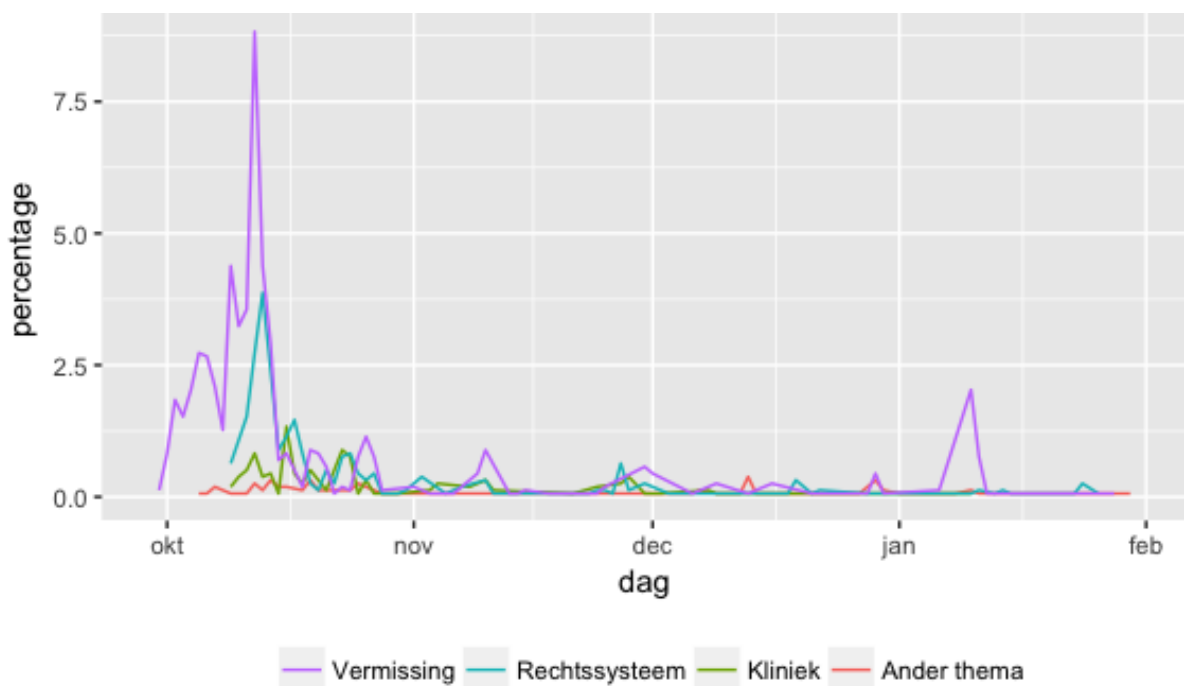
* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

De tabel laat zien dat er een sterk significant en positief verband bestaat tussen de hoeveelheid berichtgeving in alle mediagroepen. De correlatie verschilt van $r = .63$ (landelijke kranten vergeleken met Twitter) tot $r = .93$ (landelijke kranten vergeleken met regionale kranten). De lagere correlatie tussen kranten en de andere mediagroepen wordt verklaard door het soort medium. Kranten lopen in berichtgeving over feitelijke gebeurtenissen altijd minimaal één dag achter, waardoor sommige gebeurtenissen geen nieuwswaarde meer hebben. De andere mediagroepen bevinden zich in de 24-uurs-nieuwscyclus en kunnen de gehele dag door

berichten en op elkaar reageren. Desalniettemin is er sprake van mediabrede aandacht voor de vermissing van Anne Faber.

4.2.2 Nieuwsthema

Als onderdeel van het tweede criterium is het van belang dat de mediabrede aandacht betrekking heeft op hetzelfde nieuwsthema. De berichtgeving kan betrekking hebben op drie verschillende thema's: enkel de vermissing, het Nederlandse rechtssysteem of de kliniek Den Dolder.



Figuur 4.3. Percentage van het totaal aantal berichten naar nieuwsthema ($N = 1575$)

Figuur 4.3 geeft het percentage artikelen per thema per dag weer, uitgedrukt in het totaal van alle gecodeerde berichtgeving, een steekproef van 1.0% van het totaal aantal artikelen rond de vermissing van Anne Faber ($N = 1585$). Meer dan de helft van de berichten (58.2%) heeft enkel of voornamelijk betrekking op de vermissing van Anne Faber. 25.3% van de berichten bevat het bredere concept wat gaat over het rechtssysteem en 10.7% heeft betrekking op de kliniek Den Dolder. Een klein deel van de berichten (5.9%) heeft betrekking op een ander thema, zoals de vermissing van een ander persoon.

In de periode van de zoektocht naar Anne Faber ($N = 496$), de eerste twee periodes, is het overgrote deel van de berichten geschreven vanuit het thema vermissing (84.0%). Weinig berichten gaan over een breder concept, vooral omdat de nieuwsthema's over het rechtssysteem en de kliniek pas opduiken vanaf 9 oktober 2017, de dag dat Michael P. wordt aangehouden.

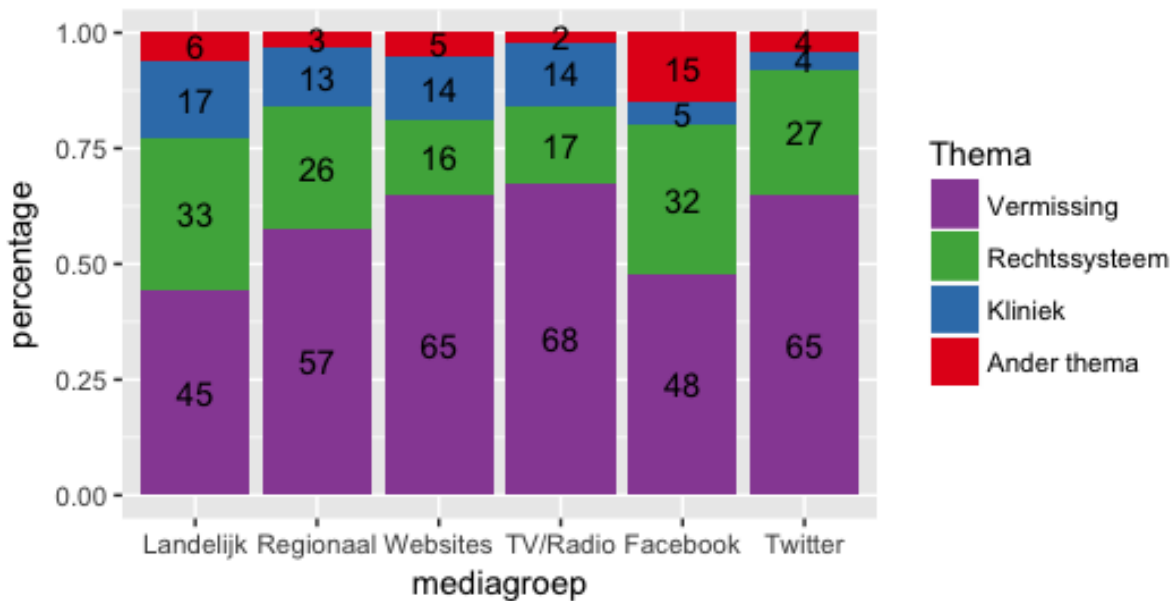
De aanhouding kan daarom worden aangemerkt als *trigger* om te berichten vanuit een ander thema. Desondanks blijft het overgrote deel van de media-aandacht tot de dag van de vondst van haar lichaam gericht op de vermissing. De vermissing van Anne Faber leeft onder het publiek, waardoor zij willen weten wat er aan de hand is, en de media reageren hierop door het informatievacuüm van het publiek aan te vullen (Pang, 2013).

Het percentage berichten dat enkel betrekking heeft op de vermissing bereikt het hoogtepunt op 12 oktober 2017, de dag dat het lichaam van Anne Faber wordt gevonden. Vervolgens is het thema vermissing niet meer dominant en komt er meer ruimte voor een breder concept, voornamelijk het rechtssysteem. Totdat de berichtgeving vrijwel het nulpunt bereikt, wisselen de drie thema's elkaar af en is er geen sprake van een thema dat gedurende langere tijd domineert. Opvallend is dat er pas weer sprake is van een piek in de berichtgeving vanuit het thema vermissing bij nieuwe informatie over Anne Faber of Michael P. Dit is bijvoorbeeld het geval op 22 oktober 2017 als de verdenking van Michael P. wordt uitgesproken, waarbij media terugblikken op de vermissing.

In de nasleep, de berichtgeving van 7 november 2017 tot en met 31 januari 2018, wisselen de thema's elkaar voortdurend af. De drie grotere pieken in de totale hoeveelheid berichtgeving kenmerken zich door gebruik van het thema vermissing als gevolg van nieuwe informatie over Anne Faber of Michael P. Op 10 november 2017 verspreidde het *Algemeen Dagblad* het gerucht dat Michael P. ninja's zou zien, drugs gebruikte en met een mes door de tuin van de kliniek rende en maakte de advocaat van P. bekend dat de verdachte gaat meewerken aan een persoonlijkheidsonderzoek. Op 30 november 2017 verspreidde *De Telegraaf* een gerucht over wat er zou zijn gebeurd op de avond dat Anne Faber vermist raakte en op 10 januari 2018 vond de eerste pro-formazitting van Michael P. plaats, waar duidelijk werd dat hij heeft bekend dat hij Anne Faber heeft verkracht en vermoord. Op deze momenten is er ook sprake van een stijging van de andere nieuwsthema's maar is het thema vermissing in grotere mate aanwezig. In andere woorden, ook na de extreme media-aandacht is er sprake van een informatievacuüm van het publiek dat wordt aangevuld. Dit betekent dat de interesse bij het publiek niet afneemt, wat in lijn is met het concept van Pang (2013).

Samenvattend moet er als onderdeel van het tweede criterium sprake zijn van een dominant nieuwsthema waarin de gebeurtenis in een breder concept wordt geplaatst. De aanhouding van Michael P. was voor media aanleiding om te berichten vanuit een breder concept. Na de vondst van het lichaam van Anne Faber is er geen sprake meer van dominantie vanuit het nieuwsthema vermissing en er wordt overgegaan op een breder concept omdat er geen nieuwe informatie meer is over de vermissing. Echter, geen van de thema's over het

rechtssysteem of de kliniek wordt dominant. Als de extreme hoeveelheid aandacht tot een einde komt is er nauwelijks meer aandacht voor de bredere concepten. Dit betekent dat de sleutelgebeurtenis in een breder concept en nieuwsthema wordt geplaatst, maar dat er geen sprake is van een dominant nieuwsthema. Om dit te verklaren, wordt gekeken in hoeverre de verschillende mediagroepen vanuit hetzelfde nieuwsthema berichten.



Figuur 4.4. Percentage berichtgeving per thema per mediagroep (N = 1575)

Figuur 4.4 geeft het percentage berichtgeving per thema per mediagroep weer, uitgedrukt in het totaal aantal berichten per mediagroep. In iedere mediagroep valt het grootste percentage van de berichtgeving onder het thema vermissing. De bredere nieuwsthema's over het rechtssysteem en de kliniek komen voor in alle mediagroepen, hoewel de relatieve hoeveelheid van ieder nieuwsthema per mediagroep verschilt. Dit betekent dat er wel sprake is van mediabrede aandacht voor dezelfde nieuwsthema's, maar niet van een mediabreed dominant nieuwsthema. Dit wijkt af van de theorie van Vasterman (2005) dat er sprake is van één dominant breder concept waarin de sleutelgebeurtenis wordt geplaatst, wat wordt verklaard door de verschillende karakteristieken van de mediagroepen.

Van de bredere concepten is het thema rechtssysteem het meest voorkomend maar op websites, televisie en radio ligt de aandacht hiervoor aanzienlijk lager dan in andere media, waar relatief meer aandacht werd besteed aan het thema vermissing. Deze media dienen zich er meer voor dan kranten om uitgebreid verslag te doen van de zoektocht omdat zij zich bevinden zich in de 24-uurs-nieuwscyclus. Kranten zullen minder snel op deze wijze over de vermissing

berichten, omdat de kans aanwezig is dat gebeurtenissen een dag later zijn achterhaald en zijn daarom meer geschikt voor verhalen met achtergrondinformatie, zoals de bredere concepten.

Daarnaast komt het thema kliniek in veel mindere mate voor op sociale media. Dit kan worden verklaard doordat de kliniek een plek kan zijn voor traditionele media omdat de verwachting is dat hier nieuws ontstaat. Een *trigger* hiervoor kan de onrust onder de bewoners rondom de kliniek zijn. Bovendien is het voor traditionele media gemakkelijker om te berichten over de kliniek dan over het rechtssysteem. Allereerst kan hier gemakkelijk nieuws worden gevonden door te berichten over eerdere gebeurtenissen of andere klinieken. Daarnaast is het rechtssysteem een abstract en complex onderwerp wat lastiger is te begrijpen voor het publiek. Het thema kliniek is klein op sociale media en hierdoor kan worden gesteld dat de ‘gewone burger’ zich meer druk maakt over het rechtssysteem en daarmee mogelijke veiligheid in abstracte zin in plaats van hun eigen concrete veiligheid rondom een kliniek.

Ik begrijp ook niet dat monsters zoals Michael P. een psychiatrisch onderzoek mogen weigeren om zo TBS te ontlopen. Dat is toch van de zotte! ... De overheid hoort de burgers te beschermen en heeft gefaald. Ik heb 2 dochters..en ik hou m'n hart vast. (Elly Schoonbeek-de Jong, Facebook, 13 oktober 2017)

Daarnaast is het opvallend dat 15.0% van de berichten op Facebook ($N = 279$) betrekking heeft op een ander nieuwsthema. Dit wordt verklaard door twee zaken. Gedurende de vermissing van Remon Bruinsma, een 19-jarige jongen uit Leeuwarden die in december 2017 vermist raakte, werden media door gebruikers op Facebook verweten dat er veel minder aandacht werd besteed aan deze vermissing ten opzichte van Anne Faber. Daarnaast ontstond halverwege januari 2018 tussen gebruikers van Facebook onderling een discussie in de reacties op berichten van media die betrekking hadden op misdaden die zijn gepleegd door een allochtoon. Hierin werd Michael P. als verweer gebruikt op reacties waarin buitenlanders werden gestereotypeerd: “*Ja en door wie is Anne Faber vermoord en al die andere jonge meiden? Doe nou net niet alsof alleen moslims slecht kunnen zijn...*” (Sima Asl, Facebook, 8 januari 2018).

Discussies als deze op Facebook zullen niet snel voorkomen in andere mediagroepen, ook niet op Twitter vanwege het beperkte aantal tekens op dit medium. Omdat er sprake is van verschillende soorten media met elk een eigen structuur, is het niet mogelijk dat een mediabreed dominant nieuwsthema ontstaat. Een voorbeeld hiervan is het nieuws op 27 november 2017, toen door minister Sander Dekker maatregelen tegen de kliniek werden aangekondigd en vanuit de VVD en PvdA een voorstel kwam om gemakkelijker tbs op te kunnen leggen. Op deze dag

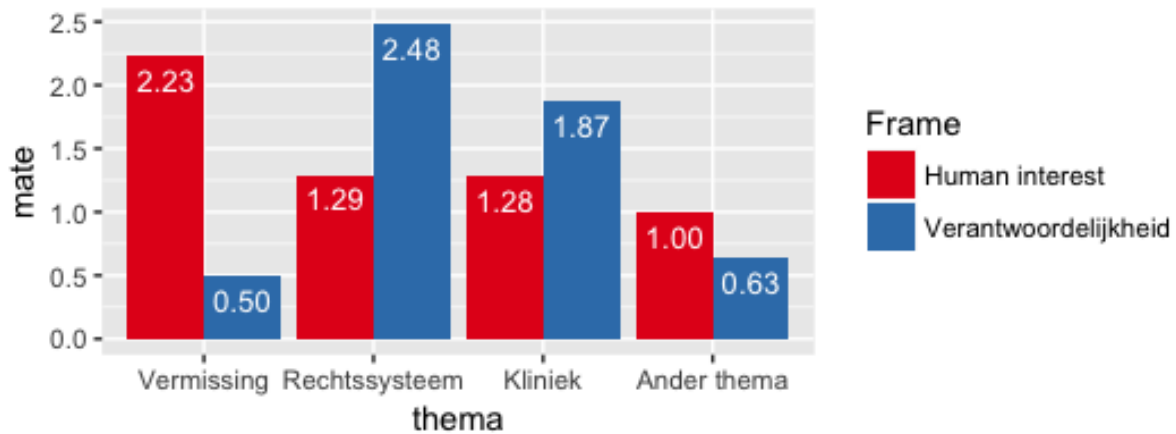
werd er meer bericht vanuit het thema rechtssysteem en de discussie over het rechtssysteem was dus belangrijker voor de media. De massaal ondertekende petitie liet zien dat dit thema leeft onder het publiek en was voor media een *trigger* om hier meer aandacht aan te besteden. Een dag later ging het desondanks in kranten vrijwel alleen om het nieuws rondom de kliniek. Door de grote aandacht over het rechtssysteem een dag eerder was het voor kranten niet meer interessant om over het rechtssysteem te berichten, maar konden zij door te berichten over de kliniek aandacht verkrijgen omdat dit in mindere mate aan bod kwam in de andere mediagroepen.

Deze bevindingen bevestigen het complexiteitsperspectief waar Vasterman en Wijffjes (2015) het over hebben. De verschillende mediagroepen versterken elkaars aandacht, maar een piek van aandacht voor een bepaalde gebeurtenis in de ene mediagroep leidt niet vanzelfsprekend tot een piek in een andere mediagroep. Iedere mediagroep heeft en behoudt zijn eigen karakteristieken en daarom is er wel sprake van een mediabreed nieuwsthema, maar niet van een mediabreed dominant nieuwsthema.

4.2.3 Framegebruik

De tweede deelvraag gaat over welke frames op welk moment domineren, omdat het van belang is dat vanuit hetzelfde dominante frame wordt bericht maar de kans bestaat dat er sprake is van een verschuiving in framegebruik. De berichtgeving bestaat uit verschillende invalshoeken, namelijk het *human interestframe* en het *verantwoordelijkheidsframe*. Bij de eerste invalshoek kan er sprake zijn van een focus gericht op Anne Faber of Michael P. en bij het verantwoordelijkheidsframe kan de schuld worden toegewezen aan het rechtssysteem, maar ook aan de kliniek Den Dolder of Michael P.

Het is allereerst van belang dat er binnen ieder nieuwsthema in alle mediagroepen sprake is van hetzelfde dominante frame (Wien & Præstekær, 2009). In figuur 4.5 is de gemiddelde mate van framegebruik per nieuwsthema weergegeven, die loopt van 0 tot en met 4, en dit laat zien dat ieder nieuwsthema wordt geassocieerd met een dominant frame. Het dominante frame bij het thema vermissing is het human interestframe en het dominante frame van de bredere nieuwsconcepten is het verantwoordelijkheidsframe. In bijlage D is de gemiddelde mate van framegebruik per nieuwsthema per mediagroep weergegeven. Dit laat zien dat iedere mediagroep gebruik maakt van dezelfde dominante frames.



Figuur 4.5. Gemiddelde mate van framegebruik per nieuwsthema ($N = 1575$)

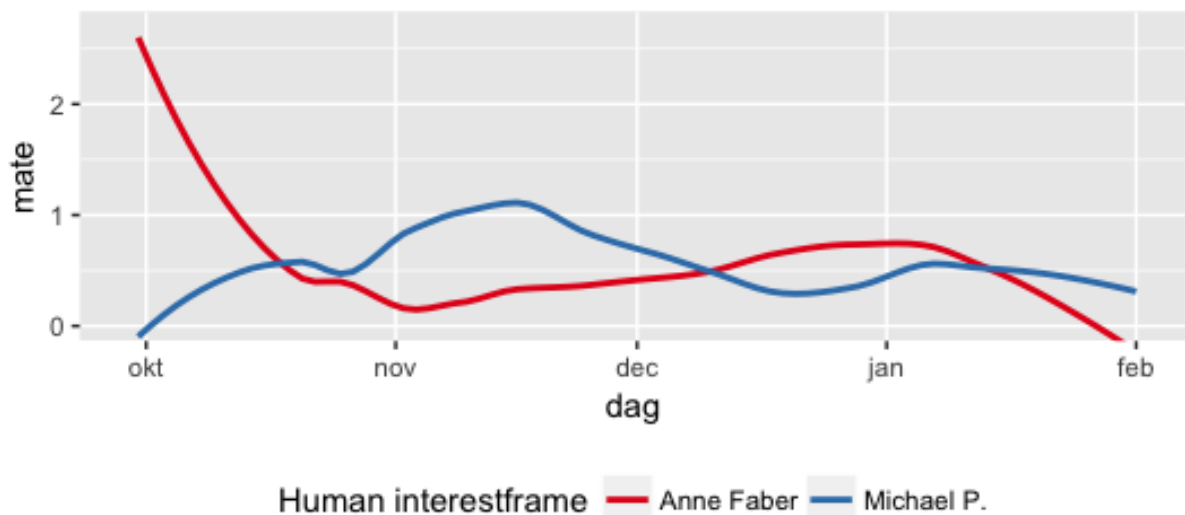
Het is opvallend dat er bij de bredere concepten ondanks een dominerend frame in redelijke mate gebruik wordt gemaakt van het human interestframe. In het licht hiervan verdient het framegebruik onder het thema rechtssysteem ($N = 398$) nadere toelichting. Hoewel in berichten onder dit thema de mate van gebruik van het verantwoordelijkheidsframe ($M = 2.48$, $SD = 1.17$) significant hoger is dan de mate van gebruik van het human interestframe ($M = 1.29$, $SD = 1.01$) ($t(777.26) = -15.35$, $p < .001$), bevat 73.3% van de berichten elementen van beide frames. Het rechtssysteem bevat veel juridische informatie en is daardoor een abstract en complex onderwerp wat lastig te begrijpen kan zijn voor het publiek. Door gebruik te maken van elementen van het human interestframe zorgen media ervoor dat de lezer niet afhaakt, maar ontstaat ook druk richting de overheid. Bijna een derde (32.2%) van de berichten onder dit thema bevat namelijk een focus gericht op Michael P. Dit is significant vaker dan een focus gericht op Anne Faber (17.0%), $\chi^2(459,1) = 5.33$, $p = .021$. Dit betekent dat Michael P. symbool is komen te staan voor het falend rechtssysteem (Innes, 2003). In andere woorden, media hebben bij het publiek het idee gewekt dat de misdaad van Michael P. de gehele samenleving raakt (Greer; 2007, Innes, 2003), dat de verantwoordelijkheid hiervoor bij het rechtssysteem ligt en daarmee hebben zij de discussie en druk op de overheid opgevoerd.

Ieder nieuwsthema wordt geassocieerd met een dominant frame en na de vondst van het lichaam is er geen sprake meer van een dominant nieuwsthema, waardoor het interessant is om te kijken hoe het framegebruik is verlopen. Figuur 4.6 geeft de gemiddelde mate van het framegebruik van alle mediagroepen per dag weer, waarbij 0 de laagst mogelijke en 4 de hoogst mogelijke mate is. Zonder onderscheid te maken naar mediagroep, ligt de mate van gebruik van het human interestframe ($M = 1.82$, $SD = 1.12$) significant hoger dan de mate van gebruik van het verantwoordelijkheidsframe ($M = 1.15$, $SD = 1.25$), $t(3128.7) = 15.84$, $p < .001$. Echter, de figuur laat zien dat er sprake is van een verandering in framegebruik.



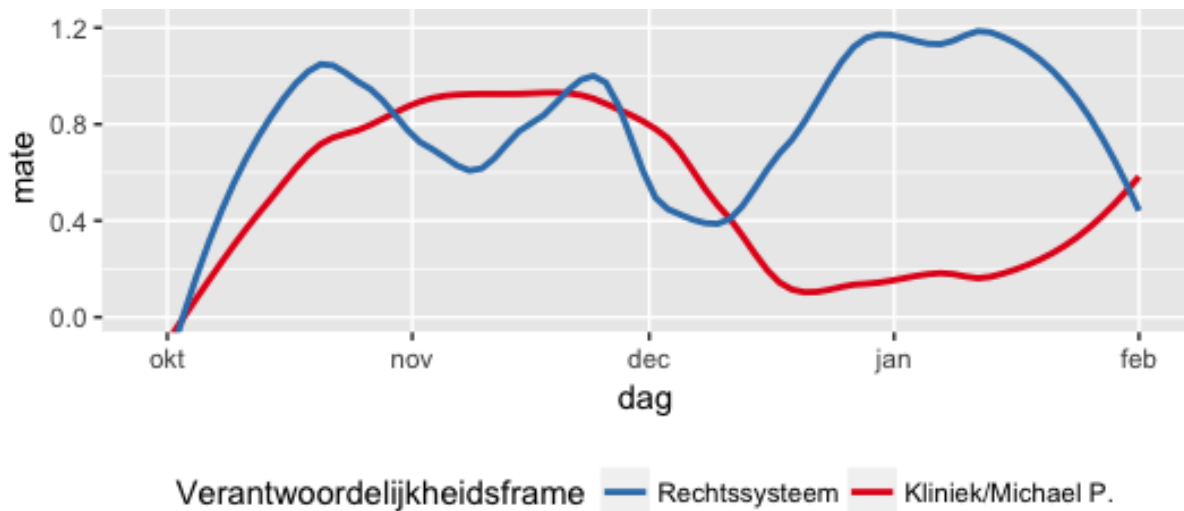
Figuur 4.6. Gemiddelde mate van framegebruik per dag van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 in alle mediagroepen (N = 1585)

Figuur 4.7 geeft de gemiddelde mate van de focus van het human interestframe weer, welke loopt van 0 tot en met 4. Over de gehele periode hebben media in hogere mate gebruik gemaakt van een focus gericht op Anne Faber ($M = 1.29$, $SD = 1.29$) dan gericht op Michael P. ($M = 0.61$, $SD = 0.94$), $t(3095.6) = 7.79$, $p < .001$. Uit de figuur blijkt desondanks dat er sprake is geweest van een verschuiving van focus.



Figuur 4.7. Gemiddelde mate van de focus van het human interestframe per dag van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 (N = 1585)

Figuur 4.8 geeft de gemiddelde mate van gebruik van de perspectieven van het verantwoordelijkheidsframe weer, waarbij de mate eveneens loopt van 0 tot en met 4. Media hebben in hogere mate geschreven vanuit een perspectief ten aanzien van het rechtssysteem ($M = 0.70$, $SD = 1.27$) dan de kliniek of Michael P. ($M = 0.46$, $SD = 0.81$), $t(2685.6) = -6.24$, $p < .001$. Ook hier is een verschuiving zichtbaar.



Figuur 4.8. Gemiddelde mate van de perspectieven van het verantwoordelijkheidsframe per dag van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 (N = 1585)

Mate van framegebruik gedurende de eerste drie periodes

In de periode van de extreme hoeveelheid berichtgeving, van 29 september tot en met 6 november 2017 ($N = 1323$), ligt de gemiddelde mate van gebruik van het human interestframe ($M = 1.83$, $SD = 1.11$) significant hoger dan de mate van gebruik van het verantwoordelijkheidsframe ($M = 1.10$, $SD = 1.25$), $t(2605.8) = 15.90$, $p < .001$.

Dit verschil wordt vooral verklaard door de periode waarin het voornamelijk gaat over de vermissing. In de eerste anderhalve week ($N = 248$), voordat Michael P. als verdachte is aangehouden, gaat het in traditionele media over de zoektocht, wat er gebeurd zou kunnen zijn en wie Anne Faber is. Op sociale media gaat het vooral om vermissingsberichten die worden gedeeld en berichten waarin wordt opgeroepen om te helpen met zoeken. Tot Michael P. wordt aangehouden wordt in 96.4% van alle berichten enkel het human interestframe gebruikt. Het verantwoordelijkheidsframe is alleen aanwezig in enkele berichten op sociale media waarin de politie wordt verweten dat Anne Faber nog niet is gevonden. Op sommige momenten wordt er in traditionele media op zeer sensationele wijze verslag gedaan van de zoektocht.

Het zijn snippets van een zaak die slopend is voor de familie, vrienden en tal van betrokken vrijwilligers. Zij willen helpen, gaan eropuit om te zoeken, met een hart vol hoop en vrees. Wat als ze haar niet vinden? Wat als ze haar wel vinden? ... Pas als het duister invalt, stopt het zoeken. Weer een dag zonder Anne. (Algemeen Dagblad, 7 oktober 2017)

Vanaf 9 oktober 2017, de dag waarop Michael P. als verdachte is aangehouden, schiet de mate van gebruik van het verantwoordelijkheidsframe omhoog en neemt de mate van gebruik van het human interestframe af. In veel berichten wordt gebruik gemaakt van beide invalshoeken. In 60.5% van de berichten met een invalshoek vanuit het verantwoordelijkheidsframe, is ook een invalshoek vanuit het human interestframe aanwezig.

Binnen het human interestframe is er in de periode tussen de aanhouding van Michael P. en de vondst van het lichaam van Anne Faber ($N = 248$) sprake van een verschuiving van focus. De mate van gebruik van een focus gericht op Michael P. ($M = 1.11$, $SD = 1.37$) ligt namelijk significant hoger dan die gericht op Anne Faber ($M = 0.81$, $SD = 1.16$), $t(480.19) = -2.61$, $p = .009$. Voor de aanhouding maakte het publiek kennis met Anne Faber en daarna wordt duidelijk wie Michael P. is.

Binnen het verantwoordelijkheidsframe is er weliswaar geen significant verschil in perspectief, maar het is opvallend dat de schuld in deze korte periode na de aanhouding in vrijwel even hoge mate wordt neergelegd bij het rechtssysteem ($M = 0.52$, $SD = 1.04$) als bij de kliniek of Michael P. ($M = 0.44$, $SD = 0.62$), $t(403.62) = -1.00$, $p = 0.319$. De media richtten zich al snel op het feit dat Michael P. geen tbs en een verlaging van zijn straf had gekregen.

Hij kreeg 16 jaar voor twee brute verkrachtingen. Maar het hof verlaagde zijn straf. En hij mocht weer de maatschappij in. Vreselijk. Als de man zijn straf had uitgezeten was er misschien alsnog iets gebeurd. Maar waarom heeft deze man geen tbs gekregen? (Goedemorgen Nederland, 10 oktober 2017)

In de periode vanaf het moment dat Anne Faber is gevonden treedt er wederom een verandering in framegebruik op. Van 12 tot en met 14 oktober 2017 ($N = 433$) is er een duidelijke impact te zien van de vondst waardoor veel gebruik wordt gemaakt van het human interestframe ($M = 1.90$, $SD = 1.13$) en significant minder van het verantwoordelijkheidsframe ($M = 1.24$, $SD = 1.28$), $t(852.02) = 8.00$, $p < .001$. Op sociale media betuigen veel Nederlanders hun medeleven en traditionele media haken hierop in.

Het is zo verschrikkelijk oneerlijk, je hebt dit zo niet verdiend lieve mooie meid. Ik ken je niet maar vind dit zó erg #AnneFaber (@Crissie_19, Twitter, 12 oktober 2017)

Hoe kan je zoveel verdriet voelen voor iemand die je niet kent? Veel mensen stellen zich deze vraag na het nieuws dat Anne Faber om het leven is gekomen ... Anne was de laatste dagen even iedereen's dochter, zus of vriendin. Dat is te merken aan de emotionele reacties die binnenkomen op haar dood. (NOS, 13 oktober 2017)

Vanaf 15 oktober 2017 neemt het verantwoordelijkheidsframe de overhand. Pas als de berichtgeving vrijwel het nulpunt bereikt, wordt het human interestframe weer dominant. Van 15 oktober tot en met 6 november 2017 ($N = 394$) ligt de mate van gebruik van het verantwoordelijkheidsframe ($M = 1.73$, $SD = 1.27$) significant hoger dan de mate van gebruik van het human interestframe ($M = 1.42$, $SD = 1.05$), $t(758.83) = -3.76$, $p < .001$. Dit is op hetzelfde moment dat media meer berichten vanuit de bredere concepten. In deze periode wordt het verantwoordelijkheidsframe bovendien in nog maar 17.9% van de berichten in combinatie met elementen van het human interestframe gebruikt.

Vanaf 15 oktober 2017 is Anne Faber ($M = 0.39$, $SD = 0.94$) niet meer interessant voor de media en bevatten de berichten in significant hogere mate een focus gericht op Michael P. ($M = 0.56$, $SD = 1.00$), $t(782.53) = -2.56$, $p = 0.011$. De schuld wordt daarnaast significant in veel grotere mate neergelegd bij het rechtssysteem ($M = 0.91$, $SD = 1.33$) dan bij de kliniek of Michael P. ($M = 0.41$, $SD = 0.77$), $t(689.09) = -6.70$, $p < .001$. Pas op het moment dat de extreme hoeveelheid aandacht bijna ten einde is en de verdenking van Michael P. wordt uitgesproken wordt het perspectief ten aanzien van de kliniek of Michael P. sterker dan die van het rechtssysteem.

Dat er zoveel aandacht werd besteed aan het rechtssysteem, kan onder meer worden verklaard door een online petitie kort na de vondst van het lichaam waarin een onderzoek werd geëist naar 'het falend rechtssysteem in de zaak van Michael P.'. De petitie werd massaal gedeeld op sociale media en kreeg veel aandacht in andere media.

Initiatiefneemster Lydia de Jong-de Paus zegt dat ze overdonderd is door de stortvloed aan reacties op haar petitie. 'Dit tekent de volkswoede die is losgebarsten', zegt zij. 'Het is overweldigend. Ik ben platgebombardeerd met reacties. Dit had ik niet verwacht.' (Algemeen Dagblad, 14 oktober 2017)

In andere woorden, op het moment dat Anne Faber is gevonden is het slachtoffer niet meer interessant en gaan media over op de schuldvraag. Als ook de schuldvraag niet meer interessant is, verliezen alle thema's nieuwswaarde en is de extreme hoeveelheid aandacht ten einde. Dit gaat gepaard met een verschuiving in framegebruik en dit is niet in lijn met de theorie van Vasterman (2005) dat één frame domineert in de gehele mediahype. Dit is wel in lijn met het nieuwe element dat bij een nieuwe nieuwsgolf een verandering in framegebruik kan optreden. Ondanks de verschuiving naar de schuldvraag blijven media gebruik maken van elementen van het human interestframe. Dit is in lijn met de theorie van Uribe en Gunter (2007) dat media in berichten over criminaliteit het meest elementen van emotie gebruiken, wat er volgens het concept van *signal crimes* (Innes, 2003) in combinatie met extensieve aandacht voor zorgt dat er cognitieve invloed wordt uitgeoefend op het publiek wat leidt tot roep vanuit de samenleving. Het perspectief waarbij de schuld wordt neergelegd bij het rechtssysteem domineert en bij berichten onder dit thema wordt bovendien vaak gebruik gemaakt van elementen van het human interestframe, waardoor de discussie in grotere mate over het rechtssysteem dan over de kliniek gaat.

Mate van framegebruik gedurende de nasleep

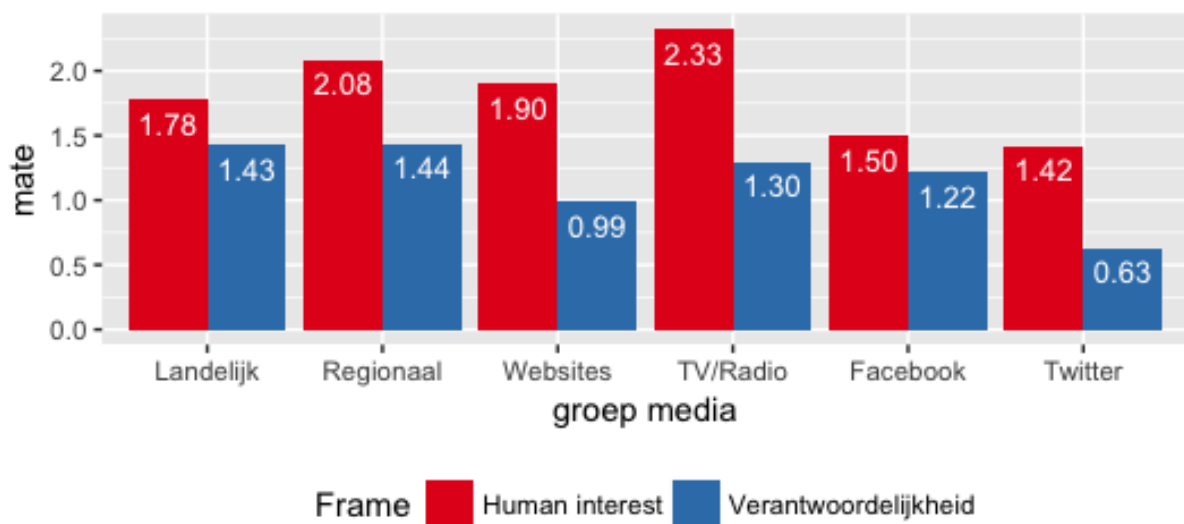
In de berichtgeving van 7 november 2017 tot en met 31 januari 2018 ($N = 262$) neemt het human interestframe weer de overhand en is de mate van gebruik hiervan ($M = 1.75$, $SD = 1.17$) significant dominant boven het verantwoordelijkheidsframe ($M = 1.40$, $SD = 1.23$), $t(520.84) = 3.35$, $p < .001$. Als eind november een gerucht naar buiten komt over de misstanden in de kliniek en het plan vanuit de Tweede Kamer dat rechters sneller tbs op moeten kunnen leggen, ligt de mate van framegebruik vrijwel gelijk. Eind december is als gevolg van eindejaarsoverzichten met terugblikken op de vermissing een stijging te zien in gebruik van het human interestframe. Op het moment dat de pro-formazitting van Michael P. begin januari plaatsvindt, neemt het verantwoordelijkheidsframe voor korte tijd weer de overhand.

De focus gericht op Michael P. ($M = 0.92$, $SD = 1.24$) ligt in de nasleep significant hoger dan die gericht op Anne Faber ($M = 0.51$, $SD = 1.11$), $t(515.36) = -4.02$, $p < .001$. Desondanks is door het gerucht wat er op de avond van de vermissing zou zijn gebeurd en de eindejaarsoverzichten een verschuiving naar een focus gericht op van Anne Faber. Vanaf de pro-formazitting verschuift de focus weer richting Michael P.

Ook het perspectief van het verantwoordelijkheidsframe wisselt gedurende deze periode, waardoor er geen significant verschil bestaat tussen de mate waarin de schuld wordt neergelegd bij het rechtssysteem ($M = 0.72$, $SD = 1.32$) en de kliniek of Michael P. ($M = 0.65$,

$SD = 0.88$), $t(456.22) = -0.70$, $p = 0.484$. Telkens op het moment dat er nieuwe informatie over de kliniek of het rechtssysteem naar buiten komt, verschuift het perspectief. Opvallend is dat de piek van het perspectief van het rechtssysteem in januari 2018 hoger ligt dan kort na de vermissing en deze berichten tegen de eerder genomen maatregelen van de politiek ingaan. Dit is het gevolg van een manifest van advocaten aan de Tweede Kamer waarin zij roepen om minder invloed van politiek en meer dan rechters: *“Bijvoorbeeld door een einde te maken aan wat ze ‘incidentenpolitiek’ noemen: politici die na incidenten met tbs’ers, of mensen die juist geen tbs kregen, oproepen tot strengere regels”* (NRC Handelsblad, 10 januari 2018).

Ten slotte wordt gekeken of de verandering in framegebruik mediabreed is. In figuur 4.9 is de gemiddelde mate van framegebruik per mediagroep weergegeven, die kan lopen van 0 tot en met 4. Bij alle mediagroepen ligt de mate van gebruik van het human interestframe hoger dan die van het verantwoordelijkheidsframe, waardoor dit frame mediabreed domineert ook al is er geen sprake van een mediabreed dominant nieuwsthema.



Figuur 4.9. Gemiddelde mate van framegebruik per mediagroep van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 (N = 1585)

Het human interestframe wordt in de hoogste mate gebruikt op televisie en radio, waardoor zij in de grootste mate eraan hebben bijgedragen dat bij het publiek het idee is gewekt dat de vermissing de iedereen raakt (Innes, 2003). In andere woorden, televisie en radio kunnen worden aangemerkt als een grote drijfveer van de betrokkenheid en dit heeft te maken met de structuur. Dit is namelijk in lijn met het rapport naar aanleiding van de media-aandacht rond Project X Haren (Van Dijk et al., 2013).

Het is daarnaast opvallend dat de mate van het human interestframe het laagst ligt op sociale media, terwijl deze berichten normaal gesproken juist elementen van human interest bevatten (Pang, 2013). Dit komt omdat in slechts 9.2% van de berichten op sociale media aandacht werd besteed aan de privé- of persoonlijke omstandigheden van de actoren, in tegenstelling tot 39.2% in traditionele media. De rol om meer te weten te komen over Anne Faber of Michael P. is dus in veel grotere mate weggelegd voor traditionele media. Bovendien was er in het onderzoek van Pang (2013) sprake van gebeurtenissen die mensen sneller zelf zullen ervaren: weinig mensen zullen hetzelfde hebben meegemaakt als Anne Faber. Bovendien kenmerken Facebook en Twitter zich doordat de berichten hier veel minder woorden hebben, waardoor er minder informatie in staat.

Tussen de sociale media onderling is ook een verschil merkbaar. Op Facebook ligt in berichten over het rechtssysteem de mate van het verantwoordelijkheidsframe ($M = 2.32$, $SD = 1.14$) veel hoger dan op Twitter ($M = 1.55$, $SD = 0.85$). Op Twitter was er ten tijde van de vermissing slechts ruimte voor 140 tekens, waardoor hier veel minder snel een uitgebreide discussie kan worden gevoerd als op Facebook en bovendien is de verschuiving van het human interestframe naar het verantwoordelijkheidsframe op Facebook het grootst omdat hier al vroeg de online petitie groot werd. In andere woorden, de verschillende karakteristieken van de mediagroepen leiden ook tot verschillen in het framegebruik.

Er zijn Pearson correlatietesten uitgevoerd om te kijken of in alle mediagroepen sprake is van eenzelfde verandering in framegebruik. Berichten in kranten zijn vergeleken met berichten van een dag eerder in andere media, omdat kranten pas een dag later kunnen berichten. Bij de andere mediagroepen, evenals kranten onderling, is de hoeveelheid aandacht op dezelfde dag vergeleken. In tabel 4.3 zijn de correlaties van het human interestframe weergegeven en in tabel 4.4 die van het verantwoordelijkheidsframe.

Tabel 4.3. Verband tussen de mate van gebruik van het human interestframe per mediagroep per dag (N = 1585)

	Landelijk	Regionaal	Websites	TV/Radio	Facebook	Twitter
Landelijk	-					
Regionaal	.62***	-				
Websites	.30**	.31**	-			
TV/Radio	.45***	.50***	.52***	-		
Facebook	.22*	.20*	.30**	.33***	-	
Twitter	.31**	.38***	.45***	.52***	.10	-

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tabel 4.4. Verband tussen de mate van gebruik van het verantwoordelijkheidsframe per mediagroep per dag (N = 1585)

	Landelijk	Regionaal	Websites	TV/Radio	Facebook	Twitter
Landelijk	-					
Regionaal	.52***	-				
Websites	.24*	.21*	-			
TV/Radio	.35***	.29**	.36***	-		
Facebook	.17	.14	.34***	.30**	-	
Twitter	.08	.26**	.29**	.28**	.08	-

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Bij beide frames is er tussen alle mediagroepen een positief verband tussen de mate van gebruik van een bepaald frame, hoewel dit niet erg sterk en niet altijd significant is. Dit betekent dat in alle mediagroepen wel dezelfde verandering in framegebruik optreedt, maar niet in alle mediagroepen even sterk wat komt door de verschillende karakteristieken. Dit is vooral minder sterk bij het verantwoordelijkheidsframe, wat komt door het verschil in nieuwsthema's en de daarbij behorende frames van waaruit de mediagroepen berichten. Bovendien verschilt de mate van framegebruik door de structuur van de verschillende mediagroepen.

Concluderend kan de tweede deelvraag die betrekking heeft op de vraag op welke momenten welke frames dominant zijn in de berichtgeving als volgt worden beantwoord. In iedere periode is er in iedere mediagroep sprake van een verschuiving van framegebruik en daarmee een verandering van perspectief. Gedurende de extreme hoeveelheid berichtgeving wordt dit verklaard door gebeurtenissen en daarom is er geen sprake van een *frame driven mediahype* (Van Gorp, 2005). In de periode van de vermissing domineert het human interestframe en dit is ook het geval in de periode als er een verdachte in beeld komt, maar in veel mindere mate omdat het verantwoordelijkheidsframe opduikt en een focus gericht op de dader gaat domineren. In de derde periode gaat het verantwoordelijkheidsframe domineren, waarbij wordt gezocht naar een oplossing en schuldige op een hoger niveau om te kijken of dit in de toekomst kan worden voorkomen. De meerdere nieuwsgolven binnen iedere periode kenmerken zich door hetzelfde perspectief en daarom wordt door te kijken naar periodes in plaats van nieuwsgolven alsnog voldaan aan de anatomie van Pang (2013) en Wien en Præstekær (2009). In de nasleep is een verandering van framegebruik niet enkel het gevolg van gebeurtenissen, maar bijvoorbeeld ook geruchten of beleidsplannen. In andere woorden, er is telkens sprake van een interne *trigger* die de verschuiving van het framegebruik kenmerkt.

Daarmee wijkt dit resultaat af van de theorie van Vasterman (2005), maar wordt voldaan aan het nieuwe element dat er sprake kan zijn van een verschuiving in framegebruik.

Samenvattend is het tweede criterium van een mediahype dat er sprake moet zijn van mediabrede aandacht voor hetzelfde nieuwsthema, waarbij alle mediagroepen binnen het nieuwsthema gebruik maken van hetzelfde frame. Er is sprake van mediabrede aandacht voor de vermissing van Anne Faber en mediabrede nieuwsthema's, maar niet van een mediabreed dominant nieuwsthema. Dit wordt verklaard doordat iedere mediagroep zijn eigen karakteristieken heeft, waardoor het niet mogelijk is dat een mediabreed dominant nieuwsthema ontstaat. Binnen ieder nieuwsthema maken alle mediagroepen wel gebruik van hetzelfde dominante frame. Daarnaast is de gebeurtenis in iedere periode mediabreed in een nieuw perspectief geplaatst doordat een verandering van framegebruik is opgetreden na de vondst van het lichaam, hoewel alle mediagroepen gebruik bleven maken van elementen van het human interestframe. Hierdoor hebben media ervoor gezorgd dat bij het publiek het idee is gewekt dat het probleem de gehele samenleving raakt (Innes, 2003), wat de wisselwerking heeft versterkt.

4.3 Nieuwsmakende activiteiten

De derde deelvraag is de vraag in hoeverre er sprake is van nieuwsmakende activiteiten. Het derde criterium van een mediahype stelt namelijk dat nieuws wordt geconstrueerd rond het nieuwsthema (Vasterman, 2005). Hiervan is sprake bij incident gerelateerd nieuws wat niet gaat over feitelijke gebeurtenissen, oftewel als een bericht betrekking heeft op het thema vermissing en ingaat op de persoonlijke omstandigheden van de actoren, en als er sprake is van thematisch gerelateerd nieuws aan het rechtssysteem of de kliniek. Tabel 4.5 geeft het aantal berichten met nieuwsmakende activiteiten weer, waarbij onderscheid is gemaakt tussen de twee categorieën.

Tabel 4.5. Aantal artikelen met nieuwsmakende activiteiten per type nieuws (N= 1575)

	t/m 6 november 2017		vanaf 7 november 2017		
	N	%	N	%	
Incident	292	38.3	74	43.8	366
Thematisch	471	61.7	95	56.2	566
	763	100.0	169	100.0	932

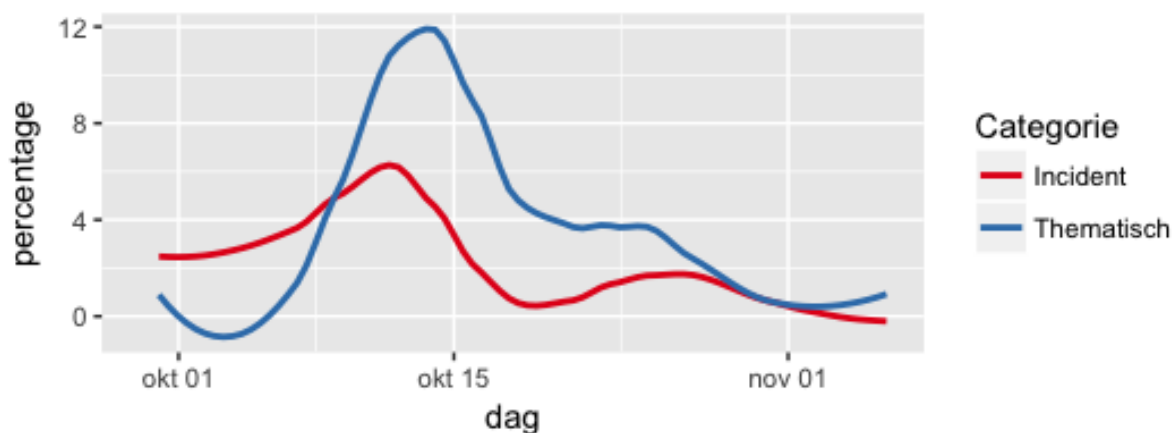
In totaal bevat 59.0% van de gecodeerde berichtgeving ($N = 1585$) nieuwsmakende activiteiten. Een Pearson correlatietest wijst uit dat er een sterk positief en significant is tussen het percentage aandacht ($N = 164373$) en het percentage nieuwsmakende activiteiten per dag ($r =$

.77, $p < .001$). Dit betekent dat de berichtgeving in sterke mate het gevolg is van nieuws wat is geconstrueerd rond de sleutelgebeurtenis of een breder nieuwsthema.

Zowel in de eerste drie periodes samen als tijdens de nasleep ligt het percentage thematisch gerelateerd nieuws hoger dan incident gerelateerd nieuws. Een voorbeeld van thematisch gerelateerd nieuws is een bericht van de NOS op 13 oktober 2017 met de kop “*Tbs: hoe zit het nu?*” en een voorbeeld van incident gerelateerd nieuws is een bericht waarin wordt besproken wie Michael P. is en een vergelijking wordt gemaakt met een andere verdachte.

Frappant is dat de zaak rond Michael P. onder meer op dit punt, treffende gelijkenissen vertoont met de zaak rond Kaj M. Wie is Kaj M.? Die man werd in 2011 door het Arnhemse gerechtshof veroordeeld tot 12 jaar cel voor ontvoering en het seksueel misbruik van een meisje in Ede in april 2009. (Reformatorisch Dagblad, 11 oktober 2017)

Figuur 4.10 geeft het percentage van incident- en thematisch gerelateerd nieuws weer in de eerste drie periodes, uitgedrukt in het totaal aan nieuwsmakende activiteiten ($N = 366$). Hieruit blijkt dat het percentage thematisch gerelateerd nieuws kort na de aanhouding van Michael P. het incident gerelateerd nieuws overstijgt. Dit is in lijn met de theorie van Vasterman (2005), want er is in eerste instantie sprake van incident gerelateerd nieuws en thematisch gerelateerd nieuws wordt snel dominant. De extreme hoeveelheid aandacht stopt als de nieuwsmakende activiteiten vrijwel nul zijn, wat laat zien dat de extreme hoeveelheid berichtgeving het gevolg is van de constructie van nieuws.



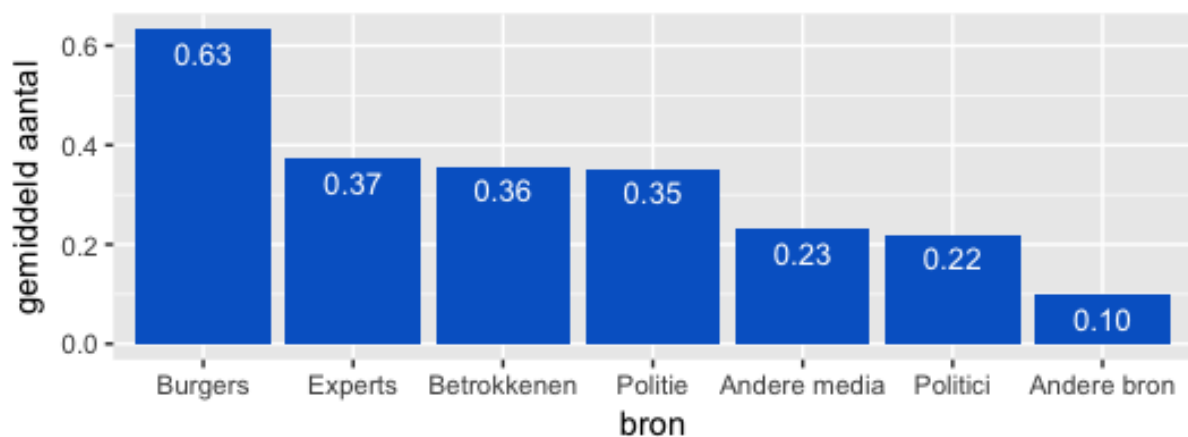
Figuur 4.10. Percentage nieuwsmakende activiteiten naar type nieuws van 29 september tot en met 6 november 2017 ($N = 366$)

Hiermee wordt voldaan aan het derde criterium dat de berichtgeving het gevolg is van nieuwsmakende activiteiten, want het antwoord op de derde deelvraag is dat hier in grote mate sprake van is. In meer dan de helft van de berichten rond de vermissing van Anne Faber gaat het niet over actuele feitelijke gebeurtenissen en thematisch gerelateerd nieuws wordt snel dominant, waarmee de bevindingen in lijn zijn met de theorie van Vasterman (2005).

4.4 Interactie tussen media en sociale actoren

Het vierde en laatste vereiste van een mediahype is dat de berichtgeving leidt tot interactie tussen media en sociale actoren (Vasterman, 2005). Om dit te bepalen, wordt de vierde deelvraag beantwoord die erover gaat in hoeverre de berichtgeving is gedreven door bronnen en welke bronnen hierbij dominant zijn. Hiervoor is gekeken naar het brongebruik, dat is gemeten voor berichten in landelijke en regionale kranten, op websites, televisie en radio ($N = 998$). 81.4% van deze gecodeerde berichten bevat minimaal één bron, wat betekent dat het nieuws in grote mate werd gedreven door bronnen.

Om te bepalen welke bronnen dominant zijn is gekeken naar het gemiddeld aantal bronnen per bericht in artikelen met minimaal één bron ($N = 812$), die zijn weergegeven in figuur 4.11. In deze artikelen krijgen gemiddeld 2.27 bronnen het woord ($SD = 1.67$). Het gemiddelde brongebruik ligt het hoogst in landelijke kranten ($M = 2.63$, $SD = 2.08$) en het laagst op televisie en radio ($M = 2.04$, $SD = 1.20$). In alle mediagroepen zijn burgers de meest voorkomende bron.



Figuur 4.11. Gemiddeld aantal bronnen per groep in artikelen met minimaal één bron van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 ($N = 812$)

Een One-way ANOVA-toets laat zien dat er een significant verschil bestaat tussen de hoeveelheid bronnen in de berichten met minimaal één bron, $F(5677,6) = 46.98$, $p < .001$. Aan

de hand van een Tukey HSD post-hoc toets (tabel 4.6) is gekeken welke bronnen significant verschillen in hoeveelheid, om te bepalen welke bronnen dominant zijn in de berichtgeving.

Tabel 4.6. Mean difference tussen gemiddeld aantal bronnen in alle mediagroepen in artikelen met minimaal één bron ($N = 812$)

	Burgers	Experts	Betrok	Politie	Media	Politici	Anders
Burgers	-						
Experts	0.26***	-					
Betrok	0.28***	0.02	-				
Politie	0.28***	0.02	0.00	-			
Media	0.40***	0.14***	0.13**	0.12**	-		
Politici	0.41***	0.15***	0.14**	0.13**	0.01	-	
Anders	0.53***	0.27***	0.26***	0.25***	0.13**	0.12**	-

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Er bestaat een significant verschil tussen de hoeveelheid burgers als bron ($M = 0.63$, $SD = 1.08$) en alle andere groepen bronnen. Er is geen significant verschil tussen de hoeveelheid experts ($M = 0.37$, $SD = 0.84$), betrokkenen ($M = 0.36$, $SD = 0.70$) en politie ($M = 0.35$, $SD = 0.55$). Dit betekent dat burgers als bron dominant zijn in de berichtgeving, gevolgd door experts, betrokkenen en politici. Dit is in lijn met het nieuwe element dat er een belangrijke rol is weggelegd voor burgers als bron.

Om te kijken of bronnen als *primary definer* van het nieuws kunnen worden aangemerkt, zijn Pearson correlatietesten uitgevoerd om te bepalen wat de invloed van bronnen is geweest op de frames in een artikel. Hiervoor is gekeken naar de mate van het framegebruik en van het brongebruik binnen een artikel. De positieve significante correlaties zijn weergegeven in tabel 4.7.

Tabel 4.7. Verband tussen de mate van framegebruik en de hoeveelheid bronnen in een artikel in artikelen met minimaal één bron ($N = 812$)

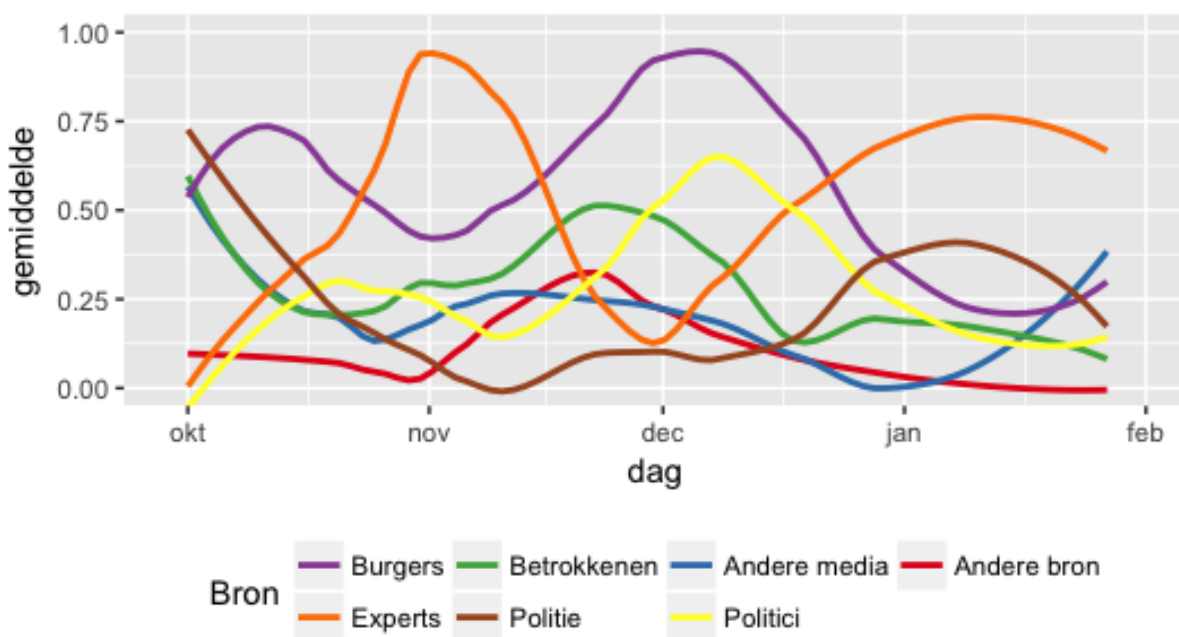
	Politie	Politici	Experts	Burgers	Betrok	Media	Anders
Human int.	.25***			.14***	.29***		
-Anne Faber	.32***			.13***			
-Michael P.			.08*		.32***		.12**
Verantwoord.		.37***	.31***				
-Rechtssyst.		.25***	.30***				
-Kliniek/P.		.18***			.21***		.10**

Noot: alleen positieve significante correlaties zijn vermeld.

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Enkele bronnen hebben een significant en positief verband met een bepaald frame, hoewel deze relaties niet sterk zijn. Het is opvallend dat burgers de meest dominante bron zijn, maar nauwelijks invloed hebben op het framegebruik. Deze rol is wel weggelegd voor experts en politici. Hoewel politici verre van dominant zijn als bron kan dit worden verklaard omdat uitspraken van politici, in tegenstelling tot burgers, er meestal op gericht zijn om aandacht te verkrijgen in de media. Daarnaast kunnen journalisten uitspraken van bronnen gebruiken als aanvulling op een bericht om een bepaald frame te bevestigen. Het blijft immers de keuze van een journalist op welke wijze een bron wordt gebruikt, zeker als gedurende een mediahype naar nieuws wordt gezocht wat past binnen het dominante frame (Vasterman, 2005). Hierdoor zijn niet bronnen maar media *primary definer* van het nieuws geweest.

Om te bepalen of er een vaste volgorde van brongebruik is, is gekeken naar de gemiddelde hoeveelheid bronnen per dag in de artikelen met minimaal één bron (figuur 4.12). Dit laat zien dat er op dezelfde momenten veel verschillende groepen bronnen aan bod komen. Hierdoor kan niet worden gesproken over een brongerichte mediahype zoals in het onderzoek van Ruigrok et al. (2009), maar van een explosie van interactie.



Figuur 4.12. Gemiddelde mate van brongebruik per groep bron per dag in artikelen met minimaal één bron van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 (N = 812)

Burgers zijn vanaf het eerste moment de meest dominante bron in de berichtgeving. Na de vondst van het lichaam van Anne Faber daalt de hoeveelheid burgers als bron en wordt de

dominante rol overgenomen door experts. Geen enkele andere groep bronnen wordt verder dominant ten opzichte van burgers. De dominantie van experts gaat samen met het moment dat de discussie rond het rechtssysteem ontstaat. Burgers worden pas weer dominant als er sprake is van een daling van de hoeveelheid experts. De extreme hoeveelheid aandacht komt ten einde op het moment dat de groep burgers het laagste aantal bereikt sinds de dag dat Anne Faber vermist raakte. Omdat er geen uitspraken meer worden gebruikt van burgers kan dit een aanwijzing zijn dat er sprake is geweest van *compassion fatigue* (Moeller, 2002), vooral omdat er op dat moment drie periodes zijn geweest met elk een ander perspectief (Wien & Præstekær, 2009).

Het is opvallend dat politici zich tijdens de extreme hoeveelheid aandacht op de achtergrond houden. Omdat het gaat om een emotioneel beladen onderwerp willen politici zich, in tegenstelling tot de mediahype rond Fitna (Ruigrok et al., 2009), niet in het debat mengen omdat ze niet kunnen scoren met dit onderwerp. De vermissing leidt echter tot een maatschappelijke discussie met politieke lading, waardoor politici op een gegeven moment wel moeten reageren. Dit gebeurt pas in grote mate vanaf halverwege november 2017 nadat onderzoeken zijn afgerond. In januari 2018 worden experts, voornamelijk advocaten die zich tegen de plannen om het rechtssysteem aan te passen uitlaten, weer dominant boven burgers. Zij hebben echter weinig invloed op reacties van burgers en politici: het leed lijkt al geschied.

Dit betekent dat de vierde deelvraag over het brongebruik als volgt kan worden beantwoord. De berichtgeving werd in grote mate gedreven door bronnen, waarbij media *primary definer* van het nieuws bleven. Er is geen sprake van een vaste volgorde van brongebruik maar een explosie van interactie. Dit is in lijn met het nieuwe element, evenals dat er een belangrijke rol is weggelegd voor burgers. Alleen gedurende de intensieve discussie over het rechtssysteem verliezen burgers hun dominantie aan experts. Op het moment dat het aantal burgers als bron het laagste punt bereikt, is de extreme hoeveelheid ten einde en daardoor kan worden gesteld dat er sprake is geweest van *compassion fatigue*. Pas hierna gaan politici zich mengen in het debat. Dit betekent dat er sprake is geweest van een interactie tussen media en sociale actoren en daarmee wordt voldaan aan het vierde criterium van een mediahype.

4.5 Mediahype

De eerste deelvraag betreft de vraag in hoeverre de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber kan worden aangemerkt als een mediahype, waarbij sprake is van een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media. Deze vraag kan worden beantwoord aan de hand van de hernieuwde criteria en de deelvragen die zijn behandeld. In tabel 4.8 zijn de

belangrijkste bevindingen en conclusies van ieder criterium van een mediahype samengevat. Er wordt in grote mate voldaan aan alle hernieuwde criteria en daarmee wordt geconcludeerd dat de berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber kan worden aangemerkt als een mediahype waarbij als gevolg van het veranderende medialandschap sprake is van een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media. De extreme hoeveelheid berichtgeving was in de periode 29 september tot en met 6 november 2017 en daarom heeft deze mediahype meer dan vijf weken geduurd.

Tabel 4.8. Belangrijkste bevindingen per criterium van een mediahype

Criterium	Resultaten
1. Sleutelgebeurtenis	De vermissing van Anne Faber op 29 september 2017 zorgt voor een extreme hoeveelheid aandacht tot en met 6 november 2017. De extreme hoeveelheid berichtgeving kan worden ingedeeld in drie periodes met elk een eigen perspectief.
2. Mediabrede aandacht voor hetzelfde nieuwsthema	Er is wel sprake van een mediabreed nieuwsthema, maar niet van een mediabreed dominant nieuwsthema. De afzonderlijke nieuwsthema's hebben alle drie een dominant frame. In iedere periode is er sprake van een mediabrede verandering van perspectief en daarmee framegebruik, waarbij het human interestframe een belangrijke rol blijft spelen.
3. Nieuwsmakende activiteiten	59.0% van de berichtgeving bevat nieuwsmakende activiteiten. Thematisch gerelateerd nieuws wordt snel dominant boven incident gerelateerd nieuws. Sociale media bevatten vooral thematisch gerelateerd nieuws en traditionele media beide categorieën.
4. Interactie tussen media en sociale actoren	81.4% van de berichtgeving wordt gevoed door bronnen, maar media zijn <i>primary definer</i> van het nieuws gebleven. Burgers zijn het meest dominant als bron en verliezen hun dominantie gedurende de extreme hoeveelheid berichtgeving alleen aan experts. Er is geen sprake van een vaste volgorde van brongebruik, maar een explosie van interactie.

5. Conclusie en discussie

De berichtgeving rond de vermissing van Anne Faber kan worden aangemerkt als een mediahype, waarbij er sprake is geweest van een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media en gedurende de mediahype een verandering in framegebruik is opgetreden. Sociale media zijn onmiskenbaar geïntegreerd in het medialandschap (Lecheler & Kruikemeier, 2015) en een mediahype ontstaat daarom niet meer afzonderlijk in een bepaalde mediagroep maar heeft vanaf hetzelfde moment betrekking op het gehele medialandschap. Om in de woorden van Vasterman en Wijfjes (2015) te spreken: media-aandacht is niet meer het gevolg van een oorzaak- en gevolgtreden door aandacht in een andere mediagroep maar van een constante wisselwerking waarbij de verschillende mediagroepen voortdurend elkaars escalatieprocessen versterken. De mediahype rond de vermissing van Anne Faber laat daarom zien dat een vernieuwing van het concept van Vasterman (2005) gerechtvaardigd is.

Direct vanaf het moment dat Anne Faber op 29 september 2017 vermist raakte besteedden alle mediagroepen op dezelfde momenten dezelfde hoeveelheid aandacht aan haar vermissing. Deze aandacht nam tot en met 6 november 2017 disproportionele hoeveelheden aan en heeft ertoe geleid dat er in de maatschappij en politiek een discussie op gang kwam over de staat van het Nederlandse rechtssysteem. Omdat media ervoor hebben gezorgd dat het misdrijf van Michael P. is geconstrueerd tot een *signal crime*, een criminele gebeurtenis die als gevolg van extensieve aandacht cognitieve invloed heeft op een breed publiek (Innes, 2003) en ervoor zorgt dat een thema steun krijgt vanuit de samenleving (Greer, 2007), is vanuit de samenleving roep ontstaan om ‘het probleem Michael P.’ op te lossen. De hoeveelheid aandacht heeft namelijk disproportionele vormen aangenomen, omdat media in grote mate nieuws hebben geconstrueerd rond de vermissing waardoor bij het publiek het idee is gewekt dat er sprake is van een probleem wat dringend moet worden opgelost (Downs, 1972; Vasterman, 2005).

Hoewel een vernieuwing van de criteria van Vasterman (2005) gerechtvaardigd is, dient hier wel enige nuance aan te worden aangebracht. Dit onderzoek laat weliswaar zien dat er sprake is van een constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media, maar is beperkt tot een criminele gebeurtenis zoals de vermissing van Anne Faber. Vervolgonderzoek zal moeten uitwijzen of de vernieuwde criteria ook van toepassing zijn op andere mediahypes. Bovendien behoeven de hernieuwde criteria die zijn opgesteld enige nuance.

5.1 Verschuiving van perspectief

Allereerst kreeg de vermissing namelijk mediabrede aandacht, maar verschilde de inhoud per mediagroep omdat iedere mediagroep bleef vasthouden aan de eigen karakteristieken. Hierdoor kan niet meer worden gesproken van een mediabreed dominant nieuwsthema. Bovendien ligt de snelheid van verspreiding van nieuws door de 24-uurs-nieuwscyclus (Bucy et al., 2007) hoger dan tijdens het onderzoek van Vasterman (2005). Dit maakt het lastiger om onderzoek te doen naar berichtgeving in kranten, omdat zij altijd minimaal één dag achterlopen.

Het proces tot de aandacht voor een breder nieuwsconcept heeft plaatsgevonden in drie fasen, waarbij telkens sprake was van een verandering van perspectief. In de eerste fase was het human interestframe met een focus gericht op Anne Faber dominant, vervolgens verschoof deze naar Michael P. en de schuldvraag en in de laatste fase domineerde het verantwoordelijkheidsframe waarbij een hogere instantie of institutie verantwoordelijk werd gehouden. Een interne *trigger* deed er telkens toe leiden dat media massaal vanuit een ander perspectief berichtten.

In de eerste twee fasen was deze verandering het gevolg van actuele en feitelijke gebeurtenissen en in de derde fase kwam er ruimte voor thematisch gerelateerd nieuws, omdat er nauwelijks meer gebeurtenissen plaatsvonden. Hoewel nieuws rond het nieuwsthema werd gekenmerkt door een mediabreed dominant perspectief, was er geen sprake van een mediabreed dominant nieuwsthema. Omdat dit komt door de verschillende karakteristieken van iedere mediagroep, moet niet enkel worden gekeken naar de hoeveelheid aandacht en het specifieke bredere concept maar ook naar het framegebruik.

Echter, met dit onderzoek kan niet worden gesteld dat in het huidige medialandschap bij iedere mediahype sprake is van deze verschuiving van perspectief. Bij een *emotionele mediahype* als die rond de vermissing van Anne Faber is de verschuiving van perspectief namelijk het gevolg van de constructie van een *signal crime*. Gedurende de zoektocht was er sprake van nieuwe ontwikkelingen, die in de eerste twee fasen hebben gezorgd voor een verandering in perspectief. Bij een mediahype gerelateerd aan een dergelijk emotionele en actuele gebeurtenis is er daarom, in tegenstelling tot politieke gebeurtenissen (Wien & Præstekær, 2009), sprake van een wisseling van aandacht en niet van afnemende nieuwsgolven. Hierdoor is er geen sprake van een vaste duur van drie weken. Er kan daarom enkel worden gesteld dat dit nieuwe patroon van toepassing is op een mediahype in combinatie met een criminele gebeurtenis die wordt geconstrueerd tot *signal crime*.

Onderzoek moet uitwijzen of ook bij een mediahype over een niet-criminele gebeurtenis geen sprake is van een mediabreed dominant nieuwsthema en er een mediabrede verandering

in perspectief plaatsvindt. In dit onderzoek is namelijk specifiek gekeken naar een focus op slachtoffer en dader, wat niet van toepassing is op alle gebeurtenissen. Het is echter niet ondenkbaar dat er ook sprake is van een verschuiving van framegebruik bij een mediahype over een niet-criminele gebeurtenis, zoals bijvoorbeeld de Europese vluchtelingencrisis. Onderzoek hiernaar moet uitwijzen of de bevindingen kunnen worden generaliseerd voor alle mediahypes.

Daarnaast moet ook aan het element van nieuwsmakende activiteiten nuance worden aangebracht. Incident gerelateerd nieuws op sociale media verschilt namelijk van die in traditionele media. Bij een emotionele mediahype als deze gaat het op sociale media voornamelijk om het uiten van verdriet, verontwaardiging en woede. In dit onderzoek is enkel gekeken of er wordt bericht over privé- of persoonlijke omstandigheden van de actoren, waar burgers op sociale media in lage mate aan kunnen meedoen. Het is bovendien interessant dat er op Facebook veel discussie ontstond over andere misdaden dan verkrachting en moord die zijn gepleegd door allochtonen, waarbij door te relateren aan Michael P. werd gesteld dat ook Nederlanders fout kunnen zijn. Daarom is meer onderzoek nodig om nieuwsmakende activiteiten op sociale media te kwantificeren, door te kijken in hoeverre het uiten van emoties leidt tot een stijging in aandacht en in hoeverre een discussie kan overslaan op een ander onderwerp. Dit kan bijvoorbeeld door middel van een sentimentanalyse zoals onder andere Stieglitz en Dang-Xuan (2013) hebben gedaan voor politiek gerelateerde berichten op Twitter.

5.2 Veranderende rol van bronnen

Hoewel media in grote mate de *primary definer* (Hall et al., 2013) van het nieuws zijn gebleven, hebben maatschappelijke actoren indirect invloed gehad op de extreme hoeveelheid aandacht en de verschuiving van het perspectief. Zij hebben journalisten namelijk, bewust of onbewust, als bron voorzien van uitspraken om over te berichten en hierdoor de mediahype in stand gehouden. Er kan echter niet meer worden gesproken van een vast patroon van brongebruik zoals bijna tien jaar geleden het geval was (Ruigrok et al., 2009; Wien & Præstekær, 2009). Een brongerichte mediahype lijkt niet meer mogelijk in het huidige medialandschap, omdat iedereen via sociale media de mogelijkheid heeft om op hetzelfde moment berichten te plaatsen en de hele dag door op elkaar kunnen reageren. Er is dan ook sprake van een explosie van interactie. Het is voor vervolgonderzoek desalniettemin interessant om te kijken of er gedurende een dag wel sprake is van bronnen die op elkaar reageren, omdat in dit onderzoek enkel is gekeken naar interactie tussen dagen. Dit kan bijvoorbeeld op de manier zoals Welbers, Van Atteveldt,

Kleinnijenhuis, en Ruigrok (2016) hebben gedaan om te onderzoeken binnen hoeveel uur online media interactie hebben met een bericht van het ANP.

Het is daarnaast interessant om in vervolgonderzoek te kijken in hoeverre journalisten uitspraken van personen op sociale media overnemen, zoals Welbers et al. (2016) hebben gedaan om te bepalen wat de invloed van ANP als *gatekeeper* is door te onderzoeken in hoeverre media deze artikelen (gedeeltelijk) overnemen. Op deze wijze zal blijken in hoeverre en welke personen op sociale media als *gatekeeper* van het nieuws in traditionele media hebben gediend. Journalisten hoeven in het huidige landschap namelijk niet meer actief op zoek te gaan naar bronnen, maar kunnen uitspraken op sociale media gebruiken om berichten aan te vullen of om het frame te bevestigen. Door sociale media zijn burgers dichterbij de journalist komen te staan en daardoor is er ook in een mediahype een grote rol weggelegd voor burgers als bron.

Daarnaast is het interessant om te onderzoeken in hoeverre politici via sociale media mogelijk invloed hebben uitgeoefend op het debat. Het is namelijk opvallend dat politici zich gedurende de mediahype buiten de discussie hebben gehouden en zij nauwelijks als bron werden gebruikt, maar er wel een politiek debat ontstond. Dit kan komen omdat het gaat om een emotionele gebeurtenis, waardoor het voor politici in tegenstelling tot de mediahype rond Fitna (Ruigrok et al., 2009) niet mogelijk is om met hun uitspraken te scoren, maar ook omdat zij minder afhankelijk zijn geworden van traditionele media. In de huidige tijdsgeest waarin sprake is van een opkomend populisme en daarmee een groeiend wantrouwen tussen wat populistische 'het volk' en de elite noemen (Mudde, 2004), lijkt de rechtspraak hier ook toe te behoren. Er is een roep ontstaan over een falend rechtssysteem, waarbij de suggestie wordt gewekt dat het niet meer gaat over rechters die mensen zijn en met hun inschattingen fouten kunnen maken, maar 'het volk' in de steek laten. Het is waarschijnlijk dat populistische politici van deze berichtgeving kunnen en willen profiteren, maar zij zijn meestal terughoudend tegenover traditionele media. Om dit te bepalen kan bijvoorbeeld een sentimentanalyse worden uitgevoerd op hun berichten op sociale media en de interactie hierop te meten (Stieglitz & Dang-Xuan, 2013).

5.3 Invloed van media

Ten slotte laat dit onderzoek zien dat media als gevolg van extensieve aandacht gedurende een mediahype een grote invloed kunnen uitoefenen op publiek en politiek. De vermissing van Anne Faber was aanleiding voor een grote discussie over de staat van het Nederlands rechtssysteem. Zelfs acht maanden later werd deze discussie opnieuw aangewakkerd in alle mediagroepen. De aanleiding hiervoor was een open brief van de vader van Anne Faber die *de Volkskrant* op 26

mei 2018 publiceerde: “Wim Faber: Anne is dood door het falen van de rechtsgang”. Ook de rechtszaak tegen Michael P. begin juni 2018 kreeg veel aandacht. Dit laat zien dat de mediahype ervoor heeft gezorgd dat de interesse zowel in de media als in de samenleving behouden bleef. Aan de andere kant zorgt dit ook voor druk op de overheid. Het is kwalijk als deze aandacht leidt tot aanpassingen van wetgeving, iets wat niet ondenkbaar is. Een grote groep advocaten richtte zich in januari 2018 met een manifest tot de Tweede Kamer om politici te laten stoppen met zogeheten *incidentenpolitiek*, politieke discussies en beleidsaanpassingen naar aanleiding van één gebeurtenis die op zichzelf staat. Echter, in dit geval moet niet alleen naar de politiek worden gekeken. Journalisten hebben er namelijk voor gezorgd dat dit onderwerp op de politieke agenda kwam te staan.

Het onderzoek van Innes (2003) laat namelijk zien dat een *signal crime* in combinatie met extreme media-aandacht potentie heeft om te leiden tot nieuwe wetgeving. In één van de voorbeelden die hij noemt, de moord op Sarah Payne in Groot-Brittannië, leidde een mediacampagne tot strenger beleid ten aanzien van de terugkeer van pedofielen in de samenleving. In het geval van Anne Faber hielden politici zich eerst op de achtergrond, maar kwamen zij door de extreme media-aandacht en massaal ondertekende petitie onder druk te staan, wat ook heeft geleid tot aanpassingen. Zo is eind januari 2018 een wetsvoorstel doorgevoerd waardoor het voor rechters gemakkelijker is om tbs op te kunnen leggen aan een weigerende verdachte, waarvoor de moord op Anne Faber de aanleiding was (Blok, 2017). Vervolgonderzoek zal moeten uitwijzen of dit daadwerkelijk het gevolg is van de ontstane druk, zoals Beyer en Figenschou (2018) bijvoorbeeld bij een andere mediahype met enquêtes hebben onderzocht of de publieke opinie veranderde door media-aandacht of een al bestaand beeld.

Journalisten, burgers en politici moeten zich er daarom, net als is gesteld naar aanleiding van de media-aandacht rond *Project X Haren* (Cohen et al., 2013), van bewust zijn dat media actoren kunnen worden in een discussie en daarmee een grote invloed kunnen hebben op het publieke debat en de publieke opinie. In het huidige medialandschap is hier ook een belangrijke rol weggelegd voor sociale media. De constante wisselwerking tussen traditionele en sociale media zorgt ervoor dat een mediahype nog meer invloed kan hebben dan voorheen al het geval was.

Literatuurlijst

- Adformatie. (2014, 18 september). Media Distillery: realtime mediamonitoring voor radio en tv. Geraadpleegd van <https://www.adformatie.nl/reputatiemanagement/media-distillery-realtime-mediamonitoring-voor-radio-en-tv>
- An, S.K., & Gower, K.K. (2009). How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage. *Public Relations Review*, 35(2), 107-112.
doi:10.1016/j.pubrev.2009.01.010
- Baneke, I. (2017, 14 oktober). 'Media zijn onnodig ver gegaan in berichtgeving rond Anne Faber'. *Trouw*. Geraadpleegd van <https://www.trouw.nl/samenleving/-media-zijn-onnodig-ver-gegaan-in-berichtgeving-rond-anne-faber--a7ebce8b/>
- Barábasi, A.L. (2016). *Network science*. Cambridge: Cambridge University Press.
Geraadpleegd van <http://barabasi.com/f/622.pdf>
- Barábasi, A.L., & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *Science*, 286(5439), 509-512. Geraadpleegd van <http://science.sciencemag.org/content/286/5439/509>
- Beyer, A., & Figenschou, T.U. (2018). Media-hypes and public opinion. Human interest frames and hype fatigue. In P. Vasterman (Red.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises and Public Opinion* (pp. 249-266). Amsterdam: Amsterdam University Press. doi:10.5117/9789462982178/ch11
- Blok, S.A. (2017, 13 oktober). *Forensische zorg* [Kamerbrief]. Geraadpleegd van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-33628-23.pdf>
- Boersma, R. [ricardoboersma]. (2017, 12 oktober). Lieve #AnneFaber, Ik ken je niet maar ook ik voel het verdriet. Het is niet eerlijk, rust zacht. [Tweet]. Geraadpleegd van <https://twitter.com/ricardoboersma/status/918539910654685186>
- Boydston, A.E., Hardy, A., & Walgrave, S. (2014). Two faces of media attention: media storm versus non-storm coverage. *Political Communication*, 31(4), 509-531.
doi:10.1080/10584609.2013.875967
- Brants, C.H., & Koenraadt, F.A.M.M. (2005). Criminaliteit en media-hype. Een terugblik op de publieke beeldvorming rond kindermoord. *Delikt en Delinkwent*, 28(6), 542-564.
Geraadpleegd van https://www.researchgate.net/publication/46674109_Criminaliteit_en_media-hype_Een_terugblik_op_de_publieke_beeldvorming_rond_kindermoord

- Broersma, M., & Graham, T. (2012). Social media as beat. Tweets as news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419.
doi:10.1080/17512786.2012.663626
- Bucy, E.P., Gantz, W., & Wang, Z. (2007). Media technology and the 24-hour news cycle. In Lin, C. A., & Atkin, D. J. (Red.), *Communication Technology and Social Change: Theory and Implications*. New York: Routledge.
- Cerese, A., & Santoro, C. (2018). From racial hoaxes to media hypes. Fake news' real consequences. In P. Vasterman (Red.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises and Public Opinion* (pp. 333-354). Amsterdam: Amsterdam University Press. doi:10.5117/9789462982178/ch15
- Cho, S.H., & Gower, K.K. (2006). Framing effects on the public's response to crisis: human interest frame and crisis type influencing responsibility and blame. *Public Relations Review*, 32(4), 420-422. doi:10.1016/j.pubrev.2006.09.011
- Cohen, M.J., Van den Brink, G.J.M., Adang, O.M.J., Van Dijk, J.A.G.M., & Boeschoten, T. (2013). *Twee werelden: you only live once: hoofdrapport*. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/rapporten/2013/03/08/twee-werelden-hoofdrapport-commissie-project-x-haren/twee-werelden-hoofdrapport-commissie-project-haren.pdf>
- Cross, K.A. (2010). Experts in the news: the differential use of sources in election television news. *Canadian Journal of Communication*, 35(3), 413-429. Geraadpleegd van <https://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/2304/2967>
- De Vreese, C.H. (2005). News framing: theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 61-62. Geraadpleegd van https://www.researchgate.net/publication/250888488_News_Framing_Theory_and_Typology
- Downs, A. (1972). Up and down with ecology: the issue-attention cycle. *The Public Interest*, 28(3), 38-50. Geraadpleegd van http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/articles/Downs_Public_Interest_1972.pdf
- Entman, R.M. (1993). Framing: towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. Geraadpleegd van <https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/articles/J-Communication-1993-Entman.pdf>
- Fidder, N. (2017, 30 september). Beste mensen: M'n vriendin is sinds gisteravond zeven uur vermist. Laatste app is een selfie in de regen. Ze heet Anne Faber. 25 jaar. Groene regenjas. zwarte opoefiets met zwart voorrek, handremmen en bagagedrager. Laatst

- bekende locatie 18.15 hollandsche rading [Facebook status update]. Geraadpleegd van <https://www.facebook.com/nathanfidder/posts/10155756692388622>
- Figenschou, T.U., Beyer, A., & Thorbjørnsrud, K. (2015). The moral police. Agenda-setting and framing effects of a new(s) concept of immigration. *Nordicom Review*, 36(1), 65-78. doi:10.1515/nor-2015-0006
- Greer, C. (2003). Sex crime and the media: press representations in Northern Ireland. In: P. Mason (Red.), *Criminal Visions: Media representations of crime and justice* (pp. 90-115). London: Routledge.
- Greer, C. (2007). News media, victims and crime. In P. Davies, P. Francis, & C. Greer (Red.), *Victims, Crime and Society* (pp. 20-49). London: Sage.
- Groshek, J., & Tandoc, E. (2017). The affordance effect: gatekeeping and (non) reciprocal journalism on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 66, 201-210. doi:10.1016/j.chb.2016.09.020
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (2013). *Policing the crisis: Mugging, the state and law and order*. London: Palgrave Macmillan
- Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242. doi:10.1207/s1532754xjpr1103_02
- Hamilton, J. (2004). *All the News that's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*. Princeton: Princeton University Press.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 1-19. doi:10.1080/1461670X.2016.1150193
- Hestermann, T. (2016). "Violence against children sells very well". Reporting crime in the media and attitudes to punishment. In: H. Kury, S. Redo & E. Shea (Red.), *Woman and children as victims and offenders: background, prevention, reintegration* (pp. 923-947). Cham: Springer. doi:10.1007/978-3-319-08398-8_33
- Innes, M. (2003). 'Signal crimes': detective work, mass media and constructing collective memory. In P. Mason (Red.), *Criminal Visions: Media representations of crime and justice* (pp. 51-69). London: Routledge.
- Kepplinger, H.M., & Habermeier, J. (1995). The impact of key events on the presentation of reality. *European Journal of Communication*, 10(3), 371-390. doi:10.1177/0267323195010003004
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology* (3^{de} druk). Thousand Oaks: Sage.

- Lasorsa, D.L., Lewis, S.C., & Holton, A.E. (2011). Normalizing Twitter: journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19-36.
doi:10.1080/1461670X.2011.571825
- Lecheler, S., & Kruikemeier, S. (2015). Re-evaluating journalistic routines in a digital age: a review of research on the use of online sources. *New Media & Society*, 18(1), 156-171.
doi:10.1177/1461444815600412
- Moeller, S.D. (2002). *Compassion fatigue. How the media sell disease, famine, war and death*. New York: Routledge.
- Mudde, C. (2004). The popular zeitgeist. *Government and opposition*, 39(4), 541-563.
doi:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x
- Ott, B. L., & Aoki, E. (2002). The politics of negotiating public tragedy: media framing of the Matthew Shepard murder. *Rhetoric & Public Affairs*, 5(3), 483-505. Geraadpleegd van <http://muse.jhu.edu.our.idm.oclc.org/article/30005>
- Pang, A. (2013). Social media hype in times of crises: nature, characteristics and impact on organizations. *Asia Pacific Media Educator*, 23(2), 309-336.
doi:10.1177/1326365X13517189
- Pang, A., Hassan, N.B.B.A., & Chong, A.C.Y. (2013). Negotiation crisis in the social media environment: evolution of crises online, gaining credibility offline. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(1), 96-118. doi:10.1108/CCIJ-09-2012-0064
- Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229-237.
doi:10.1080/14616700050028226
- Poel, T., & Van Dijck, J. (2015). Democratisering van het nieuws? Sociale media en de onafhankelijkheid van de journalistiek. In J. Bardoel & H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 343-359). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Politie Nederland. (2015). Landelijke lijst langdurig vermiste personen. Geraadpleegd van <https://www.politie.nl/nieuws/2015/mei/8/landelijke-lijst-langdurig-vermiste-personen.html>
- Præstekær, C.E., & Wien, C. (2008). What's the fuss about? The interplay of media hypes and politics. *Press/Politics*, 13(3), 247-266. doi:10.1177/1940161208319292
- Roese, V. (2018). You won't believe how co-dependent they are. Or: media hype and the interaction of news media, social media, and the user. In P. Vasterman (Red.), *From Media Hype to Twitter Storm. News Explosions and Their Impact on Issues, Crises*

- and Public Opinion* (pp. 313-332). Amsterdam: Amsterdam University Press.
doi:10.5117/9789462982178/ch14
- Ruigrok, N., Scholten, O., Krijt, M., & Schaper, J. (2009). Fitna in de media: een brongerichte mediahype. *Tijdschrift voor de Communicatiewetenschap*, 37(3), 238-253.
Geraadpleegd van https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl/inhoud/tijdschrift_artikel/CW-37-3-238/Fitna-in-de-media-een-brongerichte-mediahype
- Sacco, V. F. (1995). Media constructions of crime. *The Annals of the American academy of political and social science*, 539(1), 141-154. Geraadpleegd van <https://www.jstor.org/stable/pdf/1048402.pdf>
- Schaafsma, P. J. [PJSchaafsma]. (2017, 18 oktober). Hoe bevalt dat, @RechtspraakNL, dat nu al 400k NL'ers rechters de schuld geven van de gruwelijke verkrachting en dood van #AnneFaber? [Tweet]. Geraadpleegd van <https://twitter.com/PJSchaafsma/status/920551473313992704>
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton & Company.
- Semetko, H.A., & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
doi:10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x
- Shih, T. J., Wijaya, R., & Brossard, D. (2008). Media coverage of public health epidemics: linking framing and issue attention cycle toward an integrated theory of print news coverage of epidemics. *Mass Communication & Society*, 11(2), 141-160.
doi:10.1080/15205430701668121.
- Shoemaker, P.J., & Vos, T.P. (2009). *Gatekeeping Theory*. New York: Routledge.
- Slater, M.D. (2007). Reinforcing spirals: the mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behavior and social identity. *Communication theory*, 17(3), 281-303. doi:10.1111/j.1468-2885.2007.00296.x
- Stieglitz, S., & Dang-Xuan, L. (2013). Emotions and information diffusion in social media. Sentiment of microblogs and sharing behavior. *Journal of management information systems*, 29(4), 217-248. doi:10.2753/MIS0742-1222290408
- Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies* 6(3), 331-345.
doi:10.1080/14616700500131950
- Uribe, R., & Gunter, B. (2007). Are 'sensational' news stories more likely to trigger viewers' emotions than non-sensational news stories? *European Journal of Communication*, 22(2), 207-228. doi:10.1177/0267323107076770

- Van Atteveldt, W.H. (2008). *Semantic Network Analysis. Techniques for Extracting, Representing, and Querying Media Content*. Geraadpleegd van http://vanatteveldt.com/p/vanatteveldt_semanticnetworkanalysis.pdf
- Van Atteveldt, W., Ruigrok, N., Takens, J. & Jacobi, C. (2014). *Inhoudsanalyse met AmCAT*. Geraadpleegd van <http://vanatteveldt.com/wp-content/uploads/amcatbook.pdf>
- Van Dijk, J., Boeschoten, T., Ten Tije, S., & Van de Wijngaert, L. (2013). *De weg naar Haren: de rol van jongeren, sociale media, massamedia en autoriteiten bij de mobilisatie voor Project X Haren: deelrapport 2*. Geraadpleegd van <https://research.utwente.nl/files/5142026/de-weg-naar-haren-commissie-project-haren.pdf>
- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507. doi:10.1177/0267323105058253
- Vasterman, P.L.M. (2005). Media-hype: self-reinforcing news waves, journalistic standards and the construction of social problems. *European Journal of Communication*, 20(4), 508-530. doi:10.1177/0267323105058254
- Vasterman, P., & Wijfjes, H. (2015). Forumartikel: rapport Project X Haren revisited. Een kritische beschouwing over onderzoek naar media in de Facebook-rellen van september 2012. *Tijdschrift voor de Communicatiewetenschap*, 43(2), 108-126. Geraadpleegd van https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl/inhoud/tijdschrift_artikel/CW-43-2-108/Forumartikel-Rapport-Project-X-Haren-revisited
- Vliegthart, R., Boomgaarden, H.G., & Boumans, J.W. (2011). Changes in political news coverage: personalization, conflict and negativity in British and Dutch newspapers. In K. Brandts, & K. Volmer (Red.), *Challenging the Primacy of Politics* (pp. 92-110). London: Palgrave Macmillan.
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2016). A gatekeeper among gatekeepers. *Journalism Studies*, 19(3), 315-333. doi:10.1080/1461670X.2016.1190663
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N., & Schaper, J. (2016). News selection criteria in the digital age: professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 17(8), 1037-1053. doi:10.1177/1464884915595474
- Wien, C., & Præstekær, C.E. (2009). An anatomy of media hypes: developing a model for the dynamics and structure of intense media coverage of single issues. *European Journal of Communication*, 24(2), 183-201. doi:10.1177/0267323108101831

Wolfsfeld, G. (2014). Telling a good story. In G. Wolfsfeld, *Making Sense of Media & Politics*. (pp. 72-94). New York: Routledge.

Wolfsfeld, G., & Sheafer, T. (2006). Competing actors and the construction of political news: the contest over waves in Israel. *Political Communication*, 23(3), 333-354.
doi:10.1080/10584600600808927

Bijlage A: Overzicht mediagroepen

Groep	Media
Landelijke kranten	Algemeen Dagblad, De Telegraaf, De Volkskrant, NRC Handelsblad en Trouw
Regionale kranten	AD/Amersfoortse Courant, AD/De Dordtenaar, AD/Groene Hart, AD/Haagsche Courant, AD/Rivierenland, AD/Rotterdams Dagblad, AD/Utrechts Nieuwsblad, BN/DeStem, Brabants Dagblad, Dagblad De Limburger, De Gelderlander, De Gooi- en Eemlander, De Stentor, De Twentsche Courant Tubantia, Eindhovens Dagblad, Haarlems Dagblad, Het Parool, Leeuwarder Courant, Leids Dagblad, Limburgs Dagblad, Metro, Nederlands Dagblad, Noordhollands Dagblad, Provinciale Zeeuwse Courant en Reformatorisch Dagblad
Websites	Websites van de landelijke en regionale kranten (zoals hierboven genoemd), FOK.nl, Hart van Nederland, GeenStijl, Nieuws.nl, NOS, NU.nl en RTL Nieuws
Televisie en radio	De Wereld Draait Door, EditieNL, EenVandaag, Goedemorgen Nederland, Hart van Nederland, Jinek, Nieuwsuur, NOS Journaal, Pauw, Radio EenVandaag, RTL Boulevard, RTL Late Night en RTL Nieuws
Facebook	Facebook
Twitter	Twitter

Bijlage B: Codeerinstructie

Elke vraag kan met ja (= 1) of nee (= 0) worden beantwoord. Behalve de vraag over het brongebruik, die op zinsniveau wordt gecodeerd, wordt op artikelniveau gecodeerd. Voor één artikel kunnen telkens meerdere vragen met ja worden beantwoord, tenzij anders is aangegeven. Ook de kop van een artikel moet als onderdeel van het artikel in aanmerking worden genomen bij het beantwoorden van de vragen. De vraag over het brongebruik wordt niet beantwoord voor berichten op Facebook en Twitter.

Als een artikel niet relevant is, dus geen betrekking heeft op de vermissing van Anne Faber, wordt deze niet gecodeerd. Een artikel is ook niet relevant als deze nauwelijks informatie bevat over de vermissing, zoals bijvoorbeeld een korte vermelding in een eindejaarsoverzicht of een ‘top 5 online best gelezen’ waarin alleen wordt verwezen naar een titel. Bij bijvoorbeeld een jaaroverzicht waarin wel voldoende over Anne Faber staat, wordt alleen het deel gecodeerd dat betrekking heeft op Anne Faber.

Human interestframe

Met het human interestframe wordt een gebeurtenis, kwestie of probleem gepersonaliseerd, gedramatiseerd of emotioneel gemaakt om de belangstelling van het publiek te wekken en vast te houden (Semetko & Valkenburg, 2000). Hierdoor zorgt dit voor gevoelens van verontwaardiging, empathie, sympathie of medeleven. De berichtgeving vanuit dit frame kan gericht zijn ten aanzien van het slachtoffer of de dader. Als berichtgeving gericht is op Anne Faber, betekent dit dat sympathie wordt getoond voor Anne Faber (Hestermann, 2016). Als berichtgeving gericht is op Michael P., betekent dit dat dit wordt gebruikt om de lezer te choqueren door verontwaardiging of woede op te roepen (Greer, 2003).

1. Is de focus van het artikel gericht op Anne Faber?

Hiermee wordt bedoeld dat er in het artikel sprake is van een personalisering van Anne Faber. Dit betekent dat de focus meer is gericht op het slachtoffer dan op de dader. Het onderwerp van het artikel moet met Anne Faber een menselijk gezicht krijgen. Dit is bijvoorbeeld het geval als het artikel informatie bevat over Anne Faber, de lezer maakt dan kennis met haar. Een voorbeeld hiervan is een artikel waarin wordt gesproken over haar vermissing en wordt benadrukt wie Anne Faber is. Het kan ook minder nadrukkelijk voorkomen, bijvoorbeeld een verslag van de zoektocht waarbij aandacht wordt besteed aan de situatie van de familie en nabestaanden. Het

gaat erom dat de lezer bij het lezen van het artikel voornamelijk denkt aan het slachtoffer en niet aan de dader. Dit is bijvoorbeeld het geval als je door het artikel medeleven krijgt met Anne Faber of nabestaanden. Bij het lezen van het artikel voelt Anne Faber aan als ‘één van je naasten’, dit kan bijvoorbeeld komen doordat er wordt gesproken over ‘Anne’ zonder haar achternaam te noemen. Als het artikel ook persoonlijke informatie bevat over Michael P., wordt een keuze gemaakt welke focus het meest dominant is. Een aanwijzing dat dit ten aanzien van Anne Faber is, is dat bijvoorbeeld de titel of inleiding is gericht op Anne Faber en Michael P. als aanvulling op het artikel wordt gebruikt. Het is van belang dat het artikel ook compleet is als de informatie over Michael P. wordt weggelaten.

2. Is de focus van het artikel gericht op Michael P.?

Hiermee wordt bedoeld dat er in het artikel sprake is van een personalisering van Michael P. Dit betekent dat de focus meer is gericht op de dader dan op het slachtoffer. Het onderwerp van het artikel moet met Michael P. een menselijk gezicht krijgen. Dit is bijvoorbeeld het geval als een artikel informatie bevat over Michael P., de lezer maakt dan kennis met hem. Een voorbeeld hiervan is een artikel waarin eerdere misdrijven van Michael P. worden besproken of over het rechtssysteem wordt bericht en Michael P. wordt beschreven. Het kan ook minder nadrukkelijk voorkomen, bijvoorbeeld een interview met vrienden of familie van Michael P. Het gaat erom dat de lezer bij het lezen van het artikel voornamelijk denkt aan de dader en niet aan het slachtoffer. Dit is bijvoorbeeld het geval al er woede tegen of angst voor Michael P. wordt opgewekt. Bij het lezen van het artikel moet de lezer worden gechoqueerd door het doen en laten van Michael P. Als het artikel ook persoonlijke informatie bevat over Anne Faber, wordt een keuze gemaakt welke focus het meest dominant is. Een aanwijzing dat dit ten aanzien van Michael P. is, is dat bijvoorbeeld de titel of inleiding op hem is gericht en Anne Faber als aanvulling wordt gebruikt. Het is van belang dat het artikel ook compleet is als de informatie over Anne Faber niet wordt gelezen.

3. Gebruikt het artikel bijvoeglijke naamwoorden of persoonlijke kenmerken die zorgen voor gevoelens van verontwaardiging, empathie, sympathie of medeleven?

Hierbij kan worden gedacht aan zinnen waarin wordt benadrukt dat Anne Faber “een onschuldige fietstocht” maakte, of dat ze is “opgeofferd” voor het rechtssysteem. Dit kan ook gericht zijn tegen Michael P., door hem op dramatische wijze bijvoorbeeld neer te zetten als “veroordeelde, nietsontziende misdadiger” of “gruwelijke verkrachter”. Het gaat er hierbij om dat door bepaalde woorden in een zin of tekst gevoelens kunnen worden opgewekt, wat niet zou

gebeuren als het woord wordt weggelaten of wordt vervangen door een ander woord. Voorbeelden hiervan zijn: “Nederland heeft iets om over na te denken”, “het is verschrikkelijk wat zich hier heeft afgespeeld”, “hartverwarmend”, “tot in het diepst van mijn ziel geraakt” en “de jonge vrouw”.

4. Wordt in het artikel de nadruk gelegd hoe mensen door de vermissing worden geraakt?

Het gaat er hierbij om dat uit het artikel blijkt dat de vermissing iets met mensen doet. Het hoeft hierbij niet alleen te gaan om directe betrokkenen zoals familie, maar het kan ook gaan om mensen die Anne Faber niet persoonlijk kennen. Dit is bijvoorbeeld het geval als wordt beschreven hoe iemand wordt geraakt door haar vermissing of dood, of dat er angst of woede is ontstaan door de daad van Michael P. Het kan hierbij gaan om een individu, maar ook de samenleving als geheel. Van belang is dat uit het artikel duidelijk blijkt dat mensen door de vermissing worden geraakt en dat dit geen nieuws zou zijn als deze persoon niet afweet van de vermissing. Het kan bijvoorbeeld gaan om een artikel waarin een omwonende zegt dat hij bang is om rond de kliniek te lopen, of dat iemand het erover heeft dat hij zelf ook een dochter heeft waarbij dit had kunnen gebeuren. Het kan ook minder expliciet zijn, bijvoorbeeld met een bericht waarin wordt verteld dat er veel vrijwilligers meezoeken naar Anne Faber.

5. Gaat het artikel in op het privéleven of persoonlijke omstandigheden van de actoren?

Hiermee wordt bedoeld dat het artikel ingaat op de achtergrond van Anne Faber, Michael P. of nabestaanden (ook andere actoren als nabestaanden van eerdere misdrijven). Dit is bijvoorbeeld het geval als een profiel wordt geschetst van wie zij zijn, om de persoon ‘te leren kennen’. Hieronder vallen alle omstandigheden van deze actoren, dus bijvoorbeeld ook een schets van de fietstocht van Anne Faber, wat er zou zijn gebeurd tijdens haar vermissing maar ook informatie over de eerdere misdrijven van Michael P. of hoe hij leefde in de kliniek. Het artikel moet echt iets bevatten waardoor je de persoon beter leert kennen. Het maakt niet uit of dit op de waarheid gebaseerd is of een gerucht is.

Verantwoordelijkheidsframe

Bij het verantwoordelijkheidsframe wordt de verantwoordelijkheid van een gebeurtenis of probleem toegeschreven aan de overheid, een groep of individu (Semetko & Valkenburg, 2000). De verantwoordelijkheid in berichtgeving over criminaliteit kan worden toegewezen op drie niveau's: gericht tegen de dader, de samenleving of instituties (Sacco, 1995). In deze context wordt een onderscheid gemaakt tussen het Nederlandse rechtssysteem, de kliniek Den Dolder

en Michael P. Het gaat hierbij zowel om wie er verantwoordelijk is, als wie de mogelijkheid heeft om het probleem te verlichten en wat de mogelijke oplossingen zijn (Semetko & Valkenburg, 2000). Er kunnen meerdere oplossingen zijn zoals het aanpassen van de wetgeving om sneller tbs op te kunnen leggen of strengere maatregelen in de kliniek. Een deel van de vragen gaat erover of iets wordt gesuggereerd. Dit betekent dat iets niet expliciet in de tekst hoeft te staan, maar dat dit wel de suggestie kan wekken dat dit zo is.

1. Suggereert het artikel dat het rechtssysteem de mogelijkheid heeft om het probleem te verlichten?

Met het probleem verlichten wordt bedoeld dat dit een volgende keer kan worden voorkomen door het rechtssysteem aan te passen. Het gaat er hierbij niet alleen om dat de dood van Anne Faber wordt toegewezen aan de staat van het huidige rechtssysteem, maar dat echt de suggestie wordt gewekt dat dit in de toekomst kan worden voorkomen door dit rechtssysteem aan te passen. Voldoende is dus niet als enkel wordt gesteld dat het huidige rechtssysteem niet meer voldoet, want dit laat niet zien dat het rechtssysteem de mogelijkheid heeft om dit een volgende keer te voorkomen. Er is sprake van een mogelijkheid tot verlichting als bijvoorbeeld wordt gesteld dat dit niet had gebeurd als rechters tbs konden opleggen zonder medewerking van de dader. Er hoeft niet specifiek een oplossing te worden benoemd, voldoende is ook als simpelweg wordt gesproken over ‘een nieuwe wet’.

2. Suggereert het artikel dat het rechtssysteem verantwoordelijk is voor het probleem?

Hiermee wordt bedoeld dat er wordt gesteld dat de dood van Anne Faber de schuld is van het rechtssysteem in Nederland. Het gaat er hierbij niet alleen om dat expliciet wordt gesteld dat het rechtssysteem heeft gefaald, maar ook als wordt verwezen naar iets wat met het rechtssysteem te maken heeft. Hiervan is bijvoorbeeld sprake als wordt gesteld dat het niet juist is dat Michael P. geen tbs kreeg opgelegd, als wordt gesteld dat de rechter hem een hogere straf had moeten geven of als wordt gesteld dat Michael P. in de gevangenis had moeten zitten en niet in de kliniek. Als wordt ingegaan op de omstandigheden in de kliniek, bijvoorbeeld dat hij teveel vrijheid had, is dit geen verwijt aan het rechtssysteem.

3. Suggereert het artikel dat de kliniek Den Dolder of Michael P. en niet het rechtssysteem verantwoordelijk is voor het probleem?

Hiermee wordt bedoeld dat de dood van Anne Faber kan worden toegeschreven aan de omstandigheden in de kliniek, bijvoorbeeld dat Michael P. hier vrij kon rondlopen, of dat

expliciet Michael P. verantwoordelijk is voor het probleem. Het is van belang dat de schuld niet expliciet wordt toegewezen aan het rechtssysteem, maar enkel of ook aan de kliniek of Michael P. Hiervan is sprake als bijvoorbeeld de suggestie wordt gewekt dat dit niet had gebeurd als Michael P. in een andere kliniek had gezeten, als de suggestie wordt gewekt dat een andere persoon in de kliniek dit niet had gedaan (dat niemand het had kunnen voorkomen omdat het Michael P. is) maar ook als een artikel uitdrukkelijk over Michael P. gaat als verdachte, waarin niet wordt gesproken over het rechtssysteem. Het gaat er hierbij om dat de suggestie wordt gewekt, dus hiervan is ook sprake als het volgende wordt gezegd: “opvallend is dat hij de dag ervoor liep te zwaaien met een mes”. Niet voldoende is dat enkel “verdachte Michael P.” wordt genoemd. Het is mogelijk dat in één artikel zowel de verantwoordelijkheid bij het rechtssysteem als bij de kliniek en/of Michael P. wordt neergelegd.

4. Stelt het artikel oplossingen voor het probleem voor?

Hieronder vallen alle genoemde oplossingen die ertoe dienen om eenzelfde situatie te voorkomen, zoals een aanpassing van de wetgeving om sneller tbs op te leggen of maatregelen gericht tegen de kliniek, het benadrukken van het instellen van de SOS-functie op een telefoon, dat de rechter naar wetenschappelijk onderzoek over recidivegevaar moet kijken bij het opleggen van een straf of dat er meer moet worden gesurveilleerd rondom de kliniek.

5. Suggereert het artikel dat het probleem dringende actie vereist?

Hiermee wordt bijvoorbeeld bedoeld dat er aanpassingen nodig zijn en als dit niet gebeurt, dat dit in de toekomst vaker voor zal komen. Het gaat er hierbij om dat de suggestie wordt gewekt dat er iets moet veranderen, dus dit hoeft niet expliciet worden genoemd. Een voorbeeld hiervan is een artikel waarin wordt gesteld dat het gevaar van zedendelinquenten niet goed wordt ingeschat door de rechter. Dit suggereert dat er snel iets moet veranderen, omdat dit bij een volgende rechtszaak opnieuw het geval kan zijn. Ook als er meerdere gezichtspunten worden besproken of meerdere actoren, laat dit zien dat het een dringende kwestie is en dat iedereen er dus mee bezig is en dat er dus actie nodig is.

Nieuwsthema

Het gaat er hierbij om in welk breder concept, oftewel welk nieuwsthema, de vermissing van Anne Faber wordt geplaatst. Dit nieuwsthema komt voort uit de sleutelgebeurtenis, de vermissing van Anne Faber, en vormt het uitgangspunt van de berichtgeving (Vasterman, 2005). Het nieuwsthema kenmerkt zich doordat er sprake is van een specifiek concept dat wordt

gepresenteerd of vergelijkbare gebeurtenissen in een breder concept wordt geplaatst. Het gaat er hierbij dus om dat een probleem in één beeld wordt geplaatst. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen vier nieuwsthema's. Een artikel kan maximaal één nieuwsthema bevatten. Als een artikel onder meerdere nieuwsthema's worden gecodeerd, dan wordt het thema gekozen die het meest prominent aanwezig is. Indicatoren hiervan zijn het thema in de titel en de inleiding. Als deze bijvoorbeeld over het Nederlandse rechtssysteem gaan en de vermissing van Anne Faber als aanvulling of achtergrondartikel wordt gebruikt, wordt het Nederlandse rechtssysteem als thema gecodeerd.

Thema	Uitleg
Vermissing van Anne Faber	Berichtgeving die in de context wordt geplaatst van de vermissing van Anne Faber. Hiermee wordt bedoeld dat de berichtgeving expliciet is gericht op daadwerkelijke gebeurtenissen rond de vermissing van Anne Faber, bijvoorbeeld een verslag van de zoektocht. Hiervan is ook sprake als een artikel over Michael P. gaat in de context van de vermissing maar niet in de context van het rechtssysteem of de kliniek, bijvoorbeeld als wordt omschreven wie Michael P. is.
Nederlandse rechtssysteem	Berichtgeving die in de context wordt geplaatst van het Nederlandse rechtssysteem. Voorbeelden hiervan zijn achtergrondartikelen wanneer tbs kan worden opgelegd, maar ook artikelen waarin kritiek wordt geuit op het rechtssysteem.
Kliniek Den Dolder	Berichtgeving die in de context wordt geplaatst van de kliniek Den Dolder. Hierbij kan worden gedacht aan achtergrondartikelen over de kliniek of een reportage over de kliniek.
Ander thema	Berichtgeving die in een andere context wordt geplaatst dan de bovengenoemde thema's.

Brongebruik

Er is sprake van brongebruik als een actor anders dan het eigen medium wordt geciteerd of geparafraseerd (Ruigrok et al., 2009). Van belang is dat het medium vanwaar het artikel

vandaan komt, iets niet had kunnen schrijven als dit niet was verteld of openbaar gemaakt door de bron die wordt gebruikt. Voorbeelden hiervan zijn:

“‘Anne Faber was al bijna veertien dagen vermist, dus datgene wat er nog aan bewijs is wil je niet kwijtraken’, benadrukt forensisch patholoog Frank van de Goot” (Gelderlander, 12 oktober 2017). In dit geval is er sprake van citering van een expert.

“Na het uitlezen van haar telefoongegevens denkt de politie de fietsroute van de vermiste Anne Faber te hebben achterhaald” (Telegraaf, 3 oktober 2017). In dit geval is er geen citaat, maar wel een parafrasering van politie. Het medium heeft deze informatie immers van de politie. Het is mogelijk dat een artikel meerdere bronnen bevat. In dit geval worden alle bronnen gecodeerd. Het kan ook zijn dat er in één zin sprake is van meerdere bronnen. Als bijvoorbeeld wordt vermeld dat een uitspraak afkomstig is van sociale media, wordt gekeken naar de persoon of instantie die het bericht op sociale media heeft geplaatst maar wordt ook vermeld dat de uitspraak op sociale media is gedaan. Een voorbeeld hiervan is:

“Het onderzoek in zijn woning is inmiddels afgerond, meldt de politie dinsdagavond op Twitter” (Hart van Nederland, 11 oktober 2017). In dit geval is er sprake van zowel de politie als sociale media als bron.

Alle bronnen worden op zinsniveau gecodeerd. Als er een bron wordt gebruikt die niet onder de genoemde codes valt, wordt deze gecodeerd als andere bron. Als er geen bron wordt genoemd of een uitspraak van het medium zelf afkomstig is, wordt er niets gecodeerd. Als een bepaalde bron meerdere malen in een artikel wordt genoemd, bijvoorbeeld twee uitspraken van dezelfde expert, wordt deze één keer gecodeerd. Als twee verschillende experts als bron dienen, worden beide experts gecodeerd. Er wordt onderscheid gemaakt tussen de volgende bronnen.

Bron	Uitleg
Politici	Uitspraken van zittende politici op elk niveau van de overheid (landelijk, provinciaal of gemeente), burgemeesters, kandidaten, ex-kandidaten of ex-politici (Cross, 2010). Hieronder vallen ook woordvoerders van deze actoren.

Politie	Uitspraken van politieagenten, personen uit het leger, het Openbaar Ministerie, officieren van justitie, of woordvoerders hiervan.
Experts	Uitspraken van personen die door het medium worden aangemerkt als deskundige: iemand die wordt gebruikt als gevolg van een institutie waarbij hij of zij is aangesloten of op basis van ervaring (Cross, 2010). Voorbeelden hiervan zijn: hoogleraar, rechter, forensisch patholoog, advocaat maar ook personen als Peter R. de Vries of John van den Heuvel. Als er sprake is van een uitspraak van een expert die betrokken is bij de zaak, zoals de rechter of advocaat van Michael P., is er geen sprake van een expert maar van een betrokkene.
Betrokkenen	Uitspraken van verwanten en andere betrokkenen bij de vermissing: familie, collega's en vrienden van Anne Faber of Michael P. Het gaat hierbij zowel om personen die al voor de vermissing een directe band hadden met Faber of P. als om andere actoren die op een manier direct betrokken zijn bij Anne Faber of Michael P., zoals de advocaat van Michael P., iemand van de kliniek Den Dolder of een slachtoffer van een eerder misdrijf van Michael P. Als er een uitspraak is van iemand die bijvoorbeeld enkel in hetzelfde dorp woont, is hij geen betrokkene.
Burgers	Uitspraken van personen die niet onder de bovengenoemde groepen vallen en voor rekening van burgers komen: uitspraken van 'mensen op straat' die geen betrokkene zijn bij de vermissing (Cross, 2010; Ruigrok et al., 2009). Hiervan is ook sprake bij bijvoorbeeld een uitspraak van een persoon die vlakbij de kliniek woont of een uitspraak van een persoon die vroeger (al dan niet samen met Michael P.) in de kliniek heeft gezeten. Uitspraken van BN'ers die niet onder de bovengenoemde groepen vallen, worden ook aangemerkt als burger.
Andere media	Uitspraken waarbij wordt verwezen naar uitspraken van andere media dan het medium dat het artikel heeft geschreven. Als deze uitspraak van het andere medium van een bron afkomstig is, wordt ook deze bron

gecodeerd. In dit geval worden er dus twee bronnen gecodeerd. Voorbeelden hiervan zijn “meldt de politie op Twitter” en “dat meldde de politie in Opsporing Verzocht”.

Andere bron Uitspraken waarvan duidelijk is dat deze afkomstig zijn van een bron en dus niet van het medium zelf, maar die niet vallen onder bovengenoemde bronnen. Dit kan bijvoorbeeld gaan om anonieme bronnen.

Bijlage C: Cohen's kappa

Human interestframe

Vraag	Cohen's Kappa
Human interest 1	.866
Human interest 2	.754
Human interest 3	.648
Human interest 4	.932
Human interest 5	.733
Totaal	.787

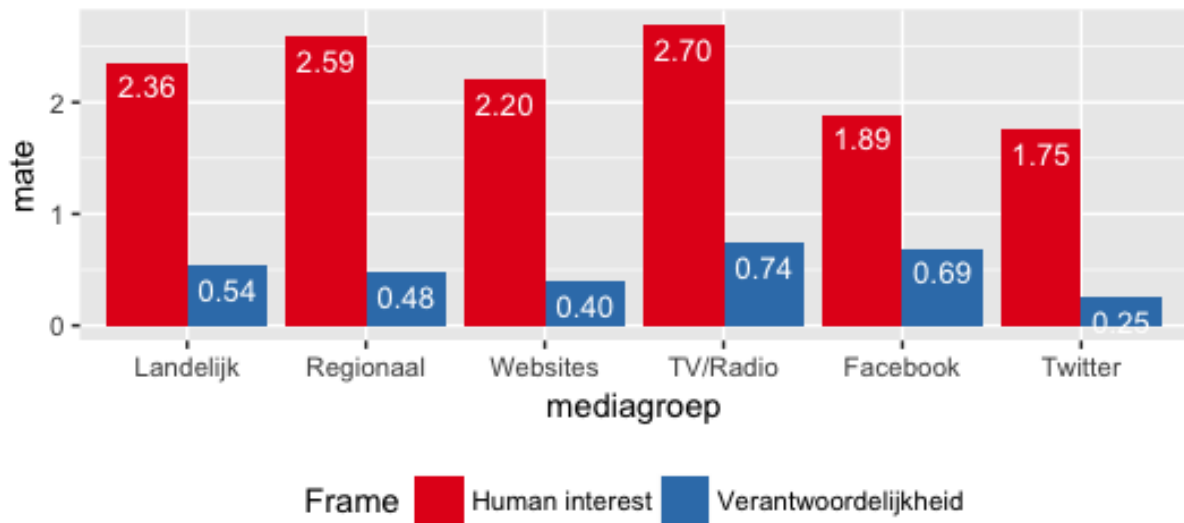
Verantwoordelijkheidsframe

Vraag	Cohen's Kappa
Verantwoordelijkheid 1	.783
Verantwoordelijkheid 2	1
Verantwoordelijkheid 3	.714
Verantwoordelijkheid 4	.630
Verantwoordelijkheid 5	.870
Totaal	.799

Bronnen

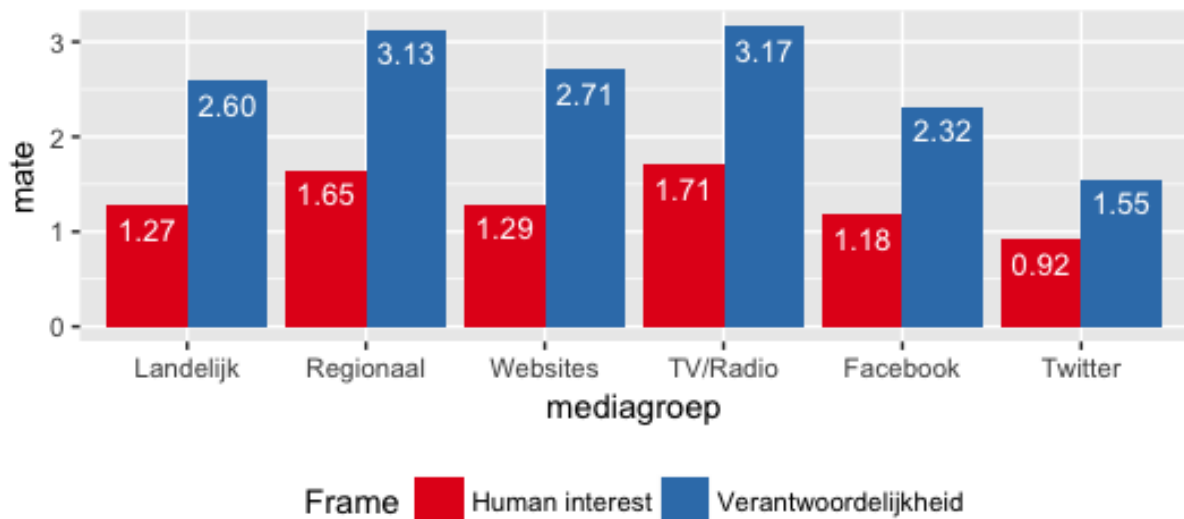
Bron	Cohen's Kappa
Politici	1
Politie	1
Experts	.664
Betrokkenen	.902
Burgers	.911
Andere media	.889
Andere bron	1
Totaal	.909

Bijlage D: Framegebruik per nieuwsthema



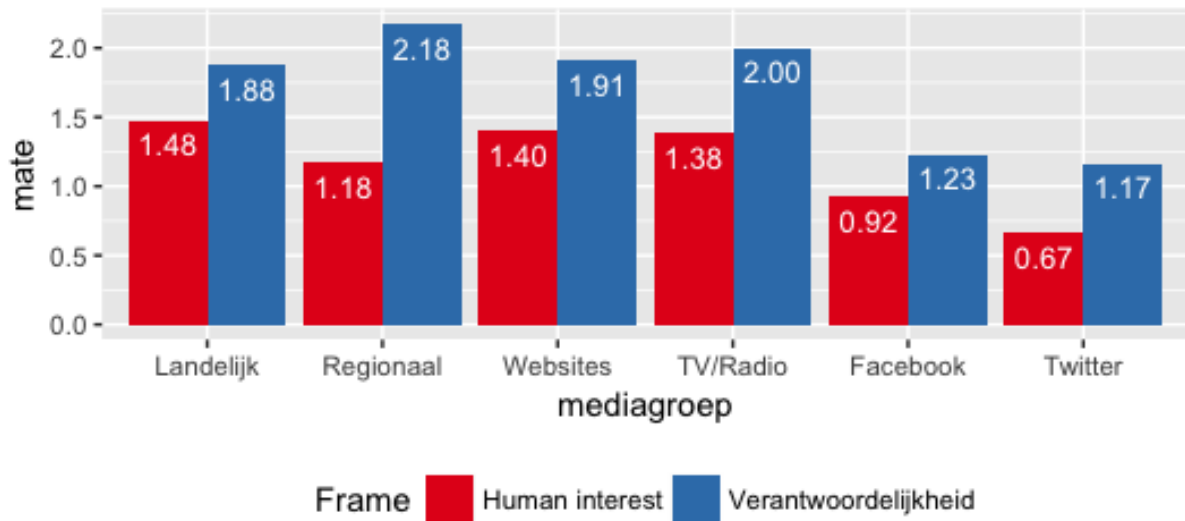
Bijlage D1.

Gemiddelde mate van framegebruik per mediagroep in berichten met het thema vermissing van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 (N = 916)



Bijlage D2.

Gemiddelde mate van framegebruik per mediagroep in berichten met het thema rechtssysteem van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 (N = 398)



Bijlage D3.

Gemiddelde mate van framegebruik per mediagroep in berichten met het thema kliniek van 29 september 2017 tot en met 31 januari 2018 (N = 168)