

Het Openbaar Ministerie onder een vergrootglas van de media

Een onderzoek naar berichtgeving van het Openbaar Ministerie in Nederlandse kranten

Student Name: Fadoua Elabbadi

Student Number: 482137

Supervisor: Dr. Nel Ruigrok

Master Media Studies - Media & Journalistiek
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master's Thesis
June 2020

Het Openbaar Ministerie onder een vergrootglas van de media

Een onderzoek naar berichtgeving van het
Openbaar Ministerie in Nederlandse kranten

ABSTRACT

De relatie tussen het Openbaar Ministerie (OM) en de media staat in deze thesis centraal. Het OM probeert via persberichten de berichtgeving in de media te beïnvloeden om draagvlak bij het publiek te creëren. Aan de andere kant hebben de media enerzijds de taak het publiek te informeren, maar zijn anderzijds ook afhankelijk van het publiek, zeker in de steeds commerciëler wordende mediamarkt. Deze relatie tussen de media en het OM is onderzocht aan de hand van de onderzoeksvraag “*In hoeverre hebben persberichten van het Openbaar Ministerie invloed op de media-agenda van Nederlandse populaire en kwaliteitskranten en in hoeverre worden deze berichten ge(re)framed?*” Hierbij is, middels een kwantitatieve inhoudsanalyse, gekeken naar drie aspecten: de hoeveelheid en de selectie van de persberichten in het nieuws, het citaatgebruik van het OM in mediaberichtgeving en de invloed van het OM op het gekozen perspectief, oftewel (re)framing. Bij al deze aspecten zijn de verschillen tussen populaire en kwaliteitskranten onderzocht. Uit het onderzoek komt naar voren dat de media steeds vaker gebruikmaken van persberichten van het OM, vooral de kwaliteitskranten. Het gaat dan voornamelijk om persberichten over gewelddadige onderwerpen. Vooral bij populaire kranten hebben geweld, drama en sensatie de overhand, terwijl kwaliteitskranten diverser zijn wat de gekozen persberichten betreft. Toch vinden de kranttypen de persberichten op dezelfde momenten nieuwswaardig, zijn de citaten van het OM oververtegenwoordigd in de mediaberichtgeving en hebben beide kranttypen een sterke voorkeur om slachtoffers en daders in de berichtgeving aan het woord te laten. Deze overeenkomsten duiden op gelijksoortige procedures in het nieuwsselectieproces, oftewel institutionalisme van het nieuws. Het nieuws dat het OM heeft weten aan te sturen, bevat vooral episodische, gezag- en handhavingsframes. Ook zijn de media geneigd voornamelijk persberichten met thematische en slachtofferframes te reframen naar episodische, gezag- en handhavingsframes. Bovendien worden politieke frames in het nieuws op complementaire wijze gebruikt en neigen journalisten naar stereotypering, waarbij er sprake is van associaties tussen personen met Marokkaanse herkomst en criminaliteit.

KEYWORDS: *media, populaire en kwaliteitskranten, (re)framing, het Openbaar Ministerie, criminaliteit, stereotypering*

Voorwoord

Vier jaar geleden ben ik afgestuurd aan het HBO. Ik had toen nooit verwacht dat ik nog verder zou studeren. Na drie jaar werkervaring in het bedrijfsleven veranderde mijn blik op mijn zelfontwikkeling en besloot ik naast mijn baan toch verder te studeren. Ondanks de waarschuwingen voor de hoge werkdruk en discipline die hiervoor nodig zou zijn, stond ik erop deze uitdaging aan te gaan. Dit is tot nu toe de beste beslissing die ik ooit heb genomen. Vol trots en voldoening kan ik terugkijken op deze studieperiode.

Met de leergierigheid en discipline heb ik maandenlang achter mijn computer gewerkt om met deze thesis de master af te ronden. Zonder de hulp van een heleboel mensen was dit niet gelukt. Mijn dank gaat allereerst uit naar Nel Ruigrok. Ik ben haar ontzettend dankbaar voor de goede begeleiding, enthousiasme, (soms frustrerende en “brommende”) feedback in de kantlijn, snelle reacties op mijn mails, de R lessen en haar wijze woorden die mij telkens de moed inspraken. Deze zal ik ook zeker na deze master blijven koesteren. Daarnaast wil ik Anne Bothmer bedanken voor alle leuke momenten tijdens de studie, haar motiverende woorden, de lange avonden op de campus en de eindeloze telefonische brainstormsessies. Ook Tom Claessens wil ik bedanken voor het beantwoorden van al mijn vragen over R. Tot slot bedank ik al mijn vriendinnen, familieleden, en mijn moeder in het bijzonder, voor de eindeloze aanmoedigingen.

Verder rest mij niets dan jullie veel leesplezier te wensen!

Fadoua Elabbadi

Rotterdam, juni 2020

Inhoudsopgave

1. Inleiding	1
2. Theoretisch kader	4
2.1 Veranderende journalistiek.....	4
2.1.1 Het veranderend medialandschap.....	5
2.1.2 Relatie tussen de media en het Openbaar Ministerie.....	8
2.2 Nieuwsselectie.....	9
2.2.1 Nieuwswaarden	10
2.2.2 Bronselectie	14
2.3 Framing	17
2.3.1 Framing misdaadberichtgeving	19
2.3.2 Reframing	25
3. Methode.....	27
3.1 Dataverzameling.....	27
3.2 Methode.....	27
3.3 Operationalisatie.....	28
3.3.1 Operationalisatie automatische inhoudsanalyse	28
3.3.2 Operationalisatie handmatige inhoudsanalyse.....	31
4. Resultaten	39
4.1 Het OM in het nieuws	39
4.1.1 Soorten onderwerpen in berichtgeving rondom het OM.....	42
4.1.2 Soorten misdrijven in nieuwsberichten gebaseerd op persberichten.....	47
4.2 Bronselectie.....	50
4.3 Framing van berichtgeving rondom het OM.....	54
4.3.1 Framegebruik.....	55
4.3.2 Samenhang framegebruik media en het OM.....	62
4.3.3 Reframing	65
5. Conclusie en discussie.....	68
Literatuurlijst.....	74
Appendix A: Zoekterm totale dataset en betrouwbaarheid	95
Appendix B: Structural Topic Modelling.....	96
Appendix C: Zoekterm associatief framing en betrouwbaarheid.....	99
Appendix D: Codeerinstructie.....	100
Appendix E: Intercodeurbetrouwbaarheid misdaadcategorieën.....	105
Appendix F: Intercodeurbetrouwbaarheid bronnencategorieën	109
Appendix G: Intercodeurbetrouwbaarheid frames	114

1. Inleiding

Na een jarenlange daling van het aantal geregistreerde misdrijven steeg dit cijfer in 2019 met ruim 800.000 misdrijven. Dit is een stijging van 4% ten opzichte van het jaar ervoor (Politie, 2020). Het Openbaar Ministerie (OM) draagt de maatschappelijke verantwoordelijkheid daders en strafbare feiten op te sporen en te vervolgen. Het OM wil onrecht aan het licht brengen en heeft bovendien een democratische plicht het publiek te informeren over dergelijke zaken (Beunders & Muller, 2005; Stevens, 2010). Het communiceren met het publiek gebeurt via de website (www.om.nl) en door gebruik te maken van de media. Hiervoor worden persberichten geschreven. Immers, de media delen informatie over dergelijke publieke en maatschappelijke ontwikkelingen en burgers horen vaak pas iets over criminaliteit via de media (Centraal Bureau voor de Statistiek [CBS], 2018a; Ruigrok, Van Atteveldt, Janssen, & Denekamp, 2012).

De media dienen hierbij vier functies te vervullen. De informatiefunctie heeft als doel burgers te informeren over actualiteit, gebeurtenissen en ontwikkelingen in de samenleving (Deuze, 2004). De waakhondfunctie gaat over het kritisch controleren van bronnen en machthebbers (Deuze, 2004). Door middel van de podiumfunctie vormen de media een platform voor alle groeperingen in de samenleving. Tenslotte bieden zij entertainment om het publiek te vermaken. Dit noemen we ook wel de vermaakfunctie (Deuze, 2004). Deze functies gelden in meer of mindere mate voor alle kranten. Er wordt doorgaans onderscheid gemaakt tussen populaire en kwaliteitskranten, waarbij populaire kranten zich voornamelijk richten op de informatie- en vermaakfunctie en kwaliteitskranten op de waakhond- en podiumfunctie (Mellado & Lagos, 2014; Ruigrok, Kester, Scholten, Ismaili, & Goudswaard, 2011).

De media hebben echter ontwikkelingen doorgemaakt door de tijd heen, die ervoor hebben gezorgd dat de vermaakfunctie de boventoon voert en de inhoud van het nieuws steeds minder prioriteit heeft (Van Praag, 2001). Door de commercialisering van de media spelen de oplagecijfers een steeds belangrijkere rol, waardoor de behoefte van het publiek een grotere invloed krijgt. Hierdoor wordt de concurrentiestrijd tussen de verschillende media sterker en is er een overvloed aan informatie voor de nieuwsconsument. Tegelijkertijd zijn er minder (financiële) middelen beschikbaar, terwijl dezelfde hoeveelheid berichtgeving geleverd moet worden (Witschge, 2012). Deze ontwikkelingen gaan al gauw gepaard met bureaujournalistiek, waarbij journalisten hun nieuws steeds vaker baseren op persberichten (Boczkowski, 2010; De Keyser, 2010).

Door deze ontwikkelingen hebben gewelddadige onderwerpen het hoogste woord bij de journalisten gekregen. Dergelijke onderwerpen sluiten immers aan op de verwachting van het publiek en het bevestigt het onveiligheidsgevoel dat heerst in de maatschappij (Ruigrok, Gagestein, Van Atteveldt, Slotboom, & Jacobi, 2014). De media houden rekening met het heersende gevoel in de samenleving en spelen in op wat het publiek wil horen, zien en lezen. Bovendien vertonen de media een vertekend beeld ten opzichte van feitelijk nieuws met betrekking tot criminaliteit (Ruigrok et al., 2014). Dit werkt het onveiligheidsgevoel in de maatschappij weer in de hand.

Tot slot heeft het veranderende medialandschap invloed op de manier waarop een bericht wordt belicht, oftewel *framing* (Entman, 1993). Journalisten presenteren in het huidige medialandschap het nieuws dan vanuit een invalshoek, die hun publiek interesseert. Criminaliteit wordt uitvergroot en drama neemt de overhand (Schaap & Pleijter, 2012). Dit wordt ook wel dramademocratie genoemd, waarbij er bewust wordt ingespeeld op de emoties van de bevolking (Elchardus, 2002). Bovendien zijn de media geneigd gebruik te maken van stereotypering in misdaadberichtgeving door etnische minderheden in verband te brengen met criminaliteit. Deze groeperingen worden ook vaker in verband gebracht met criminaliteit dan de cijfers rechtvaardigen (Ruigrok et al., 2014). Dit heeft negatieve gevolgen voor de beeldvorming rondom deze groeperingen (Pinto, 2004).

Het veranderende medialandschap gaat gepaard met de mediatisering van de samenleving, waarbij de media een dominante positie hebben ingenomen (Strömbäck, 2008). Deze ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat de relatie tussen de media en het OM is veranderd, waardoor er vandaag de dag sprake is van een spanningsveld tussen deze instituten (Beunders & Muller, 2005). Hoewel het OM uit eigenbelang draagvlak wil creëren bij het publiek, dient het OM zich anders op te stellen vanwege de dominante positie van de media. Dit heeft tevens gevolgen voor de persberichten van het OM. Hoewel journalisten in het veranderende medialandschap steeds meer neigen naar het gebruik van persberichten, zijn de eisen van de vercommercialiseerde media steeds dwingender, waardoor het niet vanzelfsprekend is dat de persberichten van het OM worden gebruikt en de originele persberichten van het OM ongewijzigd blijven. Journalisten kunnen bij het opstellen van een nieuwsbericht het originele persbericht herschrijven en in een genuanceerder geval reframe (Maat & De Jong, 2013; Veul, Van Charldorp, & Soudijn, 2017). Ondanks het feit dat journalisten bepaalde berichten van het OM op de publieke agenda plaatsen is er niet expliciet blootgelegd wanneer en welke berichten dit zijn en in welke mate deze herschreven en

reframed worden. Daarom is het interessant dit te onderzoeken. Dit wordt aan de hand van de volgende onderzoeksvraag gedaan:

In hoeverre hebben persberichten van het Openbaar Ministerie invloed op de media-agenda van Nederlandse populaire en kwaliteitskranten en in hoeverre worden deze berichten ge(re)framed ?

Dit onderzoek biedt inzicht in de huidige relatie tussen de media en het OM. Door de berichtgeving van het OM over criminaliteit in de media te onderzoeken, wordt de manier waarop de media aandacht geven aan dergelijke berichtgeving en alle daarmee gepaard gaande processen onder de loep genomen. Er is veel onderzoek gedaan naar de manier waarop media over criminaliteit berichten (Haynes, 2007; Ruigrok et al., 2014; Shadid, 2005). Bovendien zijn er onderzoeken gedaan naar de relatie tussen persbureaus en de media (Jong, 2009; Scholten & Ruigrok, 2009; Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis, & Ruigrok, 2018). Vergelijkend onderzoek over *(re)framing* van persberichten van het Openbaar Ministerie over criminaliteit is echter in mindere mate beschikbaar. Daarnaast ontbreekt onderzoek naar de invloed van het OM op de media-agenda in Nederland. Als we kijken naar het onderscheid tussen populaire en kwaliteitskranten, is er nog geen onderzoek verricht dat de verschillen tussen de kranten blootlegt met betrekking tot het nieuws rondom het OM. Dit onderzoek biedt een verdieping op bestaande wetenschappelijke literatuur met betrekking tot het proces van dergelijke berichtgeving.

Dit onderzoek brengt ook maatschappelijke relevantie met zich mee. De commercialisering van de media heeft geleid tot nieuwe uitdagingen voor journalisten. Zo helpt dit onderzoek journalisten zich te realiseren welke invloed het OM heeft op hun agenda: de mate waarin ze gebruikmaken van persberichten van het OM en de manier waarop ze die persberichten gebruiken. Bovendien is het voor het publiek van belang te weten wat de invloed van overheidsactoren op het nieuws is, omdat dit gevolgen heeft op wat het publiek wel of niet komt te weten. Het is voor zowel burgers als journalisten van belang zich te realiseren dat de media een belangrijke rol spelen bij het vormen van hun denkbeeld over de werkelijkheid en publieke attitudes middels de perspectieven die de media innemen, omdat mensen de meeste informatie over criminaliteit via de media verkrijgen (CBS, 2018a). Zo dragen stereotyperingen in berichtgeving bij aan de beeldvorming over bepaalde groeperingen in de samenleving (Shadid, 2005) en kan dit leiden tot polarisatie in de maatschappij.

2. Theoretisch kader

2.1 Veranderende journalistiek

Nederland is een democratie, waarbij de overheid namens het volk bestuurt. Het is belangrijk dat de overheid op de hoogte is van de behoefte van de burgers. Burgers kunnen in een democratie hun stem laten horen tijdens verkiezingen, maar ook door middel van demonstraties, petities en inspraakreacties (Van Gestel, 2006). De overheid dient op haar beurt burgers te informeren en op de hoogte te brengen over haar besluitvoering en uitvoering. Ze dient zich hierbij open, transparant, ontvankelijk en toegankelijk op te stellen. Deze werkwijze zorgt ervoor dat burgers zicht hebben op wat er gebeurt in de maatschappij. Dit is cruciaal voor een democratie (Van Gestel, 2006) en op deze manier wordt de beeldvorming over de overheid gecreëerd en actief burgerschap bevordert (Carton, Callens, Dejaghere, & Hooghe, 2009; Jonkers, 2013; Van der Veen, 2011). Kortom, de overheid en de bevolking moeten op de hoogte gehouden kunnen worden over elkaars gang van zaken (Van Gestel, 2006). De media zijn hierin de belangrijkste schakel en worden daarom naast de traditionele trias politica, waarbij de staat in drie machten is ingedeeld, als vierde macht gezien (Habermas, 2006).

De media vervullen hun kerntaak door het informeren van burgers over publieke en maatschappelijke ontwikkelingen. Op die manier kunnen burgers een mening vormen, wat kan uitmonden in actief burgerschap (Strömbäck, 2008). Jandura en Friedrich (2014) benoemen drie criteria, die van belang zijn om deze taak op de juiste manier te vervullen. Zo behoort de berichtgeving divers te zijn, gebaseerd te zijn op expertise en gefocust te zijn op de publieke sfeer. Voor het volbrengen van deze taken zijn er vier functies van de media te onderscheiden: de informatie-, waakhond-, podium- en vermaakfunctie (Deuze, 2004). Met de informatiefunctie dragen de media bij aan het, op een onafhankelijke en objectieve wijze, weergeven van de maatschappij (Lefever, Wauters, & Valcke, 2013). Daarnaast dienen zij middels de waakhondfunctie bronnen kritisch te controleren en tegenkracht te geven aan machthebbers (Deuze, 2004). Actief burgerschap wordt tenslotte optimaal benut als burgers juist geïnformeerd worden over maatschappelijke en politieke kwesties (Bakker, 1998; Scholten, 1982). Gezien het publieke belang horen de media ook een podiumfunctie te vervullen (Scholten, 1982). Zo bieden de media een publieke ruimte voor alle groepen in de samenleving, waarbij verschillende visies gepresenteerd worden en het publieke debat wordt gestimuleerd. Op deze manier wordt berichtgeving divers en hebben burgers de mogelijkheid een weloverwogen mening te vormen over de samenleving (Van Gestel, 2006). Met een

dergelijk levendig publiek debat blijft ook de overheid op de hoogte van de behoefte van de burgers. Naast deze klassieke mediafuncties duidt Deuze (2004) aan dat de media ook een vermaakfunctie hebben. Deze vier functies komen in ieder medium terug, maar de mate en de manier waarop de media deze vervullen is verschillend en afhankelijk van factoren, zoals tijd en het profiel van het medium (Ruigrok et al., 2011).

2.1.1 Het veranderend medialandschap

Kenmerkend voor het vroegere Nederlandse medialandschap is het zuilensysteem, waarin de bevolking opgedeeld was in gemeenschappen gebaseerd op religieuze en politieke overtuiging (Lijphart, 1968). Ook de media waren verdeeld langs deze scheidslijnen. Ieder medium behoorde tot een zuil en vertegenwoordigde een groep in de maatschappij. De sterke relatie tussen media en maatschappelijke instituten resulteerde in partijdige media-inhoud (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder, & Bos, 1995). Sinds midden jaren zestig is de ontzuiling begonnen, waarbij de gemeenschappen zich gingen ontbinden van de zuilen met een gefragmenteerde en geïndividualiseerde samenleving als gevolg (Van der Eijk, 2000).

Met het wegvallen van de zuilen is de relatie tussen maatschappelijke instituten en de media losser geworden, wat betekent dat journalisten steeds minder vanuit het perspectief van een zuil te werk gaan. Op deze manier zijn de media autonomer geworden, wat de professionalisering van journalisten heeft bevorderd (Hallin & Mancini, 2004; Van der Eijk, 2000). Hierdoor is de interne pluriformiteit toegenomen, waarbij verschillende perspectieven binnen een medium worden belicht (Hallin & Mancini, 2004).

De ontwikkelingen rondom de ontzuiling hebben bovendien plaatsgemaakt voor de commercialisering van het medialandschap. De commercialisering begon via de ‘verzuilde’ omroepen, omdat het niet meer vanzelfsprekend was dat deze een vaste achterban hadden (Van der Eijk, 2000). Aan het eind van de jaren negentig verschenen de gratis dagbladen, die de concurrentiestrijd binnen het marktgeoriënteerde medialandschap hebben versterkt (Ruigrok et al., 2011). In deze concurrentiestrijd krijgt de behoefte van het publiek een grotere invloed (Bakker, 2002; Deuze, 2004). Dit zorgde voor een verschuiving van politieke naar economische invloed op de media, oftewel *de-differentiation* van de media (Hallin & Mancini, 2004). Deze theorie sluit aan op de theorie van Strömbäck (2008) die zegt dat er door de commercialisering van het medialandschap sprake is van een verschuiving in de relatie tussen politiek en media. Deze verschuiving noemt hij de mediatisering van de samenleving en omvat vier fases. In de eerste fase gaat het om de mate waarin de media de belangrijkste bron van informatie zijn, oftewel de mate waarin de media als platform dienen voor de politiek,

zoals ten tijde van de verzuiling. In de tweede fase opereren de media steeds onafhankelijker ten opzichte van politieke instituties, waarbij de media niet slechts een platform of doorgeefluik zijn, maar juist een inhoudelijke vertaalslag maken in politieke berichtgeving (Ruigrok et al., 2011). De derde fase berust op het feit dat de media onafhankelijker te werk gaan ten opzichte van de politieke logica. Dit betekent dat de politieke en sociale actoren de positie van de media hebben geaccepteerd en zich aanpassen aan de media om te kunnen communiceren met de burgers. In de laatste fase handelen politieke en sociale actoren daadwerkelijk naar de medialogica (Ruigrok et al., 2011). De huidige samenleving bevindt zich in de laatste fase. Dit is steeds vaker zichtbaar in het nieuws (Van Beek, Rouw, & Schillemans, 2006). Deze fase uit zich vooral in politieke communicatie, waarbij personen steeds vaker het onderwerp van het nieuws worden door bijvoorbeeld de focus te leggen op hun successen en tegenslagen (Van Beek et al., 2006; Van Praag & Brants, 2014). Deze ontwikkeling gaat dan ook ten koste van de inhoud van het nieuws.

De toegenomen invloed van de media, oftewel medialogica, houdt in dat “het nieuws steeds vaker wordt gebracht in vormen die hun betekenis niet zozeer ontlenen aan de inhoud van het nieuws, maar eerder aan de specifieke eigenschappen van het medium. De logica van het medium bepaalt in sterke mate de vorm van het publieke debat en beïnvloedt de wijze waarop dit wordt gevoerd” (Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling [RMO], 2003, p. 3). De essentie van medialogica is dat er een zo groot mogelijk publiek wordt bereikt met als resultaat dat politieke berichtgeving toegankelijk en eenvoudig is. In deze berichten ligt de nadruk vaak op conflict (Aalberg, Esser, Reinemann, Strömbäck, & De Vreese, 2016) en hebben de berichten vaker een emotionele en confronterende strekking (Ruigrok, Van Atteveldt, Gagestein, & Jacobi, 2017a). Zodoende voeren entertainment en strijd de boventoon terwijl de ‘inhoud’ van deze berichtgeving steeds minder prioriteit krijgt (Van Praag, 2001). Hierdoor stellen politici zich anders op en zijn zij geneigd zich te schikken naar medialogica door specifieke vaardigheden te gebruiken, zoals het verpakken van hun boodschap in een hapklare uitspraak of het gebruiken van dramatische en populistische stijl en retoriek (Cook, 2006; Van Praag & Brants, 2014). Deze ontwikkeling leidt zowel bij de media als bij het publiek tot toenemend cynisme en wantrouwen over politiek, met name over de traditionele politieke actoren en instituten (Brants & Van Praag, 2015; Wolfsfeld, 2014). Populistische partijen halen juist voordeel uit deze ontwikkelingen. “Populistische partijen spinnen garen bij het ongenoegen onder de burgers met gesimplificeerde, extreme stellingen die naadloos aansluiten bij dit ‘onderbuikgevoel’” (Ruigrok, Van Atteveldt, Gagestein, & Jacobi, 2017b, p. 5). Hun anti-pluralistische boodschappen werken juist meer cynisme in de

hand en zorgen voor polarisatie en uiteindelijk onderdrukking van de democratie (Oliver & Rahn, 2016).

Schudson (2003) noemt de ontwikkelingen gezien vanuit het mediaperspectief een transformatie van het *trustee model*, waarbij media-inhoud op basis van professionele normen wordt geselecteerd, naar het *market model*, waarbij wordt ingespeeld op wat het publiek wil horen, zien en lezen. Hierdoor zijn de rollen van de media ook veranderd. Dit geldt voor ieder medium, maar kan in verschillende mate uitkomst brengen. Zo is het krantenlandschap onder te verdelen in twee types: kwaliteitskranten en populaire kranten (Bakker & Scholten, 2013). De focus ligt bij kwaliteitskranten op een publiek met hogere inkomens- en opleidingsniveau terwijl populaire kranten zich richten op alle lagen van de maatschappij (Bakker & Scholten, 2013). Kwaliteitskranten vervullen voornamelijk de podium- en waakhondfunctie en focussen over het algemeen op publieke verantwoordelijkheid, waardoor zij voornamelijk ‘hard’ nieuws verslaan, zoals politieke en maatschappelijke informatie (Scholten & Ruigrok, 2006). Populaire kranten richten zich meer op de informatie- en vermaakfunctie (Mellado & Lagos, 2014; Ruigrok et al., 2011) waarbij ze voornamelijk ‘zacht’ nieuws verslaan, ofwel informatie die het publiek vermaakt en amuseert (Bakker & Scholten, 2013). Hierdoor vergt het lezen van een populaire krant minder inspanning dan het lezen van een kwaliteitskrant (Manssens & Walgrave, 1998).

Desondanks concluderen verschillende onderzoekers dat deze verschillen juist vervagen en beperkter zijn geworden door de commercialisering van de media (Brants & Van Praag, 2015; Strömback, 2008). Terwijl er traditioneel gezien onderscheid gemaakt wordt tussen verschillende soorten kranten, is er volgens sommige academici juist sprake van institutionalisering van de media, waarbij de media als één instituut opereren met als gevolg dat nieuws op elkaar gaat lijken, doordat journalisten het nieuws volgens overeengekomen procedures brengen (Cook, 1998; Robinson, 2007; Schudson, 2003).

Door de grotere invloed van het publiek weegt de vermaakfunctie zwaarder ten opzichte van de overige ‘klassieke’ journalistieke functies (Deuze, 2004). De oplagecijfers zijn hierin doorslaggevend. Het effect van deze verschuiving heet tabloidisering. Dit begrip komt voort uit het woord ‘*tabloid*’, dat een relatief kleine krant aanduidt, die makkelijk leesbaar is voor openbaar vervoer reizigers, waardoor het voor burgers uit de arbeidersklasse ook mogelijk is om nieuwsconsument te zijn (Uribe & Gunter, 2004). Volgens Nice (2007) is er sprake van tabloidisering van het nieuws, omdat zacht nieuws minstens even zwaar meeweegt als hard nieuws. Zacht nieuws is luchtig, sensationeel en niet tijdsgebonden, zoals misdadberichtgeving. Hard nieuws is wel tijdsgebonden en is urgenter, zoals belangrijke

gebeurtenissen met betrekking tot politiek of economie (Patterson, 2000; Shoemaker & Cohen, 2006).

Volgens sommige critici heeft deze verschuiving negatieve gevolgen. Deuze (2004) veronderstelt dat het ten nadele is voor een democratische samenleving, omdat het publiek in deze situatie niet per definitie krijgt wat zij nodig heeft (Deuze, 2004). Volgens Uribe en Gunter (2004) komen maatschappelijke en politieke kwesties in het geding, doordat de nadruk ligt op zacht nieuws. Terwijl critici spreken van negatieve invloeden van tabloidisering, zien andere wetenschappers juist positieve effecten. De toename van zacht nieuws zorgt voor meer aandacht voor de beleving van nieuwsfeiten door een groter publiek (Baum, 2002; Brants, 1998). Subjectieve oordelen en human interest kwesties worden minstens zo belangrijk als hard nieuws (Bildereyst, 2003). Dit proces zorgt voor een pluriform medialandschap en bevordert het actief burgerschap tegelijkertijd (Van Gunsteren, 1998).

2.1.2 Relatie tussen de media en het Openbaar Ministerie

Aansluitend op de veranderende verhouding tussen politiek en media, heeft het veranderende medialandschap ook gevolgen voor de relatie tussen de media en het OM. Deze relatie is niet eenduidig te noemen. Dagelijks vinden er in Nederland misdrijven plaats en burgers zijn ook wat deze informatie betreft aangewezen op de media. Bij zulke kwesties spelen zowel de media, als het Openbaar Ministerie een belangrijke rol. Beide instituten zetten zich in voor een goed functionerende samenleving (Beunders & Muller, 2005), maar zijn daarbij de ene keer bondgenoten en de andere keer tegenstanders (Klerks, 2006). Volgens Beunders en Muller (2005) zijn deze instituten cruciaal voor de beeldvorming over de werkelijkheid. Het aandeel van de media met betrekking tot het creëren van de werkelijkheid is voor het OM essentieel, omdat het OM draagvlak bij de bevolking wil creëren en hiervoor de media gebruikt (Habermas, 2006). Uit onderzoek blijkt immers dat negatief nieuws over instituten als de politie en het OM leidt tot een lagere tevredenheid. Positieve informatie leidt daarentegen tot meer steun van het publiek (Miller, Davis, Henderson, Markovic, & Ortiz, 2003; Wu, 2010). Bovendien kunnen de media fungeren als opsporingsmiddel waar de politie en het OM profijt van hebben (Klerks, 2006).

Desondanks heeft misdaadberichtgeving een negatief effect op het veiligheidsgevoel van burgers (Klerks, 2006; Schoneveld, 1998). Uit verschillende onderzoeken blijkt dat sensatie en geweld overheersen in misdaadberichtgeving en dat de resultaten van opsporingswerk in deze berichten onderbelicht blijven, omdat dit niet interessant genoeg is voor de marktgerichte media (Heath & Gilbert, 1996; Klerks, 2006). Het eerder besproken

veranderende medialandschap zorgt dan ook voor een spanningsveld tussen media en het OM. Idealiter, vanuit het perspectief van het OM, zouden de media als doorgeefluik fungeren, waarbij ze “braaf binnen de lijntjes lopen die voorlichters uitstippelen, maar dit is in strijd met het democratische ideaal van een onafhankelijk publieke sfeer” (Ruigrok et al., 2011, p. 12). Tegenwoordig heeft het OM ook te maken met de dominante positie van de media en zal zij rekening moeten houden met de medialogica om nieuwswaardig geacht te worden en daardoor te kunnen communiceren met de burgers. Op deze manier kent de democratische samenleving een driehoeksrelatie (media, politiek/overheid en burgers), waarbij de medialogica resulteert in een interactie die voor alle drie de componenten onontkoombaar is. Zij zijn immers afhankelijk van elkaar (RMO, 2003).

Naast het willen creëren van draagvlak bij de burgers, heeft het OM een democratische plicht het publiek te informeren over strafzaken (Stevens, 2010). Het OM publiceert daarom persberichten. Wanneer het OM persberichten schrijft en publiceert, worden er keuzes gemaakt, zoals welke zaken meer aandacht krijgen. Misdrijven met geweld krijgen meer aandacht dan ‘eenvoudige’ misdrijven (Openbaar Ministerie, z.d.-b). Het doel ervan is dat de media de gepresenteerde onderwerpen en informatie overnemen. Wanneer en in hoeverre de media deze persberichten overnemen, wordt in de volgende paragrafen toegelicht.

2.2 Nieuwsselectie

Daar waar het OM keuzes maakt bij het uitbrengen van de persberichten, maken journalisten ook keuzes bij het verslaan van nieuws. Tijdens dit proces wordt de journalist beïnvloed door verschillende factoren, die in het *hierarchy of influences model* zijn gecategoriseerd (Reese & Shoemaker, 2016). Het model kent vijf soorten invloeden op media-inhoud, verdeeld in micro-, meso- en macro-niveau. Deze invloeden zijn respectievelijk het individu, de routines, de organisatie waar de journalist werkzaam voor is, de (sociale) instellingen waarmee de betreffende organisatie samenhangt, ofwel het extra medianiveau, en de sociale systemen die de journalisten bedienen (Hoxha & Hanitzsch, 2018).

Het individu behoort tot het microniveau. Dit niveau heeft betrekking op de invloed van de journalist zelf, zoals persoonlijke eigenschappen en voorkeuren, de rollen die de journalist op zich neemt en verschillende demografische kenmerken zoals geslacht, klasse en afkomst. Het routineniveau heeft betrekking op gedragspatronen, rituelen en onuitgesproken regels aangaande het verslaan van nieuws. Ten derde wordt media-inhoud beïnvloed door factoren van de organisatie waarvoor de journalist werkzaam is, zoals structuur van de organisatie, organisatiebeleid en beroepsrollen. Het vierde niveau, het extra medianiveau,

bevindt zich op een globaler niveau en heeft betrekking op alles wat buiten de organisatorische grens van het mediaveld hoort. Denk hierbij aan machtsposities van bronnen, doelgroepen en technologie. Het OM begeeft zich op dit niveau, omdat het een overheidsinstituut betreft, dat in verbinding staat met de media, waarbij sprake is van wederzijds afhankelijkheid. Bovendien is het OM een niet-journalistieke potentiële bron voor het verslaan van misdaadberichtgeving. De sociale systemen die de media bedienen, vormt de vijfde invloedssfeer en bevindt zich op het meest globale niveau. Hierbij gaat het om ideologieën en machten in de samenleving, die invloed uitoefenen op de journalist (Reese & Shoemaker, 2016).

2.2.1 Nieuwswaarden

Nieuws is informatie die samengevat, verfijnd en aangepast wordt, om het behapbaar te maken voor het publiek (Gans, 1979). “Nieuws is geen vaststaand gegeven, maar het resultaat van een selectieproces van journalisten” (De Rover, 2013, p. 21). Journalisten worden *gatekeepers* genoemd, omdat zij door middel van hun selectie- en keuzeprocessen beslissen welke informatie relevant is voor het publiek (Shoemaker, Vos, & Reese, 2009).

Nieuwswaarden zijn een onderdeel van het selectie- en keuzeprocessen (Galtung & Ruge, 1965). Het zijn criteria waarmee wordt beoordeeld wat wel of niet in het nieuws wordt opgenomen (Croteau & Hoynes, 2014), oftewel waaraan een gebeurtenis moet voldoen om het nieuws te behalen (Schultz, 2007). Dit deel van het proces bevindt zich in het *hierarchy of influences model* op het niveau van de routines van de journalist. De volgende criteria kunnen de nieuwswaardigheid van gebeurtenissen en onderwerpen vergroten (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O’Neill, 2001):

- *Conflict en negativiteit*
Slecht nieuws is goed nieuws, omdat drama en shockwaarde het publiek trekt. Nieuws gaat over afwijkende gebeurtenissen en niet over de normale gang van zaken.
- *Onverwacht en niet-ambigu*
Hoe onverwachter en duidelijker een gebeurtenis is, des te groter de kans dat het nieuws is.
- *Macht en personalisering*
Gebeurtenissen met betrekking tot machtige landen en personen wegen zwaarder dan complexe gebeurtenissen.
- *Nabijheid*

De culturele en geografische nabijheid zorgt voor herkenbaarheid bij het publiek. Dit vergroot de nieuwswaarde.

- *Continuïteit en compositie*

Als een gebeurtenis eerder nieuws is geweest, is de kans groot dat dit onderwerp het nieuws blijft halen. De compositie van het totale nieuws heeft echter wel invloed op de continuïteit van bepaalde onderwerpen. Dit mechanisme zorgt voor evenwicht in onderwerpen, waardoor de kans dat hetzelfde onderwerp weer nieuws wordt, kleiner is.

Combinaties van deze criteria zorgen voor een hogere nieuwswaarde, hetgeen belangrijk is voor de strijd om aandacht te trekken van het publiek, omdat er een overvloed aan informatie is (Ruigrok et al., 2011). Het selectieproces kent immers een wisselwerking, waarbij er onderscheid wordt gemaakt tussen interesses van het publiek en de verantwoordelijkheid het publiek te informeren over een bepaald onderwerp (Westerstahl & Johansson, 1994).

Journalisten bepalen hun onderwerpen steeds meer op basis van de behoeftes van de massa (Ruigrok et al., 2017a). Hiermee kan de theorie *gatekeeping*, waarbij de journalist verantwoordelijk is en beslist wat ‘relevant en belangrijk’ is voor het publiek enigszins in twijfel worden getrokken, omdat het publiek in dit beschreven proces niet krijgt wat het nodig heeft. Zodoende kan er gesteld worden dat in het huidige medialandschap de maatschappelijke belangen ten koste gaan van de economische belangen, omdat het *market model* overheerst.

Vooraf de criteria conflict en negativiteit hebben ‘het hoogste woord’ in het marktgerichte medialandschap en verhogen de nieuwswaarden van een gebeurtenis (Kriesi, 2012; Ruigrok et al., 2011). Uit verschillende onderzoeken blijkt dat media steeds vaker over misdaad en criminaliteit berichten en partijen zoals politie, het OM en de rechtspraak als bron opvoeren (Ruigrok et al., 2011; Van Spanje & De Vreese, 2013). Dit komt doordat criminaliteit per definitie negatief is. Ook de nieuwswaarde nabijheid is van toepassing, omdat het iedereen kan overkomen (Ruigrok et al., 2017a). Bovendien blijkt dat populaire kranten misdaadberichtgeving nieuwswaardiger achten dan kwaliteitskranten (Heath & Gilbert, 1996; Ruigrok et al., 2014). Vooral ernstige en unieke misdaden die weinig voorkomen, worden verslagen en op sensationele wijze gerapporteerd (Heath & Gilbert, 1996; Surrete, 2015).

Er zijn dan ook verschillende visies te noemen inzake de rollen die de media hebben bij het verslaan van misdaadberichten. Volgens het *mass manipulation model* nemen de media

een slechte positie in en manipuleren zij het (passieve) publiek, omdat geweld verheerlijkt kan worden (Cohen & Young, 1973). Dit kan zorgen voor kopieergedrag bij het publiek met een toename van criminaliteit als gevolg. Uitgaande van dit model zou misdaadberichtgeving ook angstgevoelens kunnen oproepen bij het publiek (Cohen & Young, 1973). Vanwege het feit dat burgers allang geen passieve nieuwsconsumenten zijn, gaat het *commercial laissez faire model* ervan uit dat media minder machtig zijn en alleen bestaande percepties rondom het betreffende onderwerp versterken, omdat het publiek de informatie opneemt en deze binnen de bestaande percepties en denkkaders interpreteert (Cohen & Young, 1973).

Toch blijkt uit verschillende onderzoeken dat misdaadberichtgeving angst bij het publiek veroorzaakt (Brants, 2007; Gilliam & Iyengar, 2000; Heath & Gilbert, 1996; Ruigrok et al., 2017a). Zo blijkt uit onderzoek van het CBS (2018b) dat 34% van de Nederlandse bevolking in 2017 zich wel eens onveilig voelt, terwijl 15% van de Nederlanders slachtoffer is geweest van één of meerdere gewelds-, vermogens- of vandalismedelicten. Deze angstgevoelens bij het publiek worden veroorzaakt door een oververtegenwoordiging van criminaliteit in het nieuws en een focus op de roep om harde aanpak van criminaliteit (Ruigrok et al., 2014; Ruigrok et al., 2017a). Populaire kranten zaaien meer angst bij het publiek dan kwaliteitskranten, omdat voornamelijk populaire kranten een vertekend beeld schetsen (Ruigrok et al., 2017a) en berichtgeving over criminaliteit op een sensationelere wijze rapporteren (Ericson, Baranek, & Chan, 1991; Heath & Gilbert, 1996).

Allerlei organisaties, waaronder het OM, vragen om media-aandacht en proberen het proces van nieuwsselectie te beïnvloeden (Meijer, 2003). Het OM heeft een pro-actief voorlichtingsbeleid om de burgers te informeren over bijvoorbeeld onderzoeken en strafzaken (“Aanwijzing voorlichting opsporing en vervolging [Beleidsregel],” 2012). Een dergelijke transparantie zou het vertrouwen in de rechtstaat vergroten en daarmee het actief burgerschap bevorderen (Beunders & Muller, 2005). Zo probeert het OM media-aandacht te vragen door persberichten uit te sturen en zo te bepalen uit welke informatie de journalist kan kiezen (Reich, 2006). Op die manier oefent het OM invloed uit op de journalist (Meijer, 2003). Als de media over de aangeleverde informatie rapporteren, is er sprake van invloed op de media-agenda, oftewel *agenda building*. *Agenda building* is het proces waarbij de betreffende informatieleverancier de agenda via de media aan het publiek toeschrijft (Cobb & Elder, 1971; Kioussis, Kim, McDevitt, & Ostrowski, 2009; Scheufele, 2000). Dit proces uit zich in twee niveaus. Het eerste niveau is het proces waarin informatieleveranciers hun kennis aan de media overdragen. Hier rijst de vraag hoe en in hoeverre de media-agenda wordt bepaald door omgevingsfactoren. Zo blijkt uit onderzoek dat aangeleverde informatie van onder andere

nieuwsagentschappen, waar interactie plaatsvindt tussen bron en media, invloed hebben op de publieke agenda (Berger, 2001; Curtin, 1999).

De huidige mediasituatie brengt een concurrentiestrijd en bezuinigingen op redacties met zich mee, waardoor het aantal werknemers afneemt, terwijl dezelfde hoeveelheid berichtgeving verslagen moet worden (Witschge, 2012). Dit gevolg is vooral zichtbaar bij populaire kranten (Van Leuven, Deprez, & Raeymaeckers, 2014). De journalisten krijgen daardoor te maken met werk- en tijdsdruk, wat resulteert in een grotere mate van afhankelijkheid van persberichten (Davies, 2008; Johnston & Forde, 2011; Scholten & Ruigrok, 2009; Witschge, 2012). Verschillende wetenschappers zien deze ontwikkeling gepaard gaan met bureaujournalistiek, waarbij journalisten steeds minder buiten de werkomgeving actief op pad gaan om nieuws te vergaren en vaker passief nieuws ontvangen achter hun bureau (Boczkowski, 2010; De Keyser, 2010). Daarnaast speelt het vermogen van machtige bronnen, zoals informatie ontzeggen of achterhouden, een belangrijke rol in de werkwijze van de journalist. Zo zijn journalisten terughoudend in het bekritisieren van machtige bronnen om toegang tot informatie te behouden (Chermak, 1997). Het gevolg hiervan is de zogeheten *copy-paste-journalistiek*, waarbij journalisten steeds meer kritiekloos vertrouwen op informatie van de bron om aan de standaarden van goedkope nieuwsinhoud en snelle levering te voldoen (Davies, 2008). De *copy-paste-journalistiek* gaat ten koste van de waakhondfunctie, die de media horen te vervullen.

Er vindt als het ware rationalisatie van journalistiek bedrijven plaats (Davies, 2008; McManus, 2009; Murdock & Golding, 2005). Dit wordt ook wel *churnalism* genoemd, het leveren van veel nieuws van mindere kwaliteit (Davies, 2008; Knight, 2011). Belanghebbende bronnen kunnen hier profijt van hebben door voorverpakt nieuws vrij te geven. Uit onderzoek in Groot-Brittannië blijkt dat meer dan de helft van de nieuwsberichten in kranten letterlijk zijn overgenomen uit persberichten (Lewis, Williams, & Franklin, 2008). Ook onderzoeken naar Nederlandse berichtgeving laten zien dat nieuwsberichten uit voorverpakte informatie bestaan. Uit onderzoek van Scholten en Ruigrok (2009) is gebleken dat 26 procent van de berichtgeving geheel of gedeeltelijk is gebaseerd op persberichten van het persbureau ANP. In datzelfde onderzoek zijn persberichten van instanties en bedrijven uitgesloten, waardoor het percentage mogelijk lager ligt dan dat van Groot-Brittannië. Andere onderzoeken bevestigen deze resultaten (Commissariaat voor de Media, 2009; Hijmans, Buijs, & Schafraad, 2009; Welbers et al., 2018). Vooral berichten over complexe onderwerpen worden eerder overgenomen, omdat het uitzoekwerk meer tijd en geld kost (Ruigrok et al., 2014). Deze werkwijze van de journalist komt ook tot uiting in het verslaan van nieuws over criminaliteit.

Onderzoek naar berichtgeving over (jeugd)criminaliteit toont aan dat persberichten van overheidsactoren ook worden overgenomen zonder verder onderzoek te doen naar de desbetreffende informatie (Ruigrok et al., 2014; Van Gestel, 2006). Naar aanleiding van deze inzichten zijn de volgende deelvragen opgesteld:

DV1: In hoeverre nemen Nederlandse kranten persberichten van het OM letterlijk over en is daarbij een verschil waar te nemen tussen populaire en kwaliteitskranten?

DV2: Welke persberichten van het OM worden gebruikt door Nederlandse kranten en is daarbij een verschil waar te nemen tussen populaire en kwaliteitskranten?

2.2.2 Bronselectie

Zoals we hebben gezien, zijn naast de nieuwswaarden ook bronnen van invloed op de journalist. Bronnen, die zich bevinden op het extra medianiveau in het *hierachy of influences model*, zijn informatieverleners op basis waarvan journalistieke berichtgeving wordt opgesteld (Rennen, 2000). In de journalistiek geldt de code: één bron is geen bron (De Berg, 1999). Dit betekent dat de journalist de verkregen informatie dient te controleren bij minimaal twee andere bronnen. Dit wordt ook wel hoor en wederhoor genoemd, een belangrijke regel in de journalistiek (Reich, 2009).

Brongebruik in berichtgeving zorgt voor transparantie. Hierbij wordt relevante informatie openbaargemaakt om misleiding te voorkomen (Plaisance & Deppa, 2009). Bovendien maakt het de informatie controleerbaar voor het publiek (Rennen, 2000; Singer, 2005). Desondanks wijst eerder onderzoek uit dat journalisten geen prioriteit geven aan brontransparantie (Plaisance & Skewes, 2003), maar juist een grotere voorkeur hebben voor het leveren van snel nieuws (Phillips, 2010; Singer, 2005).

Met het oog op het *hierarchy of influences model*, bepalen niet alleen de media de nieuwsagenda (Grafström & Windell, 2011), maar hebben bronnen daar ook een aandeel in (Meijer, 2003). Journalisten en bronnen bevinden zich in een circulair verloop, waarbij journalisten of bronnen de leiding kunnen nemen. Dit verloop heeft een onderhandelde relatie, waarbij beide partijen hun eigen doel willen bereiken en hun organisatorische en maatschappelijke positie willen behouden (Berkowitz, 2009). Zo stelt Rennen: “Terwijl een getrainde bron het nieuws probeert te managen, probeert de journalist zijn bronnen te manipuleren. Beide partijen zijn er op uit dat het transactieproces hen iets oplevert, een bepaalde behoefte bevredigt; en beide partijen proberen invloed uit te oefenen op de output van de ander” (Rennen, 2000, pp. 48-9). Dit betekent dat bronnen afhankelijk zijn van de media om hun publiek te bereiken en tegelijkertijd de basis vormen voor het genereren van

nieuws.

De verhouding tussen journalisten en bronnen is vooralsnog niet altijd duidelijk, maar volgens Gans (1979) zijn het de bronnen die uiteindelijk vaker in de voordeligste positie zitten. In de praktijk stellen bronnen zich actief op om media-aandacht te krijgen (Gans 1979; Rennens 2000; Sigal 1973; Van Gestel, 2006). Wanneer bronnen gerapporteerd en met name geciteerd worden in berichtgeving van de media, is dit een kans om zichtbaarheid te creëren, hun ideeën binnen de samenleving te verspreiden, hun belangen te verdedigen en hun imago te versterken (McManus, 1994). Het OM doet dit bijvoorbeeld door middel van het eerder genoemde pro-actieve persbeleid. Desondanks zijn het de journalisten die uiteindelijk bepalen of de informatie van de bron nieuwswaardig is en/of gerapporteerd en geciteerd wordt.

Journalisten zouden in hun dagelijkse nieuwsproductieproces aan de regel gehoor moeten geven, maar in specifieke gevallen zoals bij onderzoeksjournalistiek kunnen journalisten zich beroepen op artikel 10 van het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens aangaande brongeheim (art. 10 lid 2 Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden). Toch blijkt uit onderzoek naar berichtgeving over jeugdcriminaliteit dat er in een groot deel van de berichtgeving geen bron of slechts één bron wordt vermeld. Populaire kranten doen dit vaker dan kwaliteitskranten (Ruigrok et al., 2014).

Door de tijdsdruk die journalisten ervaren zijn zij minder in staat om (meerdere) bronnen te zoeken en/of te spreken, omdat dit te veel tijd en inspanning vergt (McManus, 1994; Schaper, Welbers, Janssen, & Ruigrok, 2012). De beperkte tijd die journalisten hebben om nieuws te leveren gaat ten koste van het checken van feiten en daarmee de hoor en wederhoorregel en de waakhondfunctie van de media (Reich, 2011; Schoemaker & Reese, 1991).

In berichtgeving waar bronnen wel worden gerapporteerd en geciteerd, zijn journalisten in het marktgerichte medialandschap genoodzaakt zich te richten op een beperkt aantal bronnen om efficiëntie en multifunctionaliteit in de huidige werkwijze van de journalistiek te bevorderen. Omdat veel bronnen niet altijd direct beschikbaar zijn en de journalisten vaak met krappe deadlines werken, kiezen journalisten bronnen aan de hand van een basisverzameling 'bekende' bronnen (Berkowitz, 1987; Entman, 2004; Gant & Dimmick, 2000; Wolfsfeld, 1997). Meestal zijn dit bronnen die eerder zijn gebruikt en succesvol zijn gebleken (Gans, 1979). Bovendien zijn deze bronnen vaak machtige bronnen, zoals politieke partijen, belangengroepen of andere overheidsactoren (Entman, 2004; Scholten & Ruigrok, 2006; Wolfsfeld, 1997). Uit verschillende onderzoeken blijkt zelfs dat in vijftig tot zeventig procent van hard nieuws overheidsactoren gebruikt zijn als bron (Bennett, 2005; Beunders &

Muller, 2005; Innes, 1999; Kleinnijenhuis, 2004). Dit patroon uit zich ook in berichtgeving over criminaliteit. In dat geval hebben de media een grotere voorkeur voor gezaghebbende bronnen dan voor specialisten (Beunders & Muller, 2005; Brants, 1998; Van Gestel, 2006). Deze ontwikkeling is met name bij populaire kranten zichtbaar, terwijl kwaliteitskranten diverser zijn in hun brongebruik (Scholten & Ruigrok 2009). Bennet (1990) noemt deze ontwikkeling de *indexingtheorie*, waarbij journalisten de neiging hebben om overheidsbronnen en personen met machtsposities te rapporteren en citeren. Journalisten geven zelfs toe dat zij ‘lekkere woorden’ van bijvoorbeeld politici graag citeren, omdat die woorden het verhaal versimpelen en de verantwoordelijkheid voor de inhoud weghalen bij de journalist (Ruigrok et al., 2014). Vooral Wilders is goed in het geven van ‘lekkere woorden’. “Quote van Wilders betekent: Marokkanen en straattuig, dan heb je toch al de lekkere woorden erin staan, waardoor mensen gaan lezen, en het verhaal in een heldere context komt te staan maar zonder dat de journalist daar zelf de verantwoordelijkheid hoeft te nemen, omdat ie alleen quote” (Ruigrok et al., 2014, p. 80). Andersom hebben deze bronnen vaak ook toegang tot de media. Het gevaar van deze werkwijze is volgens Berkowitz (2009) dat bestaande machtsgroepen de overhand nemen, waardoor de pluriformiteit en diversiteit van media-inhoud wordt bedreigd. Dit wordt ook wel homogenisering van het nieuws genoemd (Hallin & Mancini, 2004).

Chermak (1997) stelt dat de verscheidenheid van brongebruik in misdaadberichtgeving klein is. In ongeveer vijftig procent van de misdaadberichtgeving worden overheidsactoren die belast zijn met orde- en rechtshandhaving als politie, justitie en het OM als bron gerapporteerd. In meer dan de helft van berichtgeving over drugscriminaliteit domineren deze bronnen (Chermak, 1997). Chermak (1997) vult haar bevindingen aan met het gegeven dat bronnen zoals slachtoffers, deskundigen en beklaagden minder toegankelijk zijn, omdat zij niet het vermogen hebben om de informatie te verschaffen die de journalist verwacht (Chermak, 1997). Uit onderzoek naar misdaadberichtgeving over loverboys blijkt dat bronnen als politie, justitie en het OM juist ondervertegenwoordigd zijn. Hierin voeren voornamelijk slachtoffers en hulpverleners de boventoon (Burger & Koetsenruijter, 2008). Naar aanleiding van deze inzichten is de volgende deelvraag tot stand gekomen:

DV3: In hoeverre wordt het OM geciteerd door Nederlandse kranten in berichtgeving rondom criminaliteit en is daarbij een verschil waar te nemen tussen populaire en kwaliteitskranten?

2.3 Framing

Na het bepalen welk onderwerp of welke gebeurtenis het nieuws behaalt, maakt de journalist keuzes om het onderwerp op een bepaalde manier in te kaderen. Het uiteindelijke resultaat is een beschrijving van feiten, die in een specifieke context worden geplaatst. Dit wordt *framing* genoemd (Shoemaker & Reese, 2014). Entman (1993, p. 52) definieert *framing* als volgt: “To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendations”. Al met al is *framing* de manier waarop een fenomeen wordt belicht door het maken van keuzes met betrekking tot het selecteren en weglaten van aspecten. Men gaat ervanuit dat er bewuste keuzes gemaakt worden bij het vormgeven van berichtgeving die van invloed kan zijn op de beeldvorming van het publiek. Dit fenomeen wordt ook wel aangeduid als *framesetting* (Entman, 1993; Thaler & Sustein, 2008). Een voorbeeld van zo’n bewuste keuzes is het gezegde: ‘Het glas is halfvol of halfleeg’. Je kunt op deze manier de inhoud van het glas op een optimistische of pessimistische wijze beschrijven, terwijl het glas evenveel inhoud heeft (Ruigrok et al., 2014). Door het verslaan van nieuws wordt ‘de werkelijkheid’ en de ideologie van het publiek bepaald (Broersma, 2015; Sacco 1995). Een groot deel van de bevolking ziet de media immers als belangrijkste nieuwsbron (Ruigrok, Schaper, Welbers, Denekamp, Jacobi, & Huiberts, 2013).

Ondanks het feit dat nieuwsproductie berust op keuzes, worden journalisten geacht informatie op een objectieve en neutrale wijze te verspreiden (Skovgaard, Albæk, Bro, & De Vreese, 2013). De objectiviteitsnorm begeleidt de journalist bij het verslaan van nieuws op basis van feiten zonder deze van commentaar te voorzien (Schudson, 2001). De journalist dient afstand te doen van persoonlijke en ‘gekleurde’ perspectieven, zodat er een betrouwbare representatie van de maatschappij ontstaat (Skovgaard et al., 2013).

Sommige critici zijn er echter van overtuigd dat er niet één representatie van de maatschappij bestaat. Zo stelt Gitlin (1980) dat mediaframes niet alleen toegekend worden aan het publiek, maar dat frames de journalist ook helpen om de waargenomen werkelijkheid te organiseren. Reese (2011) voegt daaraan toe dat frames structuur geven. Daarnaast vinden Tuchman (1972) en Maras (2013) dat objectiviteit juist nadelig werkt voor de verschillende perspectieven die de media juist horen aan te reiken. Bovendien ontkomen journalisten niet aan framing (Scheufele & Tewksbury, 2007), omdat een beschrijving van een fenomeen altijd voortkomt uit keuzes aangaande het selecteren en achterhouden van aspecten (Calcutt & Hammond, 2011). Dit zou volgens critici geen bedreiging moeten zijn, omdat frames binnen

bestaande percepties en denkkaders geïnterpreteerd worden en zo helpen sociale gebeurtenissen te begrijpen (Gitlin, 1980). Kortom, *framing* dient als organisatieproces en houvast om de gebeurtenissen te classificeren (Goffman, 1975). Dit standpunt brengt ons terug bij het eerder genoemde *commercial laissez faire model* van Cohen en Young (1973). Sterker nog, Shoemaker en Reese (1991) stellen dat frames worden gebruikt om gecompliceerde zaken toe te lichten, die juist passen binnen de denkkaders van het publiek. Desondanks stelt Goffman (1975) dat er zich een situatie kan voordoen waarin frames op verschillende manieren kunnen worden opgevat. Er kan dan *misframing* ontstaan als de ontvanger ten onrechte overtuigd is het frame op de juiste manier te hebben geïnterpreteerd (Goffman, 1975). Toch blijft het collectieve idee bestaan dat journalisten onpartijdig, nauwkeurig en evenwichtig moeten zijn en professionele afstand dienen te nemen (Deuze, 2011).

Bronnen nemen een sterke positie in door onderwerpen in de media-agenda toe te schrijven, maar volgens Berkowitz en TerKeurst (1999) kunnen we ervan uitgaan dat het mogelijk is voor bronnen om een sterkere positie in te nemen door de vorm van het nieuwsbericht te beïnvloeden. Dit wordt *second-level agenda building of frame-building* genoemd (Kioussis, Mitrook, Wu, & Seltzer, 2006; Scheufele, 1999).

Zoals eerder omschreven, zijn media de schakel tussen belanghebbende bronnen en het publiek. Deze bronnen proberen middels hun voorverpakte informatie mediaframes te beïnvloeden om daarmee de perceptie van het publiek te beïnvloeden (Scheufele, 1999). Dit wordt ook wel *frame-sponsoring* genoemd (Gamson & Modigliani, 1989; Van Gorp, 2007). Uitgaande van verschillende eerder genoemde onderzoeken en van de *indexingtheorie* die stelt dat de media voornamelijk machtige bronnen opvoeren in hun berichtgeving, wordt aangenomen dat deze actoren ook meer invloed hebben op de mediaframes. Dit wordt ook wel *power-bias* hypothese genoemd (Hänggli, 2011). Empirisch onderzoek over de wisselwerking tussen media en criminaliteitsbestrijders bevestigt deze veronderstelling (Van Gestel, 2006). Bovendien wordt de mate waarin bronnen macht uitoefenen op journalisten groter. Zo stelt Van Gestel (2013, p. 80) dat “journalisten een breed podium bieden aan politici en andere autoriteiten die zich inspannen om met een nieuwswaardige uitspraak het nieuws te halen”. Politieke- en overheidsactoren maken in het veranderende medialandschap gebruik van de kennis van medialogica en gaan er ook daadwerkelijk naar handelen. Zo bevredigen zij de behoefte van de journalist door bijvoorbeeld in te spelen op krappe deadlines of primeurs te geven om op die manier mediaframes te beïnvloeden (Van Gestel, 2013).

2.3.1 Framing misdaadberichtgeving

In dit onderzoek staan acht frames centraal: associatief, thematisch, episodisch, succes, gezag, slachtoffer, handhaving en politiek.

Associatieve frame

Associatief framen ligt op een globaal niveau en verwijst naar associaties tussen concepten en tussen concepten en attributen (Van Atteveldt, Ruigrok, & Kleinnijenhuis, 2005).

Stereotypering wordt als associatief framen gezien, doordat etnische minderheden door stereotypes met criminaliteit worden geassocieerd. Stereotypes zijn stijlfiguren en kunnen bijdragen aan onjuiste representaties en helpen bij het beïnvloeden van deze representaties (Post, 2011).

Zo zijn media in staat om stereotypes te creëren door het herhalen of weglaten van bepaalde aspecten van bepaalde groepen. Stereotypering is het behapbaar, begrijpelijk en overzichtelijk maken van informatie, waarbij het accent wordt gelegd op een groep die een gevaar zou zijn voor de sociale orde (Jackson, 2014; Van Dijk, 1993). Dit fenomeen gaat hand in hand met negatieve beeldvorming (Lippman, 1965). Verschillende wetenschappers omschrijven stereotypering als gedeelde denkwijzen binnen een groep (in-groep) over een persoon of groep (uit-groep), waaraan bepaalde gedrags- of persoonlijkheidskenmerken worden toegeschreven (Brouwer, 1968; Eriksen, 2002; Shadid, 1994). Herhaaldelijke (negatieve) stereotypen leiden tot machtsrelaties tussen groepen binnen een samenleving (Van den Berg & Van der Veer, 1986). Volgens Van Dijk (1991) is het immers de bedoeling van stereotypering om bestaande machtsrelaties te behouden. Al met al is stereotypering een vorm van sociale categorisatie (Jackson, 2014).

Shadid (2005) beschrijft in zijn onderzoek naar berichtgeving over moslims en de Islam in de westerse media een viertal gevaren van stereotypering. Ten eerste heeft stereotypering invloed op hoe informatie wordt opgenomen. Men onthoudt sneller positieve informatie over de in-groep en negatieve informatie over de uit-groep. Ten tweede leiden stereotypen tot specifieke verwachtingen van het gedrag van de uit-groep, die vervolgens als ‘filters’ dienen bij het interpreteren van dat gedrag. Bovendien zorgt stereotypering voor de zogeheten *self-fulfilling prophecies*, waarbij men het gedrag van anderen interpreteert op basis van verwachtingen die voortvloeien uit vooroordelen. Tot slot kunnen stereotypen resulteren in onjuiste voorspellingen van het gedrag van de uit-groep, omdat vooroordelen (gedeeltelijk) onjuist zijn (Shadid, 2005).

In Nederland, een land met een multiculturele samenleving, passen de media sociale

categorisatie toe. Dit gebeurt met name bij etnische minderheden (Shadid, 1994). Deze etnische minderheden behoren in het kader van stereotypering tot de ‘ander’ (Eriksen, 2002; Shadid, 1994). Zodoende dragen de media bij aan negatieve beeldvorming over deze groepen en zijn de media volgens Shadid (2005) zelfs de belangrijkste factor in het vormen en verspreiden van stereotypering van etnische minderheden.

Dit fenomeen is vooral zichtbaar in berichtgeving over criminaliteit (Shadid, 2005). Om te overleven in het marktgerichte medialandschap richten media zich op de dominante groep van de samenleving en wordt berichtgeving op sensationele wijze gerapporteerd (Heath & Gilbert, 1996) door misdaadberichtgeving te linken aan etnische minderheden (Shadid, 2005). Bovendien schetsen de Nederlandse media een vertekend beeld met betrekking tot etnische minderheden (Ruigrok et al., 2014; Shadid, 2005). Dit betekent dat berichtgeving afwijkt van de basisbeginselen nauwkeurigheid, evenwichtigheid en onpartijdigheid, waardoor deze berichtgeving als ‘bevooroordeeld’ beschouwd kan worden, ofwel *biased* (McQuail, 2000). De groep die vaak in verband wordt gebracht met criminaliteit, zijn personen met een Marokkaanse achtergrond (Ruigrok et al., 2014; Saeys, Lits, Devroe, Grammens, & Destrebecq, 2007; Sterk & Fun Lio, 2004). Uit onderzoek blijkt dat de media Marokkanen zelfs vaker in verband brengen met criminaliteit dan waar de feitelijke ontwikkelingen reden toe geven (Ruigrok et al., 2014; Sibon, 2004).

Thematisch versus episodisch frame

Dit onderzoek maakt onderscheid tussen episodische en thematische frames. Bij episodische frames worden feiten gepresenteerd zonder achtergrondinformatie of context te geven. Daarnaast wordt nieuws met deze frames vaak op een dramatische wijze gebracht (Iyengar, 1991). In het kader van misdaadberichtgeving wordt ook vaak de nadruk gelegd op personen om het verhaal concreter en beeldend te maken (Ruigrok et al., 2014). Het gevaar van een duidelijke focus op deze aspecten is dat het publiek beperkt wordt geïnformeerd over de maatschappelijke situatie. Thematische frames zoomen juist uit van een persoonlijk perspectief en plaatsen gebeurtenissen in een bredere context, zoals economische, politieke of sociale context (Iyengar, 1991; Ruigrok et al., 2014).

Naast de hoofdtaak om daders te vervolgen heeft het OM ook een democratische plicht om goed en tijdig te informeren over strafzaken (Stevens, 2010). Het persbeleid van het OM bestaat daarom uit het tonen van een samenhang tussen praktijk en beleid door “concrete zaken zoveel mogelijk in de context te plaatsten waarbij ook aandacht wordt geschonken aan

de lokale of landelijke beleidsprioriteiten” (Overheid, 2012, Informatieverstrekking, par. 6).

Eerder onderzoek wijst uit dat misdaadberichtgeving in de media voornamelijk is gebaseerd op korte feiten zonder context (Barnhurst, 2010; Dorfman & Schiraldi, 2000; Gross, 2008; Gross & D’Ambrosio, 2004; Iyengar, 1991; Lembrechts, 2007; Ruigrok et al., 2014; Ruigrok et al., 2017a). Het gevolg hiervan is dat het publiek beperkt wordt geïnformeerd over de omstandigheden van daders, slachtoffers en betrokkenen, het bredere beeld van de ontwikkelingen rondom criminaliteit en het effect ervan op de maatschappij (Ruigrok et al., 2017a).

Uit onderzoek van Holt en Major (2010) is daarentegen gebleken dat misdaadberichtgeving over specifieke strafzaken juist vaker thematisch geframed is. Voornamelijk populaire kranten framen misdaadberichtgeving op een episodische manier en kwaliteitskranten gebruiken juist meer de thematische manier van framen in deze berichten (Reichert, 2013; Ruigrok et al., 2014). Ervan uitgaande dat kwaliteitskranten vaker context bieden in berichtgeving (Reichert, 2013; Ruigrok et al., 2014), is het vanzelfsprekender dat kwaliteitskranten vaker dan populaire kranten de herkomst van daders vermelden in misdaadberichtgeving.

Succesframe

Zoals we eerder hebben gezien, hanteert het OM een pro-actief persbeleid om onder andere een positief imago te bewerkstelligen, omdat dit leidt tot meer draagvlak bij het publiek (Beunders & Muller, 2005; Wu, 2010). De manier om dit imago te realiseren is door de prestaties en het succes van het OM te presenteren. Er wordt dan gebruik gemaakt het succesframe (Veul et al., 2017). Het communiceren van successen zorgt voor het versterken van legitimiteit binnen de maatschappij, wat de burgerparticipatie op zijn beurt weer versterkt (De Fine Licht, 2011; Grimmelikhuijsen, Porumbescu, Hong, & Im, 2013; Mossberger, Wu, & Crawford 2013).

Uit onderzoek naar berichtgeving van Australische kranten is gebleken dat positieve verhalen en beelden van orde en rechtshandhavers, zoals succesvolle arrestaties en aanhoudingen, naast het bevorderen van legitimiteit het vertrouwen bij het publiek vergroot (Lee & McGovern, 2013). Bovendien zorgen dergelijke presentaties voor een afschrikkende effect, waardoor de kans op aanstootgevend gedrag bij het publiek verkleind wordt (Lee & McGovern, 2013).

Het succesframe in de berichtgeving van Nederlandse media komt vooral tot

uitdrukking door arrestaties, afpakacties of opsporingsonderzoeken als succes te presenteren. Denk bijvoorbeeld aan grote in beslag genomen drugsvondsten of geldbedragen (Veul et al., 2017). Deze geldbedragen worden in persberichten vaak al in de titel en *lead* vermeld. Het frame komt ook tot uiting in het beeldmateriaal, waarin de vondst van bijvoorbeeld stapels bankbiljetten afgebeeld staan. Uit eerder onderzoek naar *(re)framing* van de berichtgeving van het OM rondom witwassen, is gebleken dat in zowel de persberichten van het OM, als in de nieuwsberichten van Nederlandse media het succesframe wordt toegepast. Wel zijn er verschillen te noemen in de manier waarop het frame wordt gebruikt (Veul et al., 2017). Het belangrijkste verschil is dat de persberichten vanuit het perspectief van het OM zijn geschreven en expliciet kenbaar wordt gemaakt dat het succes door het OM is geboekt. Dit komt reeds tot uiting in de titels en de *leads* van de persberichten. In nieuwsberichten worden deze aspecten daarentegen niet altijd benoemd en vooral niet in de titels en *leads* vermeld (Veul et al., 2017).

Gezagsframe

Het OM, dat onderdeel uitmaakt van de rechterlijke macht, is het enige orgaan dat belast is met de strafrechtelijke handhaving van de rechtsorde en daarmee bepaalt of iemand voor de rechter moet verschijnen. Daarmee is het OM ook de eindverantwoordelijke voor het opsporen en vervolgen van strafbare feiten. Opsporingstaken worden door onder andere de politie onder het gezag van het OM uitgevoerd, waarbij de officier van justitie (vertegenwoordiger van het OM) erop let of er binnen de bevoegdheden te werk wordt gegaan (Openbaar Ministerie, z.d.-a). Ook heeft het OM de autoriteit om te zorgen voor een juiste toepassing van het strafrecht en voor de uitvoering van strafvonnissen (Openbaar Ministerie, z.d.-a). Kortom, het OM heeft het gezag om verdachten van een strafbaar feit te vervolgen en levert hiermee een bijdrage aan de maatschappelijke veiligheid.

Het benadrukken van het gezag in berichtgeving is voor het OM van belang, omdat publieke opvattingen bepalen hoe burgers zich gedragen tegenover orde- en rechtshandhavingsactoren. Het onderzoek van Tyler en Huo (2002) toont aan dat het benadrukken van het gezag van de orde- en rechtshandhavingsactoren in berichtgeving van belang is voor het naleven van bevelen van officieren en de wet in algemeen. Onderzoek naar berichtgeving van Amerikaanse media stelt dat het gezag van orde- en rechtshandhavers tot uiting komt door het benadrukken van een repressieve aanpak van criminaliteit (Tyler & Wakslak, 2004). Negatieve publiciteit waarbij voortdurend gewelddadig gezag wordt

benadrukt, ondermijnt de perceptie van burgers over de legitimiteit van dergelijke instituten (Tyler, 1990; Tyler & Wakslak, 2004). Bovendien kan extreem ongenoegen over politieacties in berichtgeving van de media leiden tot geweld tegen officieren (Nix & Wolfe, 2017).

Aspecten van het gezag van het Nederlandse OM komen in het persbeleid op een andere manier tot uiting. In dergelijke berichtgeving wordt het gezag van het OM onder andere benadrukt door de focus te leggen op de leiding en eindverantwoordelijkheid van het OM in de opsporing, op de prioriteiten of werkwijze van het OM of door het aansporen van burgers om reeds bekende informatie te delen (Van Erp, 2011). Dit frame komt ook bij misdaadberichtgeving in de media tot uitdrukking. Met name in opsporingsberichtgeving wordt het gezagsframe toegepast, waarbij de nadruk wordt gelegd op autoriteit door een beroep te doen op burgers om reeds bekende informatie te melden (Van Erp, 2011).

Slachtofferframe

Niet iedereen komt in aanraking met misdaad, waardoor identificatie met slachtoffers lastig kan zijn (Schipper, 2016). Een slachtofferframe vergroot de kans op identificatie en medeleven met het slachtoffer (Van Gorp, 2005). Met het slachtofferframe wordt een gebeurtenis beschreven vanuit het perspectief van het slachtoffer of een vertegenwoordiger van het slachtoffer, zoals een familielid of advocaat. Op die manier wordt er informatie over het effect van de misdaad en/of de nasleep ervan gegeven. Dit frame berust zich vaak op de emotionele en fysieke schade (Van Erp, 2011), waardoor de toon van de berichten verhalender, persoonlijker, dramatischer en emotioneler wordt. Een dergelijk frame maakt een verhaal bovendien concreter en beeldender (Semetko & Valkenburg, 1998).

Onderzoek naar berichtgeving van Belgische media wijst uit dat het slachtofferframe als dramaturgische techniek wordt gebruikt door de media om op de emotie van het publiek in te spelen (Van Gorp, 2005). Vooral in berichtgeving rondom vluchtelingen presenteren de media ouderen en kinderen als slachtoffer, omdat zij de kwetsbaarste groepen zijn binnen de maatschappij (Van Gorp, 2005). Onderzoek naar Amerikaanse berichtgeving concludeert dat het constant blootstellen van het publiek aan het slachtofferframe in misdaadberichtgeving kan leiden tot angst voor criminaliteit (Edwards, 2007; Tyler, 1984). In Nederlandse berichtgeving passen de media een dergelijk frame toe om betrokkenheid en medeleven bij de lezer te bevorderen (Van Erp, 2011). Dit is vooral voordelig voor opsporingsberichtgeving, omdat het zou bijdragen aan identificatie met slachtoffers met een groter draagvlak als resultaat (Van Erp, 2011).

Handhavingsframe

Het eerder genoemde gezag van het OM vormt de basis voor handhaving. Handhaving heeft tot doel om met behulp van het recht controle te hebben over criminaliteit en deze te bestrijden (Beunders & Muller, 2005). Het OM is daarbij de strafrechtelijke handhaver. Handhaving en gezag hangen in dit geval nauw samen, omdat er bij het handhaven van criminaliteit gezag nodig is om dwang uit te oefenen en ervoor te zorgen dat daders een passende straf krijgen.

Bij het handhavingsframe in Amerikaanse berichtgeving ligt de focus op het *Zero Tolerance* beleid, ofwel het hard optreden tegen criminele activiteiten (Newburn & Jones, 2007). Deze term wordt zowel door de media als de orde- en rechtshandhavers voornamelijk gebruikt als een retorische term om het gezag te benadrukken. Hierbij ligt de focus op strengere straffen en gepaste processen ten gunste van misdaadbestrijding (Newburn & Jones, 2007).

Ook de Nederlandse media passen het handhavingsframe toe in hun berichtgeving. De focus ligt niet per se op het strenger bestraffen van misdaad, maar het bestrijden en bestraffen van misdaad in het algemeen, omdat misdaad niet mag lonen (Van Erp, 2011). In zulke berichtgeving ligt de focus op de naleving van de wet- en regelgeving, waarbij de misdaad en dader en het opsporen en bestraffen centraal staan (Van Erp, 2011). Ook wordt in berichtgeving met handhavingsframe verwezen naar het Nederlandse rechtssysteem, de uitspraak van de rechter en/of de gevolgen en strafconsequenties voor de verdachte van een misdaad. In tegenstelling tot het slachtofferframe ligt de focus bij een handhavingsframe op de dader in plaats van het slachtoffer.

Politieke frame

Bij een politieke frame wordt een probleem vanuit een politiek standpunt benaderd. De media spelen een cruciale rol als belangrijkste bron van politieke informatie voor de meeste burgers (Norris, 2000). Criminaliteit is een sociaal en maatschappelijk probleem en de bestrijding van criminaliteit staat daarom op de politieke agenda (Wittebrood & Nieuwbeerta, 2006).

Politici zijn belangrijke bronnen in het nieuws, waardoor hun politieke standpunten ook vaak aan bod komen in berichtgeving over (jeugd)criminaliteit (Ruigrok et al., 2014). Waar woordvoerders van het OM rekening houden met een juiste balans tussen openheid en

transparantie enerzijds en het voorkomen van *trial by media* door het waarborgen van de belangen en de privacy van slachtoffers, verdachten en betrokkenen anderzijds (Overheid, 2012), kunnen politici en hun woordvoerders op een andere manier of zelfs vrijuit communiceren en hun standpunten kenbaar maken (Ruigrok et al., 2014). Berichten die een politieke frame bevatten, leggen de nadruk op politieke acties en overwegingen, verklaringen over beleidskwesties en het sluiten van akkoorden rondom criminaliteit (Boydstun, Gross, Resnik, & Smith, 2013).

Alle inzichten tezamen met betrekking tot *framing* leiden tot de volgende deelvragen en hypothesen:

DV4: In hoeverre is er een verschil in het gebruik van de frames tussen pers- en nieuwsberichten?

DV5: In hoeverre is er een verschil in het gebruik van de frames tussen populaire en kwaliteitskranten?

Hypothese 1 : Populaire kranten leggen meer nadruk op episodische frames in misdaadberichtgeving in vergelijking met kwaliteitskranten.

Hypothese 2: Een associatief frame in misdaadberichtgeving komt vaker voor in berichtgeving met thematische frames dan zonder thematische frames.

2.3.2 Reframing

Hoewel bronnen kunnen dienen als *frame-sponsors* (Gamson & Modigliani, 1989; Van Gorp, 2007), doen er zich ook situaties voor die ervoor zorgen dat de informatie met de bijbehorende frames aangepast of veranderd moeten worden (Goffman, 1975). Dit wordt *reframing* genoemd (Goffman, 1975). Boyd-Barrett (2007) omschrijft *reframing* als een proces, waarbij er weinig of niets gewijzigd wordt aan het oorspronkelijke bericht, maar de boodschap wel vanuit een ander perspectief wordt gepresenteerd voor ideologische en propagandistische doeleinden. Onderzoek naar Canadese berichtgeving laat zien dat journalisten persberichten reframen als de frames uit de persberichten niet aansluiten op de dominante *discoursen* in de maatschappij (Olinto, 2018). Journalisten neigen namelijk naar het herkenbaar maken van informatie door binnen bestaande percepties te framen waardoor *reframing* toegepast wordt (Olinto, 2018). In het onderzoek van Maat en De Jong (2013) naar

reframing van persberichten in de Nederlandse media wordt er onderscheid gemaakt tussen verschillende mate van *reframing*: zwakke en sterke *reframing*. Bij zwakke *reframing* voegt de journalist additionele informatie toe of hervormt hij het oorspronkelijke frame. Hierdoor verandert het nieuwsfeit zelf niet, maar de invalshoek wel. Bij sterke *reframing* benadrukt de journalist andere informatie of voegt andere informatie toe, waardoor er een andere betekenis wordt gegeven aan de boodschap. Hetzelfde onderzoek toont aan dat oorspronkelijke frames in persberichten wel degelijk hervormd worden in het nieuws, maar de boodschap niet per se een andere betekenis krijgt (Maat & De Jong, 2013). Het onderzoek van Veul et al. (2017) bevestigt deze resultaten. Dat onderzoek concludeert dat het oorspronkelijke frame in een persbericht enige invloed heeft op de journalist, omdat deze wordt overgenomen, maar op een andere wijze wordt toegepast. Aan de hand van deze inzichten zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

DV6: In hoeverre en op welke manier worden persberichten gereframed?

DV7: In hoeverre is er een verschil in reframing waar te nemen tussen populaire en kwaliteitskranten?

3. Methode

3.1 Dataverzameling

Voor dit vergelijkend onderzoek zijn in de eerste plaats de persberichten van het OM verzameld. Deze zijn gescraped van de website van het Openbaar Ministerie (www.om.nl/actueel) naar de computerinfrastructuur AmCAT (Van Atteveldt, Ruigrok, Takens, & Jacobi, 2014). De persberichten zijn beschikbaar vanaf 18 oktober 2013 met als einddatum 31 december 2019. Deze tijdsperiode resulteerde in een dataset van 6.337 persberichten van het OM.

Voorgaande persberichten zijn met nieuwsberichten uit dezelfde tijdsperiode waarin het OM wordt genoemd, vergeleken. Deze data zijn via de computerinfrastructuur AmCAT verzameld (Van Atteveldt et al., 2014). De nieuwsberichten komen uit de vijf grootste Nederlandse kranten, die onder te verdelen zijn in populaire en kwaliteitskranten. Tot de populaire kranten behoren *De Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad*, en *De Volkskrant*, het *NRC Handelsblad* en *Trouw* behoren tot de categorie kwaliteitskranten. Dit onderscheid is gebaseerd op de inzichten van Bakker en Scholten (2013). Volgens hen zijn kwaliteitskranten voornamelijk politiek informatieve kranten, terwijl populaire kranten gezien worden als amusementskranten.

Voor het verzamelen van nieuwsberichten is de zoekterm "*Openbaar Ministerie*" gehanteerd, welke resulteert in 17.235 artikelen in de gegeven tijdsperiode. Hiervan kwamen 9.059 nieuwsberichten uit kwaliteitskranten en 8.176 uit populaire kranten. De betrouwbaarheid en validiteit van deze zoekterm is gemeten met een *precision* en *recall* analyse. De zoekterm kent een *precision* van 0.9 en *recall* van 0.76, wat betekent dat de dataset betrouwbaar en relevant is (zie appendix A).

3.2 Methode

In dit onderzoek is er gebruikgemaakt van een inhoudsanalyse. Een inhoudsanalyse is een “systematic reading of a body of texts, images and symbolic matter, not necessary from an author’s or user’s perspective” (Krippendorff, 2004, p. 3). Dat wil zeggen dat deze methode het mogelijk maakt om op systematische wijze relevante concepten in een tekst of ander symbolische materiaal te meten (Van Atteveldt et al., 2014). In huidig onderzoek is er gebruikgemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse, omdat dit een geschikte methode is voor vergelijkend onderzoek, waarbij je op een snelle wijze een grote hoeveelheid tekst kunt analyseren en daarover replicerbare en valide conclusies kunt trekken (Krippendorff, 2004). Een kwantitatieve inhoudsanalyse valt zowel automatisch als handmatig uit te voeren. In dit

onderzoek is van beide vormen gebruikgemaakt.

Automatische inhoudsanalyse

Een automatische inhoudsanalyse wordt uitgevoerd door een computer. Een dergelijke inhoudsanalyse maakt het mogelijk om snel een grote hoeveelheid artikelen te analyseren. Het nadeel van dit type inhoudsanalyse is dat er alleen manifeste betekenissen achterhaald kunnen worden, omdat computers expliciete woorden kunnen herkennen, maar geen concepten (Van Atteveldt et al., 2014). In dit onderzoek is de automatische inhoudsanalyse gebruikt om de overlap tussen de pers- en nieuwsberichten te meten (deelvraag 1), voor het traceren van onderwerpen die in de berichtgeving voorkomen (deelvraag 2) en voor de mate waarin het associatieve frame voorkomt in de berichtgeving (deelvraag 4 en 5).

Handmatige inhoudsanalyse

Voor het blootleggen van de latente betekenissen is de handmatige inhoudsanalyse uitgevoerd (Krippendorff, 2004). Handmatige inhoudsanalyses geven diepgang aan het onderzoek, omdat de codeur als meetinstrument dient en deze teksten wel kan lezen en interpreteren (Van Atteveldt et al., 2014). Het nadeel van deze methode is dat de subjectiviteit van het meetinstrument, oftewel de codeur, van invloed is op de betrouwbaarheid. Daarnaast neemt deze manier relatief meer tijd in beslag dan de automatische inhoudsanalyse. Voor het beantwoorden van deelvraag tot 3 tot en met 7 (m.u.v. het associatieve frame) is de handmatige inhoudsanalyse gebruikt.

3.3 Operationalisatie

3.3.1 Operationalisatie automatische inhoudsanalyse

Het meten van overlap

Deelvraag 1 heeft betrekking op de mate waarop persberichten van invloed zijn op nieuwsberichten. Hiervoor is tekstoverlapping tussen pers- en nieuwsberichten middels de *vector space model approach* gemeten (Salton & Harman, 2003). In de eerste stap van deze benadering gaat het om het toewijzen van elementen die als vector worden beschouwd. Zo is er, gebaseerd op onderzoek van Welbers et al. (2018), besloten om te vergelijken aan de hand van de meest onderscheidende werkwoorden, zelfstandig naamwoorden en eigennamen. De eigennamen zijn belangrijk, omdat ze veel informatie bevatten om gebeurtenissen in inhoud te onderscheiden (Welbers et al., 2018). Ook het vergelijken van zelfstandig naamwoorden is

zinnig, omdat gebeurtenissen rondom criminaliteit vaak, met name in berichtgeving van het OM, met naamloze personen, gegevens en objecten worden beschreven om inbreuk op de persoonlijke levenssfeer van de verdachte te beperken (Overheid, 2012). Een voorbeeld hiervan is “50-jarige man sloeg vrouw in elkaar”. Tot slot is lemmatisering in dit proces verwerkt om verschillende woordvormen te negeren en woorden terug te brengen tot de morfologische wortelvorm (Welbers et al., 2018).

Door gebruik te maken van de *term-frequency inverse document frequency* (tf.idf) methode wegen woorden die minder vaak voorkomen zwaarder mee, waardoor er meer gewicht wordt gegeven aan ‘verrassende’ gebeurtenissen en minder aan ‘verwachte’ gebeurtenissen. Dit is een klassiek wegingsschema en een essentiële standaard om informatie op te halen en te vergelijken (Monroe, Colaresi, & Quinn 2008; Turney & Pantel, 2010).

Tot slot is er bij deze benadering, waarbij is gekeken naar het aantal gemeenschappelijke vectoren tussen de teksten, ook rekening gehouden met tekstlengte. Deze veelgebruikte maatstaf wordt ook wel *cosinus* genoemd. Bij het tellen van het aantal gemeenschappelijke woorden tussen teksten ontstaat er een inherente fout. Dit wil zeggen dat naarmate de lengte van de tekst toeneemt, het aantal gemeenschappelijke woorden ook toeneemt, zelfs wanneer de teksten over verschillende onderwerpen gaan (Welbers et al., 2018). De *cosinus* houdt rekening met deze fout en maakt het mogelijk om teksten te vergelijken ongeacht de tekstlengte (Welbers et al., 2018).

In dit vergelijkingsproces zijn alle persberichten vergeleken met alle nieuwsberichten uit de bovengenoemde datasets. Hierbij zijn alleen de eerst gepubliceerde artikelen opgenomen en de geüpdatete versies zijn uit de dataset gefilterd. Daarnaast is er rekening gehouden met een tweedaags tijdsbestek. Dat wil zeggen dat er twee dagen tussen het moment van publicatie van het pers- en nieuwsbericht kunnen zitten. Dit tijdsbestek is gebaseerd op onderzoek van Welbers et al. (2018), die aannemen dat wanneer nieuws is ingegeven door een persbericht, een krant hier op korte termijn vervolg aangeeft.

Het bepalen van overlap tussen berichten bestaat uit twee delen: het bepalen of een nieuwsbericht gebaseerd is op een persbericht en daaropvolgend het bepalen of een nieuwsbericht (bijna) letterlijk is overgenomen uit een persbericht. Door middel van een overeenkomstdrempel kan worden aangenomen dat een persbericht hoogstwaarschijnlijk het nieuwsbericht heeft beïnvloed. Deze overeenkomstdrempel bepaalt of de teksten over dezelfde gebeurtenissen gaan. Er is geen standaard om deze drempel te bepalen, maar het is afhankelijk van de data en het onderzoek (Welbers et al., 2018).

In dit onderzoek is de overeenkomstdrempel die geldig is voor nieuwsberichten die

gebaseerd zijn op persberichten 0.22. Een overeenkomstscore van 0.22 of hoger betekent dat een nieuwsbericht minimaal dezelfde gebeurtenis adresseert als het persbericht en daarmee beïnvloed is door het persbericht. Daarnaast is een overeenkomstdrempel van 0.7 opgesteld voor artikelen die (bijna) letterlijk zijn overgenomen (Welbers et al., 2018). Met deze drempel zijn er 162 artikelen die (bijna) letterlijk zijn overgenomen uit een persbericht. Overeenkomstcores onder 0.22 geven aan dat de te vergelijken teksten over verschillende gebeurtenissen gaan.

Nieuwsberichten die gebaseerd zijn op meerdere persberichten worden vergeleken met het persbericht, waarbij de hoogste overeenkomstdrempel geldt. Van het totale aantal persberichten van het OM (6.337 persberichten) zijn 1.713 persberichten van invloed geweest op 3.181 nieuwsberichten van de totale berichtgeving van kranten waarin het OM wordt genoemd (17.235 nieuwsberichten).

Structural Topic Modelling

Voor de tweede deelvraag is middels automatische inhoudsanalyse een *Latent Dirichlet Allocation (LDA) Structural Topic Modelling* toegepast. Dit is een bottom-up benadering waarbij computeralgoritmen latente woordpatronen herkennen met behulp van het voorkomen van woorden in teksten (Jacobi, Van Atteveldt, & Welbers, 2016). Hiermee is geanalyseerd met welke onderwerpen, gebeurtenissen en issues het OM in het nieuws komt. Voor dit onderdeel is de dataset gebruikt met alle nieuwsberichten waarin het OM wordt genoemd (17.235 artikelen).

Bij de *Structural Topic Modelling* worden alle artikelen door de computer bekeken en wordt er per artikel bepaald hoe vaak een woord voorkomt. Alle getraceerde woorden vormen samen een woordenlijst die vervolgens teruggebracht wordt tot een lijst met woordstammen, ook wel lemma's. Op basis van een lemma wordt berekend hoe vaak deze voorkomt in een artikel. Daarna gaat de computer na welke lemma's samen voorkomen in een artikel, ook wel clustering. In het LDA-model kunnen artikelen meerdere clusters bevatten, maar aan ieder cluster wordt een interne consistentie toegewezen die staat voor de mate waarin het cluster voorkomt. De clusters zijn op automatische wijze getraceerd en zijn daarna handmatig geïnterpreteerd en ingedeeld in categorieën/onderwerpen (Jacobi et al., 2016). De uiteenzetting van de onderwerpen, waarbij de meest frequente woorden per onderwerp en voorbeelden van de clusters zijn gepresenteerd, is te vinden in appendix B. Uit deze analyse zijn een dertiental onderwerpen voortgekomen:

- Beleid en strafrecht
- Buitenland
- Criminele organisaties en specifieke strafzaken
- Drugsmisdrijven
- Euthanasie en hulp bij zelfdoding
- Levensmisdrijven en geweld
- MH17
- Motorclubs
- Politiek
- Schietincidenten en openbare orde misdrijven
- Seksuele misdrijven
- Terrorisme
- Ondernemingsstrafrecht

Associatieve frame

Aan de hand van het associatieve frame is de stereotypering in berichtgeving van Nederlandse kranten gemeten. Dit is gemeten door te analyseren in welke mate de herkomst uit Marokko wordt geassocieerd met criminaliteit. Hiervoor is gekeken naar de mate waarin nationaliteit of land van herkomst expliciet in de berichtgeving wordt genoemd. Voor dit onderdeel is gebruikgemaakt van de dataset van persberichten en nieuwsberichten die tekstoverlap hebben. De betreffende artikelen zijn geselecteerd middels de zoekterm “*Marok* NOT Wilders*”. Ook voor deze zoekterm is de betrouwbaarheid en validiteit gemeten met een *precision* en *recall* analyse. De zoekterm kent een *precision* van 0.92 en *recall* van 1, wat betekent dat de dataset betrouwbaar en relevant is. De operationalisatie van deze analyse is te vinden in appendix C.

3.3.2 Operationalisatie handmatige inhoudsanalyse

Voor de handmatige inhoudsanalyse is een codeerinstructie opgesteld die in de volgende paragrafen per deelvraag is toegelicht. Dit schema is voor zowel pers- als nieuwsberichten gehanteerd. De volledige codeerinstructie is te vinden in appendix D. Bij alle handmatige analyses is uitgegaan van de dataset, die is voortgekomen uit de analyse voor de eerste deelvraag (1.713 persberichten en 3.181 nieuwsberichten). Dit zijn de pers- en nieuwsberichten met tekstoverlap. Van deze dataset is een random steekproef genomen van zowel de pers- als nieuwsberichten. Deze steekproef bestaat uit 279 persberichten en 295

nieuwsberichten, waarvan 122 artikelen uit populaire kranten en 173 artikelen uit kwaliteitskranten. Het ongelijke aantal tussen pers- en nieuwsberichten komt voort uit het feit dat meerdere nieuwsberichten tekstoverlap hebben met één persbericht.

Soorten misdrijven

Hoewel er door gebruik van de automatische methode is gekeken naar de onderwerpen die in de berichtgeving voorkomen, is er voor de tweede deelvraag ook op handmatige wijze gekeken naar de mate waarin aandacht wordt gegeven aan verschillende soorten misdrijven door Nederlandse kranten. Er is onderscheid gemaakt tussen zeven misdaadcategorieën, die ontleend zijn aan de cijfers van de meest voorkomende geregistreerde misdrijven in Nederland (CBS, 2020):

- **Vermogensmisdrijven:** diefstal, bedrog, valsheidsmisdrijf, heling, afpersing en afdreiging, bankbreuk, witwassen etc.
- **Vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag:** vernieling en beschadiging, openbare orde misdrijf, brandstichting/ontploffing, openbaar gezag misdrijf etc.
- **Gewelds- en seksuele misdrijven:** mishandeling, bedreiging en stalking, seksueel misdrijf, levensmisdrijf, vrijheidsbeneming/gijzeling, mensenhandel/mensensmokkel etc.
- **Verkeersmisdrijven:** verlaten plaats van ongeval, rijden onder invloed, rijden tijdens ontzegging of rijverbod, joyriding, voeren vals kenteken, weigeren blaastest of bloedonderzoek etc.
- **Drugsmisdrijven:** het bereiden, bewerken, verwerken, verkopen, afleveren, verstrekken, vervoeren of bezitten van hard- of softdrugs
- **Wapenmisdrijven:** wapenbezit of wapenhandel
- **Overig:** alle overige misdrijven die niet vallen onder bovenstaande misdrijven

In deze analyse is vastgesteld welk soort criminaliteit het bericht omvat. De codeerinstructie in appendix D bevat een uitgebreider en specifiek beeld van de verschillende soorten misdrijven. Als een bericht meerdere soorten misdrijven behelst, zijn er maximaal drie soorten misdrijven ingevuld, op de volgorde waarin ze in het bericht voorkomen. Aan de hand van een intercodeursbetrouwbaarheidsanalyse is de betrouwbaarheid van de

misdaadcategorieën gemeten. Hierbij hebben twee codeurs onafhankelijk van elkaar ieder vijftig berichten gecodeerd. De betrouwbaarheid is vastgesteld aan de hand van de overeenstemming van de codeurs bij het beantwoorden van de vragen van de codeerinstructie (Riff, Lacy & Fico, 2014). De gemiddelde Cohen's kappa van de misdaadcategorieën is 0.95. Dit betekent dat de betrouwbaarheid van de analyse goed is. Bovendien is geen van de individuele Cohen's kappa onvoldoende (zie tabel 3.1). In appendix E is de uitwerking van de intercodeurbetrouwbaarheidsanalyse te vinden.

Tabel 3.1: intercodeurbetrouwbaarheidsscore per misdaadcategorie

Misdaadcategorie	Cohen's kappa
Vermogensmisdrijven	1
Vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag	0.88
Gewelds- en seksuele misdrijven	0.92
Verkeersmisdrijven	1
Drugsmisdrijven	0.87
Wapenmisdrijven	1
Overig	1

Bronnen citaten

Er is op handmatige wijze gekeken naar de mate waarin het OM geciteerd wordt als bron in berichtgeving van kranten (deelvraag 3). Verder gaat deze analyse in op de mate waarin verschillende bronnen geciteerd zijn in de berichtgeving. Om de bronnen in de berichtgeving van de kranten te onderzoeken zijn de verschillende bronnen ondergebracht in groepen. Het onderzoek over jeugdcriminaliteit en media van Ruigrok et al. (2014) dient als uitgangspunt voor de indeling van bronnen. De bronnen zijn vervolgens, wegens kleine percentages per bron, gegroepeerd in vier categorieën:

- **Experts en maatschappelijke bronnen**
 - **experts:** hoogleraren of deskundigen op het gebied van criminaliteit
 - **maatschappelijke bronnen:** burgers, belangenorganisaties of NGO's
 - **media:** journalisten, hoofdredacties of andere media
- **Betrokkenen**
 - **dader:** dader, betrokkenen van dader uit zijn/haar omgeving of advocaat

- **slachtoffer:** slachtoffer, betrokkenen van slachtoffer uit zijn/haar omgeving of advocaat
- **Overheid**
- **politiek:** politieke partijen, de Tweede Kamer of individuele politici
 - **lokaal bestuur:** gemeentelijk, provinciaal bestuur of burgemeesters
 - **overheidsinstanties:** ministeries inclusief bewindslieden, overige overheidsinstanties
- **Orde- en rechtshandhavingsactoren**
- **politie:** hoofdcommissarissen of individuele vertegenwoordigers
 - **justitie:** Officier van Justitie, persvoorlichter/woordvoerder OM, rechters en individuele vertegenwoordigers van deze organen

Deze bronnen zijn wederom opgenomen in de codeerinstructie. Als dezelfde bron twee keer of vaker geciteerd wordt, wordt dit als één citaat aangemerkt. Indien een bericht citaten van verschillende bronnen bevat, zijn alle bronnen ingevuld. De betrouwbaarheid van de bronnencategorieën is eveneens als goed te bestempelen. De gemiddelde Cohen's kappa van de categorieën is 0.97. Geen van de individuele Cohen's kappa is onvoldoende (zie tabel 3.2). De uitwerking van de intercodeurbetrouwbaarheidsanalyse is te vinden in appendix F.

Tabel 3.2: intercodeurbetrouwbaarheidsscore per broncategorie

Broncategorie	Cohen's kappa
Experts	1
lokaal bestuur	1
maatschappelijke bronnen	0.9
media	1
politiek	1
overheidsinstantie	1
politie	0.85
justitie	0.96
dader	1
slachtoffer	1

Framing

Het resterende deel van de handmatige analyse gaat in op de *framing* van berichtgeving. Door middel van de codeerinstructie is de aanwezigheid van een frame in de berichtgeving gemeten. De betrouwbaarheid van de analyse is wederom goed. De gemiddelde Cohen's kappa van de frames is 0.87. Bovendien is geen van de individuele Cohen's kappa onvoldoende (zie tabel 3.3). In appendix G is de uitwerking van de intercodeurbetrouwbaarheidsanalyse te vinden.

Iedere vraag in de codeerinstructie heeft binaire antwoordmogelijkheden met 1=JA en 0=NEE. Als één of meerdere vragen per frame met ja beantwoord kunnen worden, bevat het bericht het betreffende frame. De frames worden onafhankelijk van elkaar gecodeerd, wat betekent dat een bericht meerdere frames kan bevatten. In de volgende subparagrafen is voor ieder frame de operationalisatie toegelicht.

Tabel 3.3: intercodeurbetrouwbaarheidsscore per frame

Frame	Cohen's kappa
Thematisch frame	0.85
Episodisch frame	0.85
Succesframe	0.88
Gezagsframe	0.85
Slachtofferframe	0.96
Handhavingsframe	0.89
Politieke frame	0.83

Episodisch versus thematisch frame

In het kader van criminaliteit zijn berichten met episodische frames gefocust op strafrechtelijke incidenten en korte feiten zonder achtergrondinformatie. Daarnaast worden in berichtgeving met een focus op incidenten persoonlijke verhalen verteld (Ruigrok et al., 2014). Met andere woorden, episodische frames maken berichten concreter en beeldender in vergelijking met thematische frames (Ruigrok et al., 2014). Thematische frames bevatten juist wel achtergrondinformatie, waardoor gebeurtenissen in een bredere context geplaatst worden (Ruigrok et al., 2014). De operationalisatie van deze frames is gebaseerd op het onderzoek 'Jeugdcriminaliteit en Media' van Ruigrok et al. (2014). Voor het meten van deze frames zijn de volgende vragen opgesteld:

Episodisch:

- Ligt de focus op één of meerdere strafrechtelijk incident(en)?

Thematisch:

- Ligt de focus op cijfers rondom criminaliteit?
- Ligt de focus op aspecten van beleid?
- Ligt de focus op (maatschappelijke) ontwikkelingen?

Succesframe

Een succesframe in berichtgeving laat de successen en prestaties van het OM zien (Veul et al., 2017). De operationalisatie van dit frame is gebaseerd op het onderzoek van Veul et al. (2017). Voor het meten van dit frame zijn de volgende vragen opgesteld:

- Benadrukt het bericht dat er een arrestatie heeft plaatsgevonden, dat eventueel als prestatie of succes wordt gepresenteerd?
- Benadrukt het bericht dat er een afpakactie heeft plaatsgevonden, dat eventueel als prestatie of succes wordt gepresenteerd?
- Benadrukt het bericht dat er een onderzoek is afgerond, dat eventueel als prestatie of succes wordt gepresenteerd?

Gezagsframe

Volgens Van Erp (2011) ligt de focus in berichtgeving over het OM of politie op de autoriteit van deze instituten, die hen in staat stelt om hun taken goed uit te voeren. In dergelijke berichten wordt kenbaar gemaakt wat de verantwoordelijkheden zijn van het OM en wat de werkwijze of prioriteiten zijn bij strafrechtelijke handhaving van de rechtsorde. Bij dit frame is gekeken naar de focus op de autoriteit en verantwoordelijkheid van het OM. De operationalisatie van dit frame is gebaseerd op het onderzoek van Van Erp (2011). Voor het meten van dit frame zijn de volgende vragen opgesteld:

- Wordt de autoriteit van het OM benadrukt?
- Ligt de focus op de opsporing door het OM?
- Ligt de nadruk op prioriteiten of werkwijze van het OM?

- Wordt de kijker/lezer gevraagd reeds bekende informatie te melden?

Slachtofferframe

Het slachtofferframe richt zich op het slachtoffer van een misdaad. Bij dit frame is er gekeken naar de focus op slachtoffers of vertegenwoordigers van slachtoffers. De operationalisatie van dit frame is gebaseerd op het onderzoek van Van Erp (2011). Voor het meten van dit frame zijn de volgende vragen opgesteld:

- Gaat het artikel in op het slachtoffer?
- Geeft het artikel informatie over de wijze waarop het slachtoffer of de nabestaande(n) het delict of de nasleep ervan heeft ervaren?

Handhavingsframe

Bij berichten waarin het handhavingsframe is toegepast, ligt de focus op de naleving van de wet- en regelgeving. Dit gaat veelal gepaard met het opsporen van strafbare feiten en bestraffen van de dader. De nadruk ligt bij dit frame op het handhaven van de wet- en regelgeving. Het onderzoek van Van Erp (2011) vormt de leidraad voor de operationalisatie van dit frame. Voor het meten van dit frame zijn de volgende vragen opgesteld:

- Gaat het artikel (gedeeltelijk) over de dader en/of misdaad?
- Wordt er gesproken over de jacht op de dader?
- Ligt de focus op de bestraffing van de dader?
- Gaat het artikel in op het optimaal benutten van opsporen en vervolgen van strafbare feiten (ook wanneer er benadrukt wordt dat het OM afhankelijk is van wetten/beleid en procedures)?

Politieke frame

In berichtgeving met een politieke frame ligt de focus op politieke overwegingen aangaande een probleem, in dit geval criminaliteit. Bij dit frame is er gekeken naar de focus op politieke aspecten. De operationalisatie van dit frame is gebaseerd op het onderzoek van Boydston et al. (2013). Voor het meten van dit frame zijn de volgende vragen opgesteld:

- Worden er politieke overwegingen gemaakt die betrekking hebben op criminaliteit?

- Worden er expliciete verklaringen gedaan vanuit een bepaalde politieke partij of politicus dat een beleidskwestie goed of slecht is voor de maatschappij?

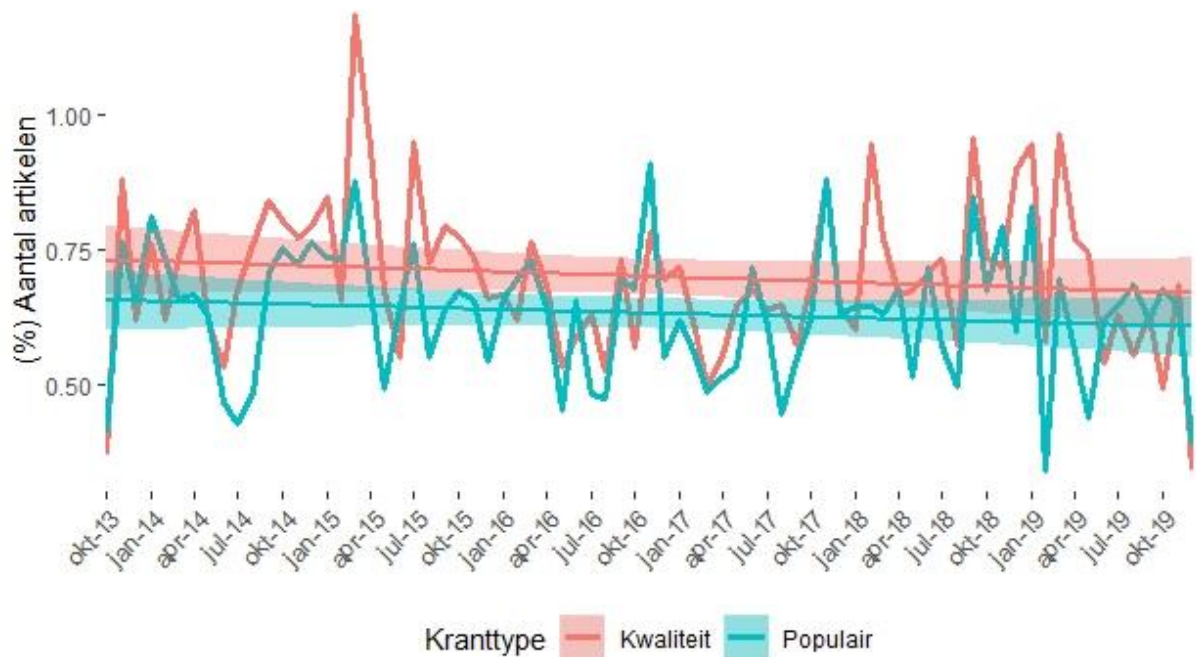
4. Resultaten

4.1 Het OM in het nieuws

Nieuws is informatie die journalisten samenvatten, verfijnen en aanpassen voor het publiek. Hierbij maken journalisten veelal gebruik van persberichten. Uit de literatuur blijkt dat het nieuws wordt geselecteerd en beoordeeld aan de hand van nieuwswaarden (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O'Neill, 2001). In dit onderdeel kijken we op drie manieren naar de berichtgeving. We kijken naar het totale nieuws rondom het OM, berichtgeving die gebaseerd is op persberichten van het OM en berichtgeving die (bijna) letterlijk is overgenomen uit een persbericht.

De eerste deelvraag behandelt de mate waarin Nederlandse kranten persberichten gebruiken en luidt: *In hoeverre nemen Nederlandse kranten persberichten van het OM letterlijk over en is daarbij een verschil waar te nemen tussen populaire en kwaliteitskranten?* Hiervoor kijken we eerst naar de totale hoeveelheid nieuws rondom het OM. Voor het analyseren van de totale hoeveelheid nieuws rondom het OM, is gebruikgemaakt van de via de zoekterm gegenereerde data over het OM uit populaire en kwaliteitskranten, wat resulteerde in 17.235 nieuwsberichten.

Grafiek 4.1 geeft een overzicht van de hoeveelheid nieuws rondom het OM per kranttype door de tijd heen. Door globaal naar de grafiek te kijken is middels de licht afnemende trendlijnen te zien dat kwaliteitskranten door de tijd heen constant relatief vaker over het OM schrijven dan populaire kranten. Een t-test toont aan dat het verschil in aandacht per maand tussen kwaliteitskranten ($M = 0.70$, $SD = 20.83$) en populaire kranten ($M = 0.63$, $SD = 24.53$) significant is ($t(148) = 3.17$, $p = .002$). Bovendien illustreert de grafiek dat beide kranttypen op ongeveer dezelfde momenten pieken. Dit betekent dat de kranten nieuws rondom het OM op hetzelfde moment nieuwswaardig vinden. Een correlatietest bevestigt dat er sprake is van eenzelfde patroon van berichtgeving ($r(73) = .61$, $p < .001$). Dit resultaat kan een indicatie zijn dat de verschillende kranttypen dezelfde nieuwswaarden gebruiken. Dit sluit aan op de theorie van Cook (1998) en Schudson (2003) over institutionalisering, waarbij de media als één instituut opereren, omdat journalisten het nieuws volgens overeengekomen procedures brengen met als gevolg dat nieuws op elkaar gaat lijken. De sterkte van de correlatie laat echter zien dat dit patroon niet consistent is. Journalisten doorlopen dezelfde procedures en routines vooral op momenten van pieken, zoals wanneer er ernstige misdrijven hebben plaatsgevonden, maar in de tussenliggende periodes besteden zij aandacht aan andere onderwerpen.



Grafiek 4.1: overzicht hoeveelheid nieuws rondom het OM per kranttype per maand in percentages

Nieuwsberichten gebaseerd op persberichten van het OM

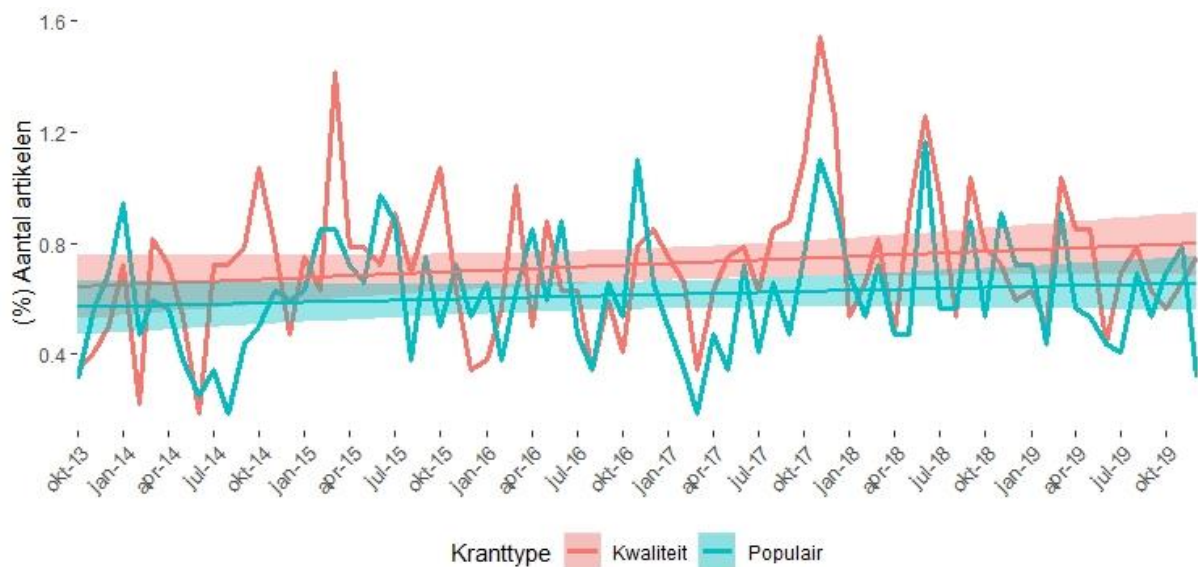
Naast de nieuwswaardigheid van het OM als onderwerp an sich, oefent het OM met persberichten invloed uit op de media. Er is in dit onderzoek sprake van invloed van het OM op de media-agenda als blijkt dat kranten dezelfde gebeurtenissen aankaarten als die naar voren komen in persberichten van het OM. Op basis van de criteria genoemd in het methodehoofdstuk, maken we onderscheid in twee categorieën berichtgeving: berichtgeving die gebaseerd is op een persbericht van het OM en berichtgeving die niet gebaseerd is op een persbericht van het OM (hierna: overige berichtgeving). Zoals we hebben gezien in de dataverzameling zijn er 3.181 nieuwsberichten die gebaseerd zijn op persberichten van het OM en 14.054 nieuwsberichten over overig nieuws rondom het OM. Dit betekent dat 18.5% van het totale nieuws rondom het OM gebaseerd is op een persbericht van het OM.

Grafiek 4.2 geeft een overzicht van de mate van invloed van het OM door de tijd heen per kranttype. De stijgende trendlijnen in deze grafiek geven aan dat de kranten door de tijd heen meer persberichten zijn gaan gebruiken. Bovendien is te zien dat kwaliteitskranten constant en vaker dan populaire kranten, hun nieuwsberichten baseren op persberichten van het OM. Het verschil in gebruik van persberichten tussen kwaliteitskranten ($M = 0.72$, $SD =$

6.78) en populaire kranten ($M = 0.61$, $SD = 8.06$) is wederom significant gebleken ($t(148) = 2.86$, $p = .005$).

Dat kwaliteitskranten meer de neiging hebben om persberichten te gebruiken kan duiden op het feit dat dit kranttype sterker is vercommercialiseerd en journalisten sindsdien meer werk- en tijdsdruk ervaren dan populaire kranten. Dit kan leiden tot een toename van bureaujournalistiek, waarbij journalisten minder op pad gaan om nieuws te vergaren en juist meer geneigd zijn om terug te vallen op persberichten (Boczkowski, 2010; De Keyser, 2010).

Daarnaast is ook in deze grafiek te zien dat beide kranttypen op ongeveer dezelfde momenten hun nieuwsberichten baseren op persberichten van het OM. Een correlatietest wijst uit dat dit patroon significant is ($r(73) = .51$, $p < .001$). Hierdoor kunnen we stellen dat kranten dezelfde persberichten gebruiken in hun nieuwsberichten. Ook hier is de correlatie echter niet sterk te noemen, wat betekent dat de kranttypen buiten de piekmoment aandacht hebben voor andere factoren.



Grafiek 4.2: overzicht procentuele aantal nieuwsberichten gebaseerd op persberichten van totale berichten over het OM in per kranttype per maand

Nieuwsberichten (bijna) letterlijk overgenomen uit persberichten van het OM

Tot slot is er gekeken naar de kwantiteit van de berichtgeving die (bijna) letterlijk is overgenomen uit persberichten van het OM. Aan de hand van de in het methodehoofdstuk genoemde criteria, blijken er 162 nieuwsberichten (bijna) letterlijk overgenomen te zijn uit

persberichten van het OM. In tabel 4.1 zijn de relatieve aantallen van deze nieuwsberichten per kranttype weergegeven.

Tabel 4.1: hoeveelheid nieuwsberichten (bijna) letterlijk overgenomen uit persberichten per kranttype

Kranttype	Totaal aantal artikelen (bijna) letterlijk overgenomen	Percentage artikelen (bijna) letterlijk overgenomen
Kwaliteitskranten	81	0.9%
Populaire kranten	81	1%

Deze tabel toont aan dat beide kranttypen een geringe hoeveelheid artikelen (bijna) letterlijk overnemen uit persberichten van het OM. Voor kwaliteitskranten is dit 0.9% van de berichtgeving en bij populaire kranten is dat in 1% het geval. Deze hoeveelheden zijn opvallend te noemen, omdat dit niet in overeenstemming is met de theorie van Davies (2008) over de *copy-paste-journalistiek*, waarbij journalisten in het vercommercialiseerde medialandschap steeds meer kritiekloos vertrouwen op informatie van de bron om aan de standaarden van goedkope nieuwsinhoud en snelle levering van nieuws te voldoen.

Met deze gegevens kunnen we antwoord geven op de eerste deelvraag. Hoewel journalisten voor een aanzienlijk deel hun berichtgeving rondom het OM en daarmee nieuws over criminaliteit op persberichten van het OM baseren, nemen zij persberichten in 99% van de gevallen niet letterlijk over. Zo kan verondersteld worden dat er geen sprake is van de eerder besproken theorie *churnalism* dat zou zorgen voor een verslechtering van de kwaliteit van het nieuws (Davies, 2008; Knight, 2011). Naast het kleine aantal overgenomen nieuwsberichten binnen de kranttypen, is ook het verschil tussen kranttypen nihil. Ook dit resultaat strookt niet met de theorie die stelt dat populaire kranten minder feiten checken en meer *copy-paste-journalistiek* bedrijven (Davies, 2008; Ruigrok et al., 2014). Deze bevinding kan daarentegen wederom berusten op de theorie over het fenomeen institutionalisering (Cook, 1998; Schudson, 2003).

4.1.1 Soorten onderwerpen in berichtgeving rondom het OM

Voor het beantwoorden van de tweede deelvraag, die luidt *Welke persberichten van het OM worden gebruikt door Nederlandse kranten en is daarbij een verschil waar te nemen tussen populaire en kwaliteitskranten?*, richten we ons in dit onderdeel op de onderwerpen in het nieuws. Om invloed op de media-agenda uit te oefenen, dient het OM als informatieleverancier nieuwswaardig geacht te worden. Zo speelt het OM in op de

nieuwsaarden, waarbij het OM naar eigen zeggen in de persvoorlichting meer aandacht geeft aan misdrijven met geweld dan ‘eenvoudige’ misdrijven om media-aandacht te krijgen (Openbaar Ministerie, z.d.-b).

Deze analyse betreft daarom de mate waarin aandacht is gegeven aan de dertien onderwerpen die zijn voortgekomen uit de *Structural Topic Modelling* benadering, zoals beschreven in het methodehoofdstuk. De analyse is uitgevoerd op de totale berichtgeving rondom het OM en het nieuws dat gebaseerd is op persberichten. Aan de hand hiervan kijken we naar de onderwerpen die in het nieuws voorkomen en welke onderwerpen eerder door media worden overgenomen vanuit de persvoorlichting van het OM. In tabel 4.2 is de relatieve aandacht per onderwerp per soort berichtgeving weergegeven. De aandacht voor deze onderwerpen is in percentage weergegeven.

Tabel 4.2: relatieve aandacht voor onderwerpen in nieuwsberichten die wel en niet gebaseerd zijn op persberichten van het OM

	Nieuwsberichten gebaseerd op persbericht van het OM (in %)	Nieuwsberichten niet gebaseerd op persbericht van OM (in %)	Vershil tussen nieuwsberichten wel en niet gebaseerd op persberichten (in %)
Beleid en strafrecht	5.7%	8%	-2.3%
Buitenland	1.4%	6%	-4.6%
Criminele organisaties en specifieke strafzaken	18%	15.3%	+2.7%
Drugsmisdrijven	6.1%	5.3%	+0.8%
Euthanasie en hulp bij zelfdoding	3%	3.6%	-0.6%
Levensmisdrijven en Geweld	19.6%	16.2%	+3.4%
MH17	5%	4.5%	+0.5%
Motorclubs	4.1%	4.5%	-0.4%
Politiek	2.4%	5%	-2.6%
Schietincidenten en openbare orde misdrijven	13.6%	9.4%	+4.2%
Seksuele misdrijven	6.4%	5.2%	+1.2%
Terrorisme	5.7%	5%	+0.7%
Ondernemings-strafrecht	9%	12%	-3%
Totaal	100%	100%	

Als we de relatieve aandacht voor de dertien onderwerpen vergelijken tussen de berichtgeving die wel en niet is voortgekomen uit persberichten van het OM, zien we dat berichtgeving gebaseerd op persberichten van het OM met name vaker gaat over respectievelijk ‘schietincidenten en openbare orde misdrijven’ (+4.2%), ‘levensmisdrijven en geweld’ (+3.4%), en ‘criminele organisaties en specifieke strafzaken’ (+2.7%). Deze onderwerpen zijn over het algemeen vooral sensatiegericht en hebben betrekking op geweld en drama. Bovendien zijn het misdrijven die iedereen kunnen overkomen en waar de lezer zich mee kan identificeren (Ruigrok et al., 2014). De onderwerpen waar juist minder aandacht voor is in berichtgeving die gebaseerd is op persberichten van het OM, zijn respectievelijk ‘buitenland’ (-4.6%), ‘ondernemingsstrafrecht’ (-3%), ‘politiek’ (-2.6%) en ‘beleid en strafrecht’ (-2.3%). Deze onderwerpen zijn minder spectaculair te noemen. Het zijn tevens complexe onderwerpen, die vaak verder van de nieuwsconsument afstaan.

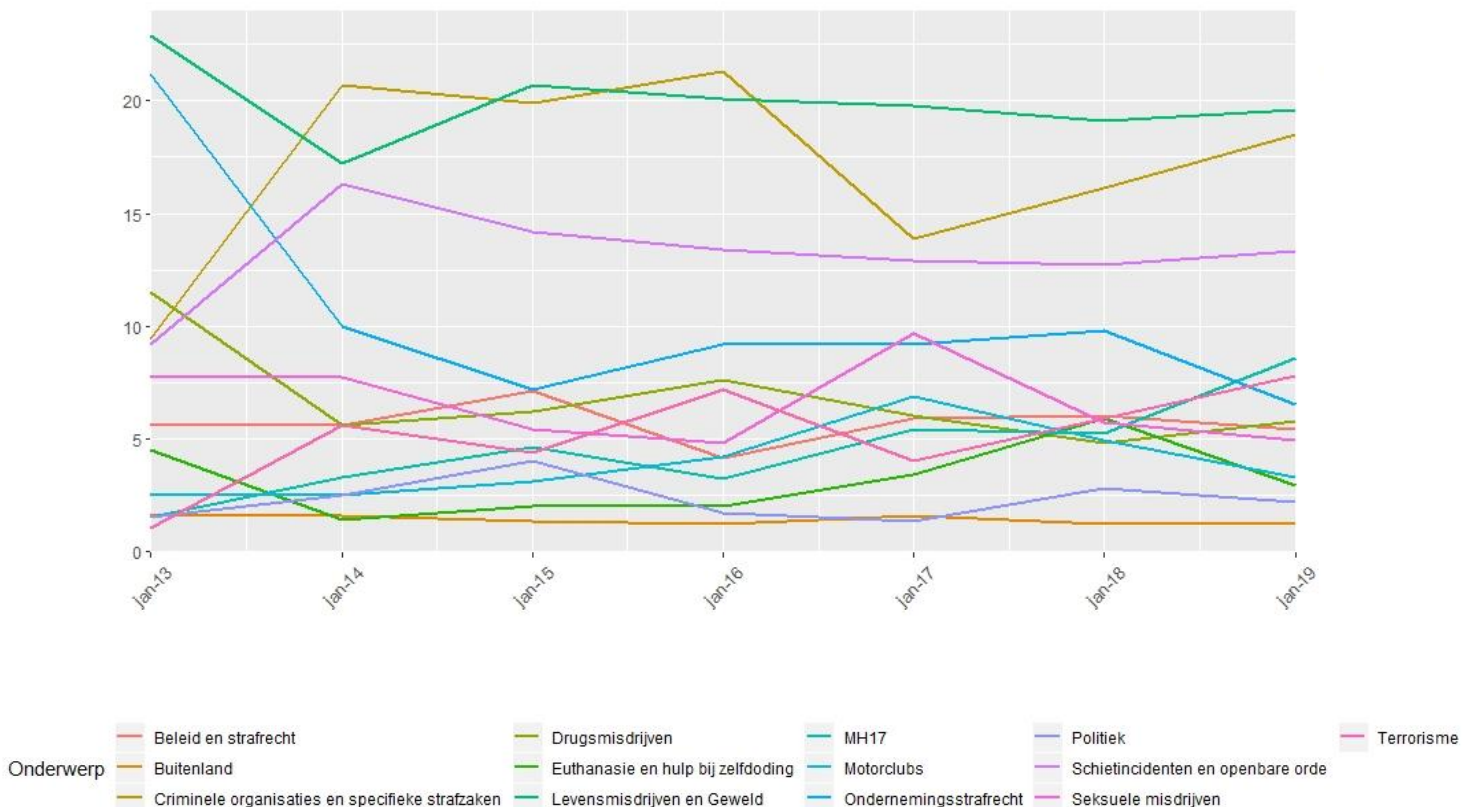
Dit duidelijke onderscheid in onderwerpen kan verklaard worden aan de hand van de theoretische inzichten. Volgens Marsch (1989) en Ruigrok et al. (2014) trekken drama en sensatiegerichte berichten over criminaliteit de aandacht van de nieuwsconsument. De strijd om aandacht van de consument is tevens ontstaan door het marktgerichte medialandschap, waar een overvloed aan informatie is, journalisten tijds- en werkdruk ervaren en de consument steeds meer invloed kan uitoefenen op de nieuwsselectie. Dergelijke gewelddadige onderwerpen sluiten aan op de verwachting van het publiek en het bevestigt het onveiligheidsgevoel dat heerst in de maatschappij. De media houden immers rekening met het heersende gevoel in de samenleving en spelen hierop in bij de selectie van onderwerpen (Ruigrok et al., 2014).

Onderstaande grafiek illustreert de hoeveelheid aandacht per onderwerp per jaar van het nieuws dat gebaseerd is op persberichten van het OM. Ook hier is duidelijk zichtbaar dat de onderwerpen ‘schietincidenten en openbare orde misdrijven’, ‘levensmisdrijven en geweld’, en ‘criminele organisaties en specifieke strafzaken’ gedurende het hele tijdsbestek constant de boventoon voeren.

Het valt op dat de invloed van het OM op het nieuws met betrekking tot het onderwerp ‘ondernemingsstrafrecht’ na 2013 sterk is gedaald. De grote aandacht voor dit onderwerp in 2013 heeft te maken met het ondernemingsschandaal van Ballast Nedam en KPMG. Het betrof een grote corruptiezaak van honderden miljoenen euro’s van de Nederlandse bouwgi-gigant Ballast Nedam, waar KPMG Nederland bij betrokken was. De kranten schreven veelvuldig over deze zaak. Een voorbeeld van een nieuwsbericht hierover is een artikel uit het Algemeen Dagblad van 26 november 2013: “*Smeergeldzaak Ballast Nedam bezoedelt*

KMPG”.

Daarentegen zien we dat de lijn die het onderwerp ‘criminele organisaties en specifieke strafzaken’ vertegenwoordigt, een aantal keer piekt en daalt. Deze pieken staan voor “belangrijke/grote” gebeurtenissen of voortgang van onderzoeken naar specifieke strafzaken zoals de strafzaak Geert Wilders (minder Marokkanen-uitspraak in 2014), strafzaak Volkert van der G (verloop invrijheidstelling sinds 2014), strafzaak Holleeder (verhoren van de zussen en de ex-vriendin van Holleeder in 2017) en strafzaak Marengo, ook wel de Moco Maffia-zaak (kroongetuige gemeld in 2017). Krantenkoppen over deze zaken luiden respectievelijk: “*Roep om 'minder Marokkanen' brengt Wilders voor de rechter*” (Trouw, 19 december 2014), “*Ze zagen 'm al met gebogen hoofd terug de bajes in gaan*” (Algemeen Dagblad, 23 september 2015), “*Hij heeft een prijs op mijn leven gezet*” (NRC Handelsblad, 10 mei 2016) en “*Omerta Moco 's doorbroken*” (De Telegraaf, 24 maart 2018). De lijnen die de overige onderwerpen vertegenwoordigen zijn te typeren als redelijk stabiel.



Grafiek 4.3: relatieve hoeveelheid aandacht in percentages per jaar per onderwerp in nieuwsberichten gebaseerd op persberichten van het OM

Verder is er gekeken naar het verschil in aandacht voor de onderwerpen tussen kwaliteits- en populaire kranten. In tabel 4.3 is te zien dat kwaliteitskranten aan een aanzienlijk deel van de onderwerpen meer aandacht geven dan populaire kranten. Populaire kranten scoren enkel hoger op de onderwerpen ‘drugsmisdrijven en specifieke strafzaken’, ‘levensmisdrijven en geweld’, ‘schietincidenten openbare orde misdrijven’ en ‘seksuele misdrijven’. Dit zijn wederom de onderwerpen die over het algemeen een hoog gehalte drama, geweld en sensatie bevatten. Dergelijke aspecten vormen immers een vorm van entertainment.

Daarentegen focussen kwaliteitskranten zich op een breder scala van onderwerpen die niet alleen gericht zijn op geweld, drama en sensatie. Het lijkt er dus op dat kwaliteitskranten zich vaker dan populaire kranten richten op verscheidene, complexe en brede onderwerpen en oproer in het buitenland. Dit sluit aan bij de bevindingen van eerdere onderzoeken, waarin gesteld wordt dat het lezen van populaire kranten minder inspanning vergt (Manssens & Walgrave, 1998), omdat deze als gevolg van het marktgerichte medialandschap meer neigen naar sensatiezucht (Ericson et al., 1991; Heath & Gilbert, 1996). Deze bevindingen duiden op de vermaakfunctie waar vooral populaire kranten zich op richten (Mellado & Lagos, 2014; Ruigrok et al., 2011).

Aan de hand van deze resultaten kunnen we een antwoord formuleren op de tweede deelvraag. Gedurende het volledige tijdsbestek baseren Nederlandse kranten hun berichtgeving met name op persberichten, die gaan over onderwerpen met een relatief hoog geweld-, drama- en sensatiegehalte: ‘schietincidenten en openbare orde misdrijven’, ‘levensmisdrijven en geweld’ en ‘criminele organisaties en specifieke strafzaken’. Populaire kranten richten zich meer op deze onderwerpen, terwijl kwaliteitskranten aandacht besteden aan verscheidene onderwerpen.

Tabel 4.3: relatieve hoeveelheid aandacht per onderwerp per kranttype

	Kwaliteitskranten: Berichtgeving gebaseerd op persbericht (in %)	Populaire kranten: Berichtgeving gebaseerd op persbericht (in %)
Beleid en strafrecht	6.1%	5.2%
Buitenland	1.6%	1.1%
Criminele organisaties en specifieke strafzaken	18.8%	17.1%
Drugsmisdrijven	6%	6.4%
Euthanasie en hulp bij zelfdoding	3.4%	2.5%
Levensmisdrijven en Geweld	16.1%	23.8%
MH17	5.9%	3.9%
Motorclubs	4%	3.9%
Politiek	2.8%	2%
Schietincidenten en openbare orde misdrijven	12.1%	15.4%
Seksuele misdrijven	6.2%	6.6%
Terrorisme	7.1%	3.9%
Ondernemingsstrafrecht	9.9%	7.9%

4.1.2 Soorten misdrijven in nieuwsberichten gebaseerd op persberichten

Om een compleet beeld te geven, is er naast de onderwerpen die voortgekomen zijn uit de *Structural Topic Modelling*, ook gekeken naar zeven misdrijfcategorieën die ontleend zijn aan de cijfers van de meest voorkomende geregistreerde misdrijven in Nederland (CBS, 2020). Met deze misdrijfcategorieën is in dit verdiepende onderdeel gekeken naar het type misdrijven die de meeste aandacht krijgen in het nieuws dat gebaseerd is op persberichten. Met deze informatie kunnen we uitspraken doen over de onderwerpen waarmee het OM de media-agenda beïnvloedt. Voor dit verdiepende onderdeel is gebruik gemaakt van een kwantitatieve handmatige inhoudsanalyse. Hiervoor zijn 279 persberichten en 295 nieuwsberichten die tekstoverlap hebben geanalyseerd. Tabel 4.4 bestaat uit vier hoofdkolommen, waarin de relatieve aandacht per misdrijfcategorie per type berichtgeving is weergegeven, de totale berichtgeving per misdrijfcategorie en de resultaten van de Pearson's Chi-squared testen. De som van de verschillende misdrijfcategorieën is hoger dan 100%, omdat er berichten zijn waarin meerdere (maximaal drie) misdrijven zijn genoemd.

Als we kijken naar de totale aandacht voor misdrijven, zien we dat de media de meeste aandacht geven aan 'gewelds- en seksuele misdrijven' (46.2%). Ook besteden de media relatief veel aandacht aan 'vermogensmisdrijven' (20.1%) en 'vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag' (15.3%). De categorie 'overige misdrijven' betreft ook een aanzienlijk deel van de berichtgeving (11%). Tot deze categorie behoren vooral misdrijven als oorlogsmisdrijven, hulp bij zelfdoding en het deelnemen aan criminele organisaties. Aan

‘verkeersmisdrijven’ (1.4%), ‘wapenmisdrijven’ (2%) en ‘drugsmisdrijven’ (4%) is de minste aandacht besteed.

Tabel 4.4: relatieve hoeveelheid aandacht voor soorten misdrijven per soorten berichtgeving en resultaten Pearson's Chi-squared testen

	Persberichten		Nieuwsberichten		Totaal		Pearson's Chi-squared
	Aantal	In %	Aantal	In %	Aantal	In %	
Vermogensmisdrijven	77	23.1%	71	20.1%	148	21.5%	0.48
Vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag	40	12%	54	15.3%	94	13.7%	1.03
Gewelds- en seksuele misdrijven	159	47.6%	163	46.2%	322	46.9%	0.03
Verkeersmisdrijven	3	0.9%	5	1.4%	8	1.2%	0.07
Drugsmisdrijven	9	2.7%	14	4%	23	3.3%	0.47
Wapenmisdrijven	6	1.8%	7	2%	13	1.9%	0
Overig	40	12%	39	11%	79	11.5%	0.05
Totaal	334	119.7%	353	119.7%	687	119.7%	
Geen misdrijf	17	6.1%	7	2.4%	24	4.2%	4.07*
Totale berichtgeving	279	100%	295	100%	574	100%	

Significantieniveau: $p < 0.05$ *, $p < 0.01$ **, $p < 0.001$ ***, trend ·

Wat opvalt aan de gegevens in tabel 4.4 is dat het verschil in aandacht voor alle misdrijfcategorieën tussen pers- en nieuwsberichten niet groot is. Bovendien wijzen de Pearson's Chi-squared testen uit dat deze verschillen niet significant zijn, wat betekent dat er geen verschil in aandacht is aan iedere misdrijfcategorie tussen de pers- en nieuwsberichten. Dit is plausibel, omdat deze nieuwsberichten gebaseerd zijn op de betreffende persberichten. Nieuwsberichten die gebaseerd zijn op persberichten omvatten immers dezelfde gebeurtenis als de persberichten. Het enige verschil tussen pers- en nieuwsberichten is de berichtgeving die geen misdrijven bevat. In de tabel kunnen we zien dat het OM in persberichten significant meer aandacht besteedt aan gebeurtenissen die niet over misdrijven gaan ($X^2(N = 574, 1) = 4.07$; $p = .044$). Denk hierbij aan gebeurtenissen rondom de organisatie en het personeel, met als doel om de organisatie in een positief daglicht te stellen. Deze bevinding wordt gestaafd door de literatuur. McManus (1994) beweert dat organisaties die media-aandacht krijgen, dit als een kans zien om hun ideeën binnen de samenleving te verspreiden, hun belangen te verdedigen en aan hun imago te werken. Dit betekent dus niet dat deze berichtgeving ook invloed heeft op de journalist. Journalisten hebben doorgaans meer oog voor onderwerpen die

de aandacht trekken van de nieuwsconsument.

Kijken we naar verschillen tussen de twee kranttypen, is in tabel 4.5 te zien dat kwaliteitskranten zich relatief sterker richten op ‘vermogensmisdrijven’, ‘verkeersmisdrijven’, ‘wapenmisdrijven’ en ‘overige misdrijven’ ten opzichte van populaire kranten. In populaire kranten gaan nieuwsberichten relatief vaker over ‘vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag’, ‘gewelds- en seksuele misdrijven’ en ‘drugsmisdrijven’. Ook hier is weer een duidelijke verdeling te zien tussen ernstige en gewelddadige misdrijven (voornamelijk in populaire kranten) en niet-gewelddadige misdrijven (voornamelijk in kwaliteitskranten). Ook in dit geval wijzen de Pearson’s Chi-squared testen uit dat de verschillen in aandacht per misdrijfcategorie niet significant zijn. Door deze bevinding kunnen we niet hard maken dat populaire kranten zich meer richten op sensationele aspecten (Ericson et al., 1991; Heath & Gilbert, 1996; Ruigrok et al., 2014). Wel vormt dit resultaat ondersteunend bewijs voor de theorie van Schudson (2003) over het feit dat beide kranttypen inspelen op het marktgerichte medialandschap, waardoor de kranttypen gedeelde nieuwswaarden hebben die zouden zorgen voor een toename van de aandacht van het publiek. Ook de theorie institutionalisering is hierin terug te zien, waarbij het onderscheid tussen populaire en kwaliteitskranten steeds meer vervaagd (Cook, 1998; Schudson, 2003).

Tabel 4.5: relatieve hoeveelheid aandacht voor soorten misdrijven per kranttype en resultaten Pearson’s Chi-squared testen

	Kwaliteitskranten		Populaire kranten		Totale nieuws gebaseerd op persberichten		Pearson’s Chi-squared
	Aantal	In %	Aantal	In %	Aantal	In %	
Vermogensmisdrijven	42	20.4%	29	19.7%	71	20.1%	0
Vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag	30	14.6%	24	16.3%	54	15.3%	0.10
Gewelds- en seksuele misdrijven	92	44.7%	71	48.3%	163	46.2%	0.20
Verkeersmisdrijven	4	1.9%	1	0.7%	5	1.4%	0.25
Drugsmisdrijven	6	2.9%	8	5.4%	14	4%	0.85
Wapenmisdrijven	5	2.4%	2	1.4%	7	2%	0.08
Overig	27	13.1%	12	8.2%	39	11%	1.23
Totaal	206	119.1%	147	120.5%	353	119.7%	
Geen misdrijf	4	2.3%	3	2.5%	7	2.4%	0
Totale berichtgeving	173	100%	122	100%	295	100%	

Significantieniveau: $p < 0.05$ *, $p < 0.01$ **, $p < 0.001$ ***, trend ·

4.2 Bronselectie

In deze paragraaf staat het citeren van bronnen in de berichtgeving van Nederlandse kranten centraal. De derde deelvraag luidt dan ook: *In hoeverre wordt het OM geciteerd door Nederlandse kranten in berichtgeving rondom criminaliteit en is daarbij een verschil waar te nemen tussen populaire en kwaliteitskranten?* Zoals in het theoretisch kader beschreven, kunnen geciteerde bronnen hun eigen visies benadrukken en daarmee invloed uitoefenen op de inhoud van het nieuws.

Nu we aan de hand van de vorige paragrafen kunnen concluderen in welke mate en met welke onderwerpen het OM invloed uitoefent op de nieuwsselectie van journalisten, richten we ons in deze paragraaf op de citaten van het OM en de verschillende andere bronnen, die voorkomen in het nieuws dat gebaseerd is op berichtgeving van het OM. De bronnen zijn in hoofdstuk 3 uitgebreider beschreven. Voor dit onderdeel is de kwantitatieve handmatige inhoudsanalyse verricht, waarbij 279 persberichten en 295 nieuwsberichten zijn geanalyseerd.

Om een algemeen beeld te schetsen, kijken we eerst naar de mate waarin bronnen geciteerd worden in pers- en nieuwsberichten. Een citaat in berichtgeving wordt beschouwd als bron, als deze expliciet aan het woord komt. Tabel 4.6 geeft het aantal persberichten en nieuwsberichten weer met respectievelijk geen, één, twee of meer dan twee citaten. Als dezelfde bron twee keer of meer geciteerd wordt, wordt dit als één citaat aangemerkt. De laatste kolom vertegenwoordigt de totale berichtgeving, waarin tenminste één citaat is vermeld in vergelijking met de totale hoeveelheid nieuws per soort berichtgeving.

Tabel 4.6: *relatieve hoeveelheid citaatgebruik per soort berichtgeving*

	Citaten				Totaal	
	Geen citaat	Eén citaat	Twee citaten	Meer dan twee citaten	Aantal berichten met citaat	% berichten met citaat
Persberichten	76%	22.6%	1.1%	0.3%	67	24%
Nieuwsberichten	47.1%	31.5%	14.9%	6.5%	156	52.9%

In de tabel is er een duidelijk verschil te zien tussen de mate van citaatgebruik tussen pers- en nieuwsberichten. In het merendeel van de nieuwsberichten (52.9%) wordt een bron geciteerd. Voor persberichten is dit slechts in 24% van de berichtgeving het geval. Een Pearson's Chi-squared test wijst uit dat dit verschil significant is ($X^2(N = 574, 1) = 49.09; p < .001$).

Verder is er een duidelijk verschil waar te nemen in de mate van hoeveelheid citaatgebruik per bericht. We zien dat als persberichten citaten gebruiken, het dan

voornamelijk bij citaten van één bron blijft (een vertegenwoordiger van het OM), terwijl nieuwsberichten vaker meerdere bronnen aan het woord laten. Het feit dat persberichten relatief weinig citeren vanuit verschillende bronnen is logisch omdat een persbericht, oftewel het OM, een bron an sich is en geen rekening hoeft te houden met de hoor en wederhoor regel, maar juist rekening houdt met eigen belangen. Ondanks de hoor en wederhoor regel zien we toch dat in een groot deel van de nieuwsberichten geen bron of maar één bron wordt geciteerd.

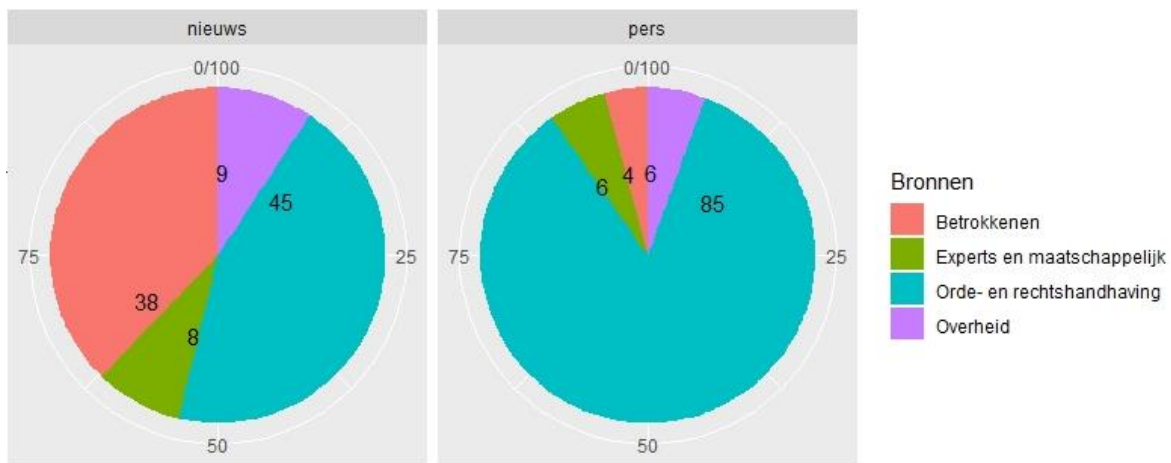
Als we kijken naar het verschil tussen kranttypen in tabel 4.7, valt het op dat kwaliteitskranten relatief vaker bronnen citeren in hun berichtgeving dan populaire kranten. In meer dan de helft (56.6%) van de berichtgeving van kwaliteitskranten is een bron gebruikt, terwijl in 47.5% van de berichtgeving van populaire kranten bronnen aan het woord komen. Desondanks is dit verschil niet significant te noemen ($X^2(N = 295, 1) = 2.03; p = .154$). Verder is het opmerkelijk dat als populaire kranten in hun berichtgeving wel bronnen aan het woord laten, zij vaker dan kwaliteitskranten meer dan twee bronnen aan het woord laten. Ook dit verschil is niet significant ($X^2(N = 295, 1) = 0.63; p = .429$). Dit betekent dat er geen verschil is in de hoeveelheid berichtgeving die meer dan twee citaten bevatten tussen de twee kranttypen. Dat er geen significant verschil is in de hoeveelheid citaatgebruik tussen populaire en kwaliteitskranten is niet in lijn met de literatuur, waarin gesteld wordt dat populaire kranten vaker geen of maar één bron aanvoeren. Kwaliteitskranten zouden daarentegen diverser zijn in hun brongebruik (Ruigrok et al., 2014; Scholten & Ruigrok, 2009). Wel wijst dit resultaat opnieuw op institutionalisme van het nieuws (Cook, 1998; Schudson, 2003). Journalisten van verschillende media brengen het nieuws met dezelfde procedures, middelen en bronnen met institutioneel nieuws als gevolg.

Tabel 4.7: relatieve hoeveelheid citaatgebruik per kranttype

	Citaten				Totaal	
	Geen citaat	Eén citaat	Twee citaten	Meer dan twee citaten	Aantal berichten met citaat	% berichten met citaat
Kwaliteitskranten	43.4%	34.6%	16.8%	5.2%	98	56.6%
Populaire kranten	52.5%	27%	12.3%	8.2%	58	47.5%

Met het oog op diversiteit in brongebruik zoomen we in op de verschillen in de keuze voor bronnen tussen soorten berichtgeving. Grafiek 4.4 illustreert de verdeling in relatieve aandacht voor de bronnen per soort berichtgeving. Daarnaast ondersteunt tabel 4.8 de grafiek, door de relatieve hoeveelheid citaatgebruik per broncategorie van pers- en nieuwsberichten in

percentages weer te geven. Het totaal kan boven de 100% optellen, omdat er berichten zijn waarin meerdere citaten zijn gebruikt.



Grafiek 4.4: overzicht procentuele citaatgebruik per broncategorie per soort berichtgeving

Tabel 4.8: relatieve hoeveelheid citaatgebruik per broncategorie in pers- en nieuwsberichten

	Persberichten		Nieuwsberichten		Pearson's chi-squared
	Aantal	In %	Aantal	In %	
Experts en maatschappelijke bronnen	4	5.6%	20	8.4%	11.89***
Betrokkenen	3	4.2%	90	37.8%	88.62***
Overheid	4	5.6%	22	9.2%	13.92***
Orde- en rechtshandhavingsactoren	61	84.7%	106	44.5%	17.95***
Totaal	72	25.8%	238	80.7%	
Totale berichtgeving	279	100%	295	100%	

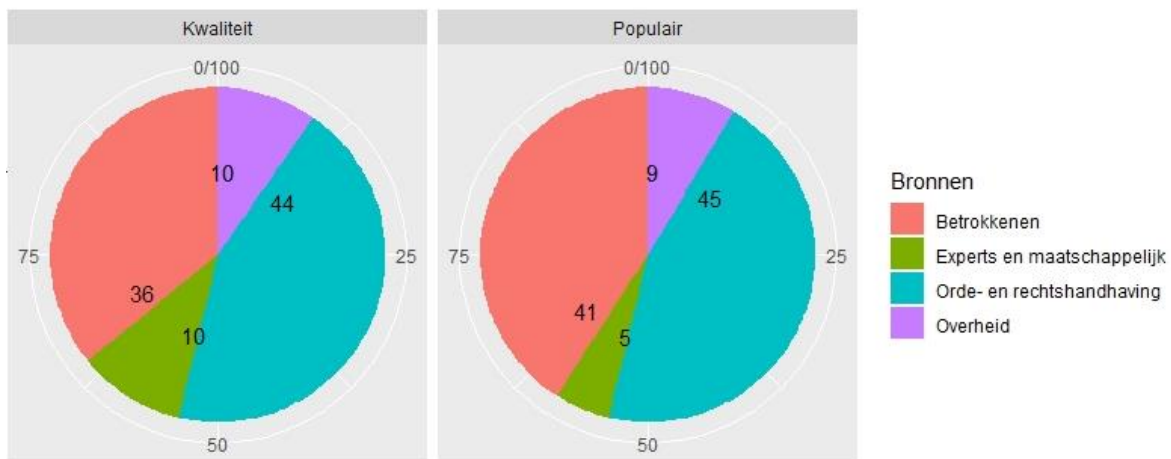
Significantieniveau: $p < 0.05$ *, $p < 0.01$ **, $p < 0.001$ ***, trend .

Het is overduidelijk dat de orde- en rechtshandhavingsactoren, waar het OM tot behoort, het meest geciteerd worden in beide soorten berichtgeving. Dit patroon komt met name in een aanzienlijk deel van de persberichten tot uiting. In 84.7% van de persberichten is een orde- en rechtshandhavingsactor aan het woord gekomen, terwijl bij nieuwsberichten dit in 44.5% het geval is. Bovendien is het verschil in brondiversiteit tussen pers- en nieuwsberichten groot. De tabel geeft aan dat alle verschillen per broncategorie tussen pers- en nieuwsberichten significant zijn. Dit betekent dat nieuwsberichten diverser zijn in hun keuze voor brongebruik. Dit verschil is aannemelijk, omdat het OM in de persberichten eigen ideeën en belangen wil verspreiden en daarmee een eigen doel wil bereiken om de organisatorische en

maatschappelijke positie te behouden (Berkowitz, 2009). Daarentegen hebben journalisten te maken met de belangrijke journalistieke hoor en wederhoor regel, die zorgt voor het waarborgen van transparantie, pluriformiteit en diversiteit (Hallin & Mancini, 2004). Ondanks het feit dat journalisten nieuws baseren op persberichten van het OM, proberen zij de waakhond- en podiumfunctie uit te oefenen door feiten te checken bij meerdere bronnen en deze vanuit meerdere perspectieven te belichten.

Het is opvallend dat kranten, naast de orde- en rechtshandhavingsactoren, ook een breed podium bieden aan daders en slachtoffers die tot de categorie betrokkenen behoren (37.8%). Daarentegen komen machtige bronnen die tot de categorie overheid behoren, zoals politici, overheidsinstanties en lokaal bestuur, minder aan het woord (9.2%). Dit gegeven is niet in overeenstemming met de *indexingtheorie* van Bennet (1990) die veronderstelt dat journalisten vooral de neiging hebben om overheidsbronnen en personen met machtsposities te rapporteren en citeren, en dat slachtoffers en daders minder toegankelijk zijn, omdat zij niet het vermogen hebben om informatie te verschaffen, die aan de behoefte van de journalist voldoet (Chermak, 1997).

Nu we het citaatgebruik in nieuwsberichten volledig hebben geanalyseerd, zoomen we in op de verschillen tussen kranttypen. Grafiek 4.5 illustreert de verschillen tussen kranttypen en tabel 4.9 toont de relatieve hoeveelheid citaatgebruik per broncategorie per kranttype.



Grafiek 4.5: overzicht procentuele citaatgebruik per broncategorie per kranttype

Tabel 4.9: relatieve hoeveelheid citaatgebruik per broncategorie per kranttype

	Kwaliteitskrant		Populaire krant		Pearson's chi-squared
	Aantal	In %	Aantal	In %	
Experts en maatschappelijke bronnen	15	10.3%	5	5.4%	1.71
Betrokkenen	52	35.9%	38	40.9%	0
Overheid	14	9.7%	8	8.6	0.11
Orde- en rechtshandhavingsactoren	64	44.1%	42	45.2%	0.15
Totaal	145	83.8%	93	76.2%	
Totale berichtgeving	173	100%	122	100%	

Significantieniveau: $p < 0.05$ *, $p < 0.01$ **, $p < 0.001$ ***, trend .

In grafiek 4.5 is in één oogopslag te zien dat er geen groot verschil tussen de kranttypen in de verscheidenheid van brongebruik is. Tabel 4.9 bevestigt dit gegeven. In het algemeen wordt de bron orde- en rechtshandhavingsactoren in bijna de helft van de berichtgeving van populaire kranten (45.2%) en kwaliteitskranten (44.1%) geciteerd. Daarnaast zijn betrokkenen in beide kranttypen ook in een behoorlijk deel van de berichtgeving aan het woord. In populaire kranten komen deze bronnen in 40.9% aan het woord en in kwaliteitskranten is dat in 35.9% het geval. De hoeveelheid berichten waarin deze bronnen voorkomen, is dus relatief groter bij populaire kranten dan bij kwaliteitskranten, terwijl kwaliteitskranten vaker dan populaire kranten bronnen als de overheid, experts en maatschappelijke bronnen aan het woord laten. Deze verschillen zijn echter niet significant (zie tabel 4.9).

Met behulp van deze bevindingen kunnen we een antwoord op de derde deelvraag formuleren. Orde- en rechtshandhavingsactoren worden in berichtgeving van zowel het OM als de media het vaakst geciteerd van alle bronnen. Er is geen verschil in het citaatgebruik tussen populaire en kwaliteitskranten. Hierdoor kunnen we concluderen dat kwaliteits- en populaire kranten even divers, transparant en pluriform zijn. Bovendien kunnen we stellen dat journalisten van beide kranttypen evenveel waarde hechten aan de hoor en wederhoor regel. Dit is niet in overeenstemming met de inzichten van Scholten & Ruigrok (2009), die stellen dat kwaliteitskranten diverser zijn in hun brongebruik. Ook is dit resultaat in tegenstelling met de theorie dat kwaliteitskranten vaker feiten checken dan populaire kranten, omdat journalisten van populaire kranten meer tijdsdruk zouden ervaren (Ruigrok et al., 2014).

4.3 Framing van berichtgeving rondom het OM

Zoals we hebben gezien is het OM in de positie om onderwerpen op de media-agenda te zetten. Daarnaast heeft het OM, door het veelvuldig citaatgebruik in berichtgeving, enige

invloed op de inhoud van het nieuws. In dit onderdeel verdiepen we ons verder in de inhoud van het nieuws en de positie van het OM bij het beïnvloeden van de inhoud van het nieuws door middel van *framing*. Hiervoor zijn de persberichten en nieuwsberichten geanalyseerd, die op het OM gebaseerd zijn. In subparagraaf 4.3.1 gaan we in op het framegebruik in de soorten berichtgeving. Vervolgens zullen we in subparagraaf 4.3.2 per frame middels een logistische regressieanalyse het framegebruik van de media verklaren aan de hand van het framegebruik van het OM. Tot slot richten we ons in subparagraaf 4.3.3 op de mate waarin en de manier waarop persberichten worden reframed.

4.3.1 Framegebruik

Framing is aan de hand van een kwantitatieve handmatige inhoudsanalyse gemeten. Het associatieve frame is daarentegen op automatische wijze gemeten. Deze subparagraaf en de volgende subparagraaf dienen voor het beantwoorden van deelvragen 4 en 5, die het verschil in framegebruik tussen pers- en nieuwsberichten en tussen populaire en kwaliteitskranten behandelen.

Dit onderdeel is gestructureerd per frame. We kijken per frame naar de relatieve aanwezigheid van de eerder besproken zeven frames in berichtgeving van zowel pers- als nieuwsberichten in het geheel en maken wederom onderscheid tussen populaire en kwaliteitskranten. Met tabel 4.10 geven we een compleet beeld van de mate van framegebruik in pers- versus nieuwsberichten en kwaliteits- versus populaire kranten. Ook zijn de resultaten van de significantie testen weergegeven.

Tabel 4.10: framegebruik in berichtgeving

	Persberichten		Nieuwsberichten		Pearson's chi-squared
	Aantal	In %	Aantal	In %	
Associatief frame	20	1.2%	110	3.5%	0
Thematisch frame	72	24.4%	62	21%	0.74
Episodisch frame	275	93.2%	256	86.8%	5.06*
Succesframe	57	19.3%	70	23.7%	1.64
Gezagsframe	289	98%	168	56.9%	132.45***
Slachtofferframe	29	9.8%	32	10.8%	0.22
Handhavingsframe	170	57.6%	185	62.7%	2.21
Politieke frame	0	0%	17	5.8%	14.62***

	Kwaliteitskranten		Populaire kranten		Pearson's chi-squared
	Aantal	In %	Aantal	In %	
Associatief frame	76	4.4%	34	2.3%	5.39*
Thematisch frame	48	27.7%	14	11.5%	10.45***
Episodisch frame	148	85.5%	108	88.5%	0.32
Succesframe	44	25.4%	26	21.3%	0.46
Gezagsframe	104	60.1%	64	52.5%	1.41
Slachtofferframe	16	9.3%	16	31.1%	0.74
Handhavingsframe	105	60.7%	80	65.6%	0.54
Politieke frame	14	8.1%	3	2.5%	3.21

Significantieniveau: $p < 0.05$ *, $p < 0.01$ **, $p < 0.001$ ***, trend .

Het associatieve frame

In dit onderdeel staat de associatie tussen Marokkanen en criminaliteit in Nederlandse kranten centraal. Dit is onderzocht door te meten in welke mate Marokkaanse herkomst werd vermeld in de berichtgeving. Op basis van de in het methodehoofdstuk genoemde criteria is er in 1.2% van de persberichten het associatieve frame gebruikt. Daarentegen is hetzelfde frame in de media veel vaker toegepast (3.5%). Dit verschil is echter niet significant gebleken ($X^2(N = 4.898, 1) = 0; p = 1$).

Kijken we naar het verschil tussen kranttypen, dan zien we in tabel 4.10 dat kwaliteitskranten met ruim twee procentpunten vaker verwijzen naar de herkomst dan populaire kranten. De Pearson's Chi-squared test wijst uit dat dit verschil significant is ($X^2(N = 4.898, 1) = 5.39; p = .046$). Hierdoor kunnen we stellen dat kwaliteitskranten de associatie van criminaliteit met Marokkaanse herkomst in meerdere mate versterken dan populaire kranten. Ondanks de kleine mate van vermelden van de Marokkaanse herkomst in de berichtgeving, dragen kwaliteitskranten dus meer dan populaire kranten bij aan negatieve beeldvorming over deze groep en vormen en verspreiden zij stereotypering van etnische minderheden (Shadid, 2005).

Thematische versus episodisch

Episodische frames zijn vooral gericht op strafrechtelijke feiten en personen zonder achtergrondinformatie, terwijl thematische frames meer context bieden. Deze frames zijn onafhankelijk van elkaar geanalyseerd. Dit betekent dat beide frames in een bericht aanwezig kunnen zijn.

We zien in tabel 4.10 dat beide soorten berichtgeving sterk episodisch geframed zijn. In een groot deel van de persberichten is het episodische frame aanwezig (93.2%). Dit is ook het geval in nieuwsberichten, maar in mindere mate (86.8%). Bovendien is het verschil in het gebruik van episodische frames tussen pers- en nieuwsberichten significant ($X^2(N = 574, 1) = 5.06; p = .025$). Kijkend naar het gebruik van thematische frames, zien we dat het aandeel in beide typen berichtgeving relatief klein is. Persberichten gebruiken het frame in 24.4% van de gevallen, terwijl nieuwsberichten het in 21% van de berichtgeving gebruiken. Hoewel het thematische frame vaker voorkomt in persberichten dan in nieuwsberichten, is het verschil niet significant ($X^2(N = 574, 1) = 0.74; p = .390$). Het feit dat het episodische frame veelvuldig gebruikt wordt in berichtgeving komt overeen met eerdere onderzoeken, die concluderen dat misdaadberichtgeving gebaseerd is op korte feiten zonder verdere context te verlenen (Barnhurst, 2010; Reichert, 2013; Ruigrok et al., 2014).

Ondanks het feit dat het OM stelt dat concrete zaken zoveel mogelijk in de context geplaatst worden, gebeurt dit in mindere mate als we het vergelijken met het gebruik van episodische frames. Er is geen significant verschil gevonden in het gebruik van een thematisch frame tussen pers- en nieuwsberichten. Daarom kunnen we ervan uitgaan dat zowel het OM als de media, zich voornamelijk focussen op korte strafrechtelijke feiten en deze aspecten minder in de bredere context plaatsen. Dat nieuwsberichten evenveel thematisch framen als persberichten, kan duiden op de het feit dat kranten snel nieuws willen leveren in het veranderende medialandschap, waardoor journalisten minder goed in staat zijn om achtergrondinformatie toe te voegen, die ontbreekt in de persberichten van het OM.

Als we kijken naar het verschil tussen de twee kranttypen, zien we dat kwaliteitskranten vaker thematisch framen dan populaire kranten. Er is een verschil van ruim 16 procentpunten. Hieruit kunnen we opmaken dat populaire kranten minder aandacht geven aan de context, waarin het misdrijf is gepleegd. Dit verschil is significant ($X^2(N = 295, 1) = 10.45; p = .001$), wat in lijn is met eerder onderzoek dat laat zien dat kwaliteitskranten vaker dan populaire kranten thematisch framen in misdaadberichtgeving (Reichert, 2013; Ruigrok et al., 2014). Kwaliteitskranten richten zich immers meer op de publieke verantwoordelijkheid

en verslaan daardoor vaker informatie in politieke of maatschappelijke context (Scholten & Ruigrok, 2006). Ondanks het significante verschil in het gebruik van thematische frames, geldt dit niet voor bij het gebruik van episodische frames ($X^2(N = 295, 1) = 0.32; p = .570$). Hiermee kan de eerste hypothese verworpen worden. Er kan geconcludeerd worden dat populaire en kwaliteitskranten zich evenveel richten op korte feiten rondom strafrechtelijke incidenten, maar kwaliteitskranten deze aspecten wel meer in de context plaatsen. Deze bevinding kan worden verklaard aan de hand van de literatuur. Ervan uitgaande dat journalisten van populaire kranten, door de gevolgen van bezuinigingen op de redactie meer werkdruk ervaren, zijn zij in mindere mate in staat om verder onderzoek te doen met als doel achtergrondinformatie te bieden (McManus, 1994; Ruigrok et al., 2014; Schaper et al., 2012; Van Leuven et al., 2014).

Nu we weten dat kwaliteitskranten vaker associatief framen én thematisch framen kunnen we stellen dat kwaliteitskranten vaker context bieden waardoor het relevant is om ook de herkomst in berichtgeving te vermelden. Zo blijkt in dit onderzoek dat het noemen van herkomst vaker voorkomt in berichtgeving met thematische frames (5.1%) dan in berichtgeving die een dergelijk frame niet bevatten (1.3%). Uit de Pearson's Chi-squared test blijkt dat dit verschil significant is ($X^2(N = 574, 1) = 4.79; p = .029$). Hiermee kan de tweede hypothese worden aangenomen. Dit is in lijn met de besproken literatuur waarin gesteld wordt dat het relevant is om herkomst te noemen als er context wordt geboden aan strafrechtelijke incidenten (Ruigrok et al., 2014).

Succesframe

Het succesframe houdt in dat een arrestatie, afpakactie of opsporingsonderzoek als succes wordt gepresenteerd. Uit de gegevens in tabel 4.10 blijkt dat kranten een dergelijk frame vaker toepassen dan het OM, maar de mate van gebruik van het frame in beide soorten berichtgeving is relatief klein. Zo gebruikt het OM in 19.3% van de persberichten het succesframe en kranten in 23.7% van de nieuwsberichten. Deze verhouding is opvallend te noemen, omdat het OM met een succesframe een representatieve rol wil innemen en een positief imago kan bewerkstelligen om draagvlak te creëren in de maatschappij. Dat kranten vaker het succesframe toepassen zou betekenen dat zij bijdragen aan het versterken van het imago van het OM. Het communiceren van successen zorgt voor het versterken van legitimiteit in de maatschappij welke de burgerparticipatie versterkt (De Fine Licht, 2011; Grimmelhuijsen et al., 2013; Mossberger et al., 2013). Een significantie test wijst echter uit dat het verschil in gebruik van het frame tussen pers- en nieuwsberichten niet significant is

$(X^2(N = 574, 1) = 1.64; p = .201)$.

Hoewel er geen verschil is in de mate van gebruik van het frame, is het belangrijk op te merken dat het succesframe op verschillende manieren wordt toegepast. Zo laat het OM in de berichtgeving vaak expliciet blijken dat het succes door de organisatie zelf is bereikt, terwijl de media vooral focussen op het succes zelf. Zo schrijft het OM bijvoorbeeld in een persbericht van 20 juli 2017: *“Politie en Openbaar Ministerie (OM) hebben vandaag in een omvangrijk, internationaal onderzoek een van de grootste illegale marktplaatsen op internet ontmanteld, overgenomen en offline gehaald”*. Een voorbeeld van het succesframe in een nieuwsbericht luidt: *“Zes postbodes en een handlanger zijn opgepakt vanwege grootschalige fraude met belastinggeld”* (Algemeen Dagblad, 23 april 2014). Dit verschil is een ondersteunend bewijs voor eerder onderzoek van Veul et al. (2017), waarin een soortgelijk patroon bij het toepassen van het succesframe ook zichtbaar is.

Verder zien we dat in 25.4% van de berichtgeving van kwaliteitskranten het succesframe wordt gebruikt, terwijl populaire kranten dit in mindere mate toepassen (21.3%). Dit verschil blijkt niet significant te zijn ($X^2(N = 295, 1) = 0.46; p = .496$), wat betekent dat beide kranttypen in gelijke mate het succesframe van persberichten gebruiken. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat, als gevolg van institutionalisering, kranten dezelfde routines aannemen en dit patroon ook van toepassing is op het framegebruik (Cook, 1998; Schudson, 2003).

Gezagsframe

Het gezagsframe houdt in dat de focus ligt op autoriteit en bevoegdheid van het OM. Vaak gaat berichtgeving in op het aanzien en de macht van het OM en de maatschappelijke opdracht die het OM heeft. Het OM benadrukt het gezagsframe in bijna alle persberichten (98%). Ook kranten gebruiken in een groot deel, maar in mindere mate, het gezagsframe (56.9%). Dit verschil is significant ($X^2(N = 574, 1) = 132.45; p < .001$). Door het grote mate van het framegebruik door het OM kunnen we stellen dat het OM het benadrukken van het gezag belangrijk acht, omdat een dergelijk frame invloed heeft op de publieke opvattingen en de manier waarop burgers zich gedragen tegenover orde- en rechtshandhavingsactoren (Tyler & Huo, 2002).

Naast het feit dat er een duidelijk verschil is in de mate van het gebruik van het gezagsframe, is het van belang te noemen dat de manier waarop de frames tot uiting komen in de berichtgeving ook verschilt. Zo richt het gezagsframe in persberichten zich voornamelijk

op de leiding en verantwoordelijkheid van het OM om misdrijven en daders op te sporen en daarmee een bijdrage te leveren aan een veiligere en rechtvaardigere samenleving. Kranten noemen deze rol van het OM vaak niet expliciet. Een voorbeeld van het gezagsframe in persberichten is een persbericht van 5 april 2016: *“Het onderzoek wordt verricht onder leiding van het Openbaar Ministerie Oost-Nederland. Er is voor meer dan 1.000.000 euro beslag gelegd op bankrekeningen, onroerend goed en auto’s, omdat misdaad niet mag lonen”*. Een voorbeeld van het gezagsframe in nieuwsberichten is: *“Sindsdien steekt de politie veel energie in het voorkomen van delicten waarbij zware wapens worden gebruikt. De jongste vangst is daar een voorbeeld van”* (Trouw, 22 juli 2015).

Als we inzoomen op de kranttypen, zien we dat kwaliteitskranten in een groot deel van hun berichtgeving gebruikmaken van het gezagsframe (60.1%). Ook populaire kranten hebben de neiging om dit frame regelmatig toe te passen, maar wel in mindere mate (52.5%). Dit betekent dat de media bijdragen aan het bevorderen van legitimiteit van het OM (Tyler, 1990; Tyler & Wakslak, 2004). Het verschil tussen de kranttypen is echter niet significant ($X^2(N = 295, 1) = 1.41; p < .235$). Met andere woorden, het frame wordt minder in nieuwsberichten toegepast dan persberichten en er is geen verschil tussen de kranttypen. Ook in dit geval kunnen we stellen dat institutionalisering van de media zichtbaar is door de overeengekomen routines en het framegebruik bij beide kranttypen (Cook, 1998; Schudson, 2003).

Slachtofferframe

Het slachtofferframe kenmerkt zich door de focus op het perspectief van een slachtoffer of een vertegenwoordiger om de betrokkenheid en het medeleven bij de lezer te bevorderen. We zien in tabel 4.10 dat kranten vaker het frame toepassen (10.8%) dan het OM (9.3%), maar dit relatieve verschil is niet groot. De significantie test toont dat het verschil niet significant is ($X^2(N = 574, 1) = 0.22; p = .639$). Toch worden deze frames in de berichtgeving op een andere wijze ingevuld. In persberichten richt het frame zich niet op het slachtoffer, maar vanuit het perspectief van het OM. Denk hierbij aan het feit dat het OM de leiding heeft om daders een passende straf te geven, zodat slachtoffers het idee hebben dat ze vertegenwoordigd worden. Een voorbeeld van dit frame is in een persbericht van 19 december 2016: *“De hoogste mogelijke straf is hier op zijn plaats... Hun slachtofferverklaringen zijn schrijnend. Ze maken duidelijk wat de slachtoffers hebben meegemaakt. De angst en vernedering die zij hebben gevoeld”*. Hetzelfde frame richt zich in nieuwsberichten juist op het slachtoffer. Een

voorbeeld van dit frame in een nieuwsbericht is: *“Als het zo was gebeven, dan was ik van een flat gesprongen. Zo wil je niet leven”* (De Telegraaf, 14 mei 2014). Op basis van dit verschil kunnen we stellen dat de media het slachtofferframe als dramaturgische techniek gebruikt door meer op emotionele en fysieke aspecten te focussen (Van Erp, 2011; Van Gorp, 2005). Op deze manier maken de media berichtgeving verhalender, persoonlijker, dramatischer en emotioneler (Semetko & Valkenburg, 1998).

Het valt op dat er een groot verschil is in de mate waarin het frame wordt toegepast tussen populaire en kwaliteitskranten. Populaire kranten passen het frame in 31.1% van de berichtgeving toe, terwijl het bij kwaliteitskranten in 9.3% het geval is. Een mogelijke verklaring waarom populaire kranten zich meer richten op het frame, is dat een slachtofferframe een verhaal vaak dramatischer maakt en populaire kranten meer neigen naar drama en human interest kwesties (Ericson et al., 1991; Heath & Gilbert, 1996; Ruigrok et al., 2014). Ondanks het opvallende verschil tussen de kranttypen is dit verschil niet significant, omdat het om een klein aantal berichten gaat ($X^2(N = 574, 1) = 0.74; p = .389$).

Handhavingsframe

Bij een handhavingsframe ligt de focus op de misdaad en dader en het opsporen en bestraffen ervan. Uit tabel 4.10 blijkt dat persberichten minder vaak (56.3%) het handhavingsframe toepassen dan nieuwsberichten (62.7%), maar dat dit verschil niet significant is ($X^2(N = 574, 1) = 2.21; p = .137$). Toch komt het frame in de berichtgeving verschillend tot uiting.

Het OM focus zich met het handhavingsframe vooral op het bestrijden van criminaliteit, waarbij vaak expliciet wordt genoemd dat misdaad niet mag lonen, terwijl kranten zich vooral richten op de bestraffing van daders. Een voorbeeld van het handhavingsframe is in een persbericht van 27 november 2017: *“Het is een positieve handreiking voor de gemeenschap en een helder signaal dat criminelen met hun geld en dure spullen niet onoverwinnelijk zijn. Het maakt zichtbaar dat misdaad niet mag lonen en dat de samenleving beter wordt van de bestrijding van criminaliteit”*. Een voorbeeld van hoe het frame tot uiting komt in nieuwsberichten is: *“De Rotterdamse hacker Jair M., die in minstens 1066 computers en 2219 webcams inbrak, heeft niets verdiend met zijn illegale acties... Toch hangt de net 19 geworden jongen een forse celstraf boven het hoofd”* (De Telegraaf, 17 januari 2014). Met het verschil van de manier waarop het frame wordt gebruikt kunnen we concluderen dat de media zich vooral focussen op de straffen van daders die de legitimiteit van het OM in de hand werkt (Newburn & Jones, 2007).

We zien in dezelfde tabel dat populaire kranten iets vaker het handhavingsframe gebruiken dan kwaliteitskranten. Dit verschil is 4.9 procentpunten. Er is echter geen sprake van een significant verschil ($X^2(N = 574, 1) = 0.54; p = .465$). Dit duidt wederom op de vervaagde grenzen tussen populaire en kwaliteitskranten (Cook, 1998).

Politieke frame

Het laatste frame in dit onderzoek is het politieke frame, waarbij de focus ligt op de bestrijding van criminaliteit vanuit een politiek oogpunt. Een voorbeeld van een dergelijk frame in nieuwsberichten is: *“Jeroen Recourt laat in een reactie doorschemeren dat de PvdA geen fan is van het verbod. In 2007 pleitte toenmalig PvdA-senator Peter Rehwinkel voor afschaffing. Recourt zegt daar nu over: Het zou me verbazen als die lijn nu een andere kant op gaat”* (NRC Handelsblad, 8 mei 2015). Het OM maakt geen gebruik van politieke frames, terwijl kranten een dergelijk frame in 5.8% van de berichtgeving toepassen. Dit verschil blijkt significant te zijn ($X^2(N = 574, 1) = 14.62; p < .001$). Een mogelijke verklaring is dat in persberichten logischerwijs de bestrijding van criminaliteit vanuit het perspectief van het OM geschreven worden.

Ondanks de kleine hoeveelheid nieuwsberichten waarin het politieke frame wordt toegepast, weten we nu dat kranten in sommige gevallen het politieke frame toevoegen aan hun verhaal. Kijken we naar het verschil tussen de kranttypen, dan richten kwaliteitskranten (8.1%) zich vaker op het politieke frame dan populaire kranten (2.5%). Uit de significantietest blijkt dat dit verschil niet significant is ($X^2(N = 295, 1) = 3.21; p = .073$). Desondanks is deze bevinding aan te merken als een trend. Dit valt te onderbouwen met het feit dat kwaliteitskranten ook significant vaker op een thematische wijze framen en daarmee het onderwerp criminaliteit eveneens vaker in een politieke context framen.

4.3.2 Samenhang framegebruik media en het OM

Nu het framegebruik in kaart gebracht is, gaan we kijken naar de samenhang tussen het framegebruik door het OM en de media. Middels een logistische regressieanalyse wordt het framegebruik van de media verklaard aan de hand van het framegebruik van het OM. De resultaten van de regressieanalyses zijn gepresenteerd in tabel 4.11. De tabel vertegenwoordigt het β -coëfficiënt voor ieder frame van het OM. Dit coëfficiënt geeft de samenhang weer tussen ieder frame gebruikt door het OM en ieder frame gebruikt door de media. Voor het politieke frame is de regressieanalyse niet uitgevoerd, omdat er geen politieke frames zijn gevonden in de persberichten van het OM. Ook het associatieve frame is

in dit onderdeel niet meegenomen, omdat dit frame op automatische wijze is gemeten en niet gestroomlijnd is met de specifieke data, die handmatig geanalyseerd zijn.

Tabel 4.11: β -coëfficiënten logistische regressieanalyse voor framing van berichtgeving rondom het OM

Frame OM	Thematisch frame media	Episodisch frame media	Succes frame media	Gezag frame media	Slachtoffer frame media	Handhavings frame media
Intercept	1.229	14.920	-5.465**	-10.810	-16.700	-4.347***
Thematisch frame	1.223***	-0.803*	0.062	0.390	0.003	-0.761*
Episodisch frame	-1.531**	1.475*	-0.078	-0.626	15.580	0.008
Succesframe	-0.197	0.325	2.332***	0.391	-0.953	0.210
Gezagsframe	-0.877	-14.550	1.464	17.160	-0.938	1.297
Slachtofferframe	-0.314	0.940	-1.676*	-0.165	1.019*	2.000*
Handhavingsframe	0.385	0.596	0.238	0.429	-0.139	1.431***
Kranttype Populair	-1.161**	0.205	-0.174	-0.139	0.369	0.536
N	295	295	295	295	295	295
Nagelkerke R²	0.214	0.176	0.260	0.139	0.087	0.273

Significantieniveau: $p < 0.05$ *, $p < 0.01$ **, $p < 0.001$ ***, trend .

Met het oog op significante relaties met betrekking tot het thematische frame van de media, is in tabel 4.11 te zien dat er een significant positieve samenhang is met het thematische framegebruik van het OM. Dit betekent dat naarmate het OM thematisch framed het waarschijnlijk is dat de media in hun berichtgeving een dergelijk frame gaan gebruiken. Daarentegen is er een significant negatieve samenhang tussen het thematisch framegebruik van de media en het episodisch framegebruik van het OM. Oftewel nieuwsberichten met thematische frames zijn met grote waarschijnlijkheid niet gebaseerd op persberichten met episodische frames.

Het gebruik van episodische frames in kranten wordt significant negatief geassocieerd met thematische frames van het OM. Dit betekent dat wanneer de media episodische frames toepassen in hun nieuwsberichten, het onwaarschijnlijk is dat ze deze nieuwsberichten baseren op persberichten met een thematisch frame. Daarnaast zien we een positieve samenhang in het gebruik episodische frames tussen het OM en de media. Kortom, de media hebben de neiging om hetzelfde frame als het OM te gebruiken wat betreft het thematische en episodische frame. Deze gegevens vormen een bewijs voor de eerder besproken theorie, die stelt dat journalisten door de commercialisering te maken krijgen met tijds- en werkdruk.

Hierdoor zijn journalisten in mindere mate in staat om verder onderzoek te doen naar gebeurtenissen en context te bieden. Tot slot kunnen we op basis van de significante negatieve samenhang tussen thematische frames in de media en de kranttypen voorspellen dat kwaliteitskranten waarschijnlijker thematisch framen dan populaire kranten. Deze bevinding was ook terug te zien in tabel 4.10, waarin het verschil in framegebruik tussen de kranttypen weergegeven werd.

Als we het gebruik van het succesframe in de media willen verklaren, kunnen we middels de significant positieve associatie met succesframegebruik van het OM stellen, dat als de media het succesframe toepassen in hun berichtgeving het waarschijnlijk gebaseerd is op persberichten met een succesframe. Daarnaast is er een significante, negatieve associatie tussen het succesframe van de media en het slachtofferframe in persberichten. Dit betekent dat naarmate het OM klaarblijkelijk een slachtofferframe toepast, de kans kleiner wordt dat de media in deze berichten een succesframe gebruiken.

Bij het gebruik van het slachtofferframe in de media zien we dat alleen het slachtofferframe van het OM een significant positief verband heeft met het slachtofferframegebruik van de media. Dit betekent dat het slachtofferframe domineert als het OM het frame ook gebruikt, oftewel de media nemen het slachtofferframe over als zij gebruikmaken van persberichten die een slachtofferframe hebben.

De regressieanalyse voor het handhavingsframe, laat middels een significant negatieve samenhang met het thematische framegebruik van het OM zien, dat als nieuwsbericht een handhavingsframe bevat, het met grote waarschijnlijkheid niet gebaseerd is op persberichten met thematische frames. Echter, zowel het slachtofferframe als het handhavingsframe van het OM zijn significante positieve voorspellers van het handhavingsframe in de media. Dit betekent dat naarmate het handhavingsframe en vooral het slachtofferframe klaarblijkelijk in berichtgeving van het OM voorkomt, de kans groter wordt dat de media een handhavingsframe gebruiken. Tot slot zien we een positief verband tussen het gebruik van het handhavingsframe en de kranttypen, wat betekent dat naarmate het handhavingsframe wordt gebruikt door de media, het waarschijnlijker is dat populaire kranten een dergelijk frame gebruiken. Dit verband is een trend te noemen en valt te verklaren aan de hand van de eerder besproken theorie, waarbij het handhavingsframe aspecten van sensatie bevat doordat het frame zich vooral richt op misdaden en het bestraffen van daders. Vooral populaire kranten neigen naar dergelijke aspecten (Heath & Gilbert, 1996; Ruigrok et al., 2014).

Nu het framegebruik in de berichtgeving in kaart is gebracht, kunnen we de vierde en vijfde deelvraag beantwoorden. In zowel pers- als nieuwsberichten is er een sterke focus op

het episodische, gezag- en handhavingsframe. Het episodische en het gezagsframe wordt vaker gebruikt door het OM dan door kranten. Daartegenover staat dat het handhavingsframe vaker wordt toegepast in kranten dan in persberichten. Daarnaast is er geen verschil gevonden in het gebruik van het associatieve frame tussen het OM en kranten. Wat niet onopgemerkt mag blijven, is dat de media klaarblijkelijk het politieke frame toevoegen aan de berichtgeving. Als we kijken naar het verschil in framegebruik tussen populaire en kwaliteitskranten, dan zien we dat kwaliteitskranten vaker thematisch framen en meer neigen naar een politiek frame. Wat betreft het gebruik van de overige frames is er geen verschil waar te nemen tussen de twee kranttypen.

Middels de resultaten van de regressieanalyses kunnen we in algemene zin stellen dat als het OM een bepaald frame toepast in persberichten, de media de betreffende frames ook zullen gebruiken. Daarbij hebben we gezien dat wanneer persberichten evident gebruikmaken van een slachtofferframe, de kans groter is dat de media een handhavingsframe zullen toepassen in hun berichtgeving. Verder kunnen we concluderen dat de media geen thematisch frame gebruiken, als het OM een episodisch frame gebruikt. Tot slot kunnen we voorspellen dat de media geen episodisch of handhavingsframe toepassen, als het OM schrijft vanuit een thematisch frame.

4.3.3 Reframing

Nu het framegebruik in de berichtgeving in kaart is gebracht, kijken we naar *reframing* door de media. Met deze analyse kunnen we antwoord geven op de zesde en zevende deelvraag. Deze deelvragen hebben betrekking op de *reframing* van kranten. Er is sprake van *reframing* als een nieuwsbericht een ander frame gebruikt dan het persbericht, waarop dat nieuws is gebaseerd. In deze analyse zijn het associatieve en politieke frame niet meegenomen om de eerder kenbaar gemaakte argumenten.

In tabel 4.12 is de hoeveelheid *reframing* in kaart gebracht en het verschil tussen de twee kranttypen weergegeven. In tabel 4.13 is de manier van *reframing* per frame in percentages weergegeven. Ook dit onderdeel is gestructureerd per frame, waarbij we eerst ingaan op de mate van *reframing* per kranttype en daarna op de manier waarop deze berichtgeving gereframed is, oftewel welke frames er in de plaats van het in het persbericht gebruikte frame wordt gebruikt. Hierbij richten we ons op de drie meest gebruikte vervangende frames voor het betreffende gereframede frame.

Tabel 4.12: relatieve hoeveelheid reframede berichtgeving en verschil tussen kranttypen

	Reframing van persberichten OM		Kwaliteitskranten		Populaire kranten	
	Aantal	In %	Aantal	In %	Aantal	In %
Thematisch frame	40	57.1%	22	50%	18	69.2%
Episodisch frame	26	9.6%	16	10%	10	8.9%
Succesframe	24	42.1%	13	39.4%	11	45.8%
Gezagsframe	118	41.3%	65	38.5%	53	45.3%
Slachtofferframe	22	75.9%	14	82.4%	8	66.7%
handhavingsframe	40	23.7%	27	25.2%	13	21%

Tabel 4.13: reframing per frame

	Thematisch frame	Episodisch frame	Succes frame	Gezag frame	Slachtoffer frame	Handhavings frame
Thematisch reframe	-	23.3%	8.9%	6.4%	3.5%	13.8%
Episodisch reframe	35.1%	-	37.5%	44%	36.8%	37.9%
Succesreframe	14.4%	6.7%	-	8.8%	3.5%	11.5%
Gezagreframe	23.4%	36.7%	21.4%	-	19.3%	32.2%
Slachtofferreframe	4.5%	5%	3.6%	6.4%	-	1.1%
Handhavingsreframe	20.7%	23.3%	28.6%	32.4%	36.8%	-
Politieke reframe	1.8%	5%	0%	2%	0	3.4%

Als we kijken naar de persberichten met thematische frames, dan zien we in tabel 4.12 dat 57.1% van de persberichten gereframed worden. Kwaliteitskranten doen dit in 50% van hun berichtgeving en bij populaire kranten is dat in 69.2% het geval. Nieuwsberichten die gebaseerd zijn op dergelijke persberichten worden vooral gereframed naar episodische (35.1%), gezag- (23.4%) en handhavingsframe (20.7%) (zie tabel 4.13).

Slechts in 9.6% van de persberichten met een episodisch frame, worden gereframed door kranten. Het verschil tussen de kranttypen die persberichten met episodische frames reframen bedraagt 1.1 procentpunt. Berichtgeving met een episodisch frame wordt door kranten vooral gereframed naar gezagsframe (36.7%), handhavingsframe (23.3%) en thematische frame (23.3%).

We zien in tabel 4.12 dat persberichten met een succesframe in 42.1% van de gevallen gereframed worden door kranten. Populaire kranten (45.8%) doen dit vaker in hun berichtgeving die gebaseerd is op persberichten met een succesframe, dan kwaliteitskranten (39.4%). Kranten reframen het succesframe voornamelijk naar een episodische frame (37.5%), handhavingsframe (28.6%) en gezagsframe (21.4%).

Persberichten van het OM die een gezagsframe bevatten, worden in 41.3% van de gevallen gereframed in nieuwsberichten. Ook hier neigen populaire kranten (45.3%) vaker het bericht te reframe dan kwaliteitskranten (38.5%). In het geval een persbericht met een gezagsframe gereframed wordt, wordt dit vooral gedaan met een episodisch frame (44%), handhavingsframe (32.4%) en succesframe (8.8%).

Met betrekking tot de reframing van het slachtofferframe, is in tabel 4.12 te zien dat een aanzienlijk deel van de persberichten (75.9%) met het slachtofferframe gereframed wordt door kranten. Vooral kwaliteitskranten (82.4%) reframe dergelijke persberichten, ten opzichte van 66.7% van de nieuwsberichten in populaire kranten. Het slachtofferframe wordt met name vervangen door episodische frames (36.8%), handhavingsframes (36.8%) en gezagsframes (19.3%).

De persberichten waarin een handhavingsframe wordt toegepast, worden door kranten in 23.7% van de berichtgeving gereframed. Kwaliteitskranten (25.2%) reframe deze persberichten vaker dan populaire kranten (21%). Als een dergelijk frame in berichtgeving van het OM door kranten niet wordt overgenomen, dan wordt het vooral gereframed naar episodische frames (37.9%), gezagsframes (32.2%) en thematische frames (13.8%).

Aan de hand van deze resultaten kunnen we een concreet antwoord geven op de zesde en zevende deelvraag. Persberichten met een slachtofferframe of een thematisch frame worden het vaakst door de media gereframed. Bij het reframe van persberichten worden vooral episodische, gezag- en handhavingsframes gebruikt. Deze bevinding strookt, wat betreft het reframe naar episodische en handhavingsframes, op de eerder besproken theorie. Journalisten rapporteren berichtgeving rondom criminaliteit graag op een luchtige en sensationele wijze (Patterson, 2000; Shoemaker & Cohen, 2006). Nieuws met episodische frames wordt immers vaak op een dramatische wijze gebracht (Iyengar, 1991). Het handhavingsframe bevat tenslotte een vorm van sensatie, doordat het frame zich vooral richt op misdaden en het bestraffen van daders (Van Erp, 2011). Er zijn geen grote verschillen in *reframing* waargenomen tussen de kranttypen. De grootste verschillen in *reframing* tussen de kranttypen liggen bij persberichten met thematische en slachtofferframes. Populaire kranten reframe vaker een persbericht met een thematisch frame, terwijl kwaliteitskranten dit vaker doen bij een slachtofferframe.

5. Conclusie en discussie

De media en het Openbaar Ministerie zijn beide instituten die onrecht en criminaliteit aan het licht willen brengen en zijn dan ook nauw met elkaar verbonden (Beunders & Muller, 2005). Het onderzoek heeft tot twee overkoepelende conclusies geleid die antwoord geven op de onderzoeksvraag *In hoeverre hebben persberichten van het Openbaar Ministerie invloed op de media-agenda van Nederlandse populaire en kwaliteitskranten en in hoeverre worden deze berichten ge(re)framed ?*

Ten eerste heeft het OM middels persberichten wel degelijk invloed op de berichtgeving van de media. Door het inspelen op de nieuwswaarden vindt het OM de mogelijkheid om met behulp van citaten en frames invloed uit te oefenen op de inhoud van het nieuws van zowel populaire als kwaliteitskranten. Hoewel het OM invloed uitoefent op de framing van het nieuws, is er toch sprake van reframing van persberichten. Een tweede conclusie betreft de discrepantie tussen de kranttypen. Hoewel er verschillen tussen populaire en kwaliteitskranten zijn waargenomen, zijn er zeker ook overeenkomsten gevonden die tot uiting komen in het nieuws van de kranttypen.

Deze conclusies zijn voortgekomen uit verschillende bevindingen. Nieuws rondom het OM treedt in het veranderende medialandschap vaak op de voorgrond. Met betrekking tot de hoeveelheid nieuws rondom het OM heeft dit onderzoek aangetoond dat het OM een nieuwswaardig fenomeen is en dat de kranttypen het OM op dezelfde momenten nieuwswaardig vinden.

Bovendien heeft het OM het vermogen om met de persberichten invloed uit te oefenen op het selectieproces van journalisten. Uit dit onderzoek blijkt dat Nederlandse kranten steeds vaker hun berichtgeving baseren op persberichten van het OM. Deze uitkomst lijkt te duiden op de bureaujournalistiek, waarbij journalisten door de commercialisering van de media tijds- en werkdruk ervaren en in mindere mate in staat zijn aan nieuwsgaring te doen (Boczkowski, 2010; De Keyser, 2010). Als gevolg daarvan maken zij eerder gebruik van persberichten. Journalisten zullen sneller persberichten gebruiken als deze voldoen aan de behoefte van de journalist (Ruigrok et al., 2014). Door de mediatisering van de samenleving, waarbij de eisen van de vercommercialiseerde media steeds dwingender zijn geworden, handelt het OM naar de medialogica en heeft daarmee invloed op het nieuwsselectieproces, met media-aandacht als resultaat (Strömbäck, 2008). Kwaliteitskranten hebben meer dan populaire kranten de neiging om persberichten in hun nieuws te verwerken. Dit zou kunnen betekenen dat kwaliteitskranten sterker zijn vercommercialiseerd. Of journalisten van populaire kranten minder werkdruk

ervaren dan kwaliteitskranten en daardoor een actievere rol innemen bij nieuwsgaring, zou moeten blijken uit vervolgonderzoek naar nieuwsgaring en werkdruk van journalisten. Middels kwalitatieve interviews zouden de daadwerkelijke keuzes voor hun werkwijze achterhaald kunnen worden en daarmee uitspraken gedaan kunnen worden over het effect van commercialisering.

Er is een discrepantie waargenomen tussen de mate waarin de kranten hun berichtgeving baseren op persberichten en de informatie letterlijk overnemen uit de persberichten. Ondanks dat er een aanzienlijk hoeveelheid berichtgeving gebaseerd is op persberichten van het OM, blijkt het dat journalisten niet kritiekloos vertrouwen op de informatie en deze daarom niet blindelings overnemen van het OM. De mate waarin kranten de persberichten (bijna) letterlijk overnemen en het verschil tussen de kranttypen is nihil. Dit duidt op het feit dat journalisten een kritische werkwijze hanteren. Dit staat haaks op de theorie *churnalism*, waarbij de kwaliteit van het nieuws achteruit gaat door *copy-paste-journalistiek* (Davies, 2008). Dit onderzoek richt zich specifiek op berichtgeving rondom het OM, maar onderzoek naar berichtgeving over andere vormen van misdaad zouden tot andere bevindingen kunnen leiden. Als de kritische blik van journalisten een principiële en systematische werkwijze is (ook bij gebruik van persberichten van andere bronnen), kan dit een indicatie zijn voor het correct vervullen van de waakhondfunctie. Dit zorgt ervoor dat het publiek juist wordt geïnformeerd. Dit is cruciaal voor een democratische samenleving (Bakker, 1998; Scholten, 1982).

Wat nieuwswaarden betreft, publiceert het OM vooral berichten die gefocust zijn op gewelddadige misdrijven (Openbaar Ministerie, z.d.-b), maar probeert hier en daar ook berichtgeving te verspreiden over personeel en organisatie gerelateerde zaken om het betrouwbare imago van de organisatie te versterken. Beide kranttypen maken graag gebruik van persberichten van het OM die gaan over conflict, drama en sensatie. Bovendien vinden de kranttypen deze berichten op dezelfde momenten nieuwswaardig. Dit duidt op de institutionalisering van de media met homogenisering van berichtgeving tot gevolg (Cook, 1998; Schudson, 2003).

Vooraf in berichtgeving van populaire kranten zijn gewelddadige onderwerpen en misdrijven oververtegenwoordigd. Kwaliteitskranten zijn diverser in het gebruik van onderwerpen. De focus op conflict, drama en sensatie is een vorm van vermaak voor het publiek. Uit de mate waarin populaire kranten berichten over dergelijke aspecten, valt te concluderen dat populaire kranten meer neigen naar de vermaakfunctie. Deze sensationele aspecten trekken de aandacht van het publiek, vragen minder inspanning bij het lezen en

kunnen zorgen voor toenemende oplagecijfers, die het overleven van een medium in de competitieve mediamarkt mogelijk maakt.

Een eenzijdige focus op onderwerpen is daartegenover nadelig voor een democratie. Dit zorgt voor een niet representatieve afspiegeling van de maatschappij. Het is van belang dat het publiek over kennis beschikt over de consequenties van nieuwsconsumptie via verschillende soorten kranten. Het consumeren van veel misdaadberichtgeving met focus op geweld zorgt immers voor meer angst- en onveiligheidsgevoelens (Cohen & Young, 1973; Ruigrok et al., 2017a).

Journalisten dienen zich evengoed te realiseren dat een focus op de vermaakfunctie ten koste kan gaan van het vervullen van de informatiefunctie, die met de juiste intentie, een bijdrage levert aan een afspiegeling van de maatschappij. Bovendien dienen journalisten zich te realiseren dat een sterke focus op sensatie en geweld voor een verheerlijking van criminaliteit zorgt, met kopieergedrag als mogelijk resultaat en daaropvolgend een toename van criminaliteit (Cohen & Young, 1973). Verder onderzoek zou dit moeten uitwijzen. Een experimenteel onderzoek zou hierbij toepasselijk zijn.

Hoewel het OM wel degelijk invloed heeft op de media-agenda, is dit niet altijd het geval. De media hebben vooral oog voor sensationele aspecten en zijn minder geïnteresseerd in persberichten over personeel en organisatie gerelateerde zaken. In hoeverre de media bijdragen aan het imago van het OM, zou nader onderzocht moeten worden. Hiervoor zouden bijvoorbeeld de reacties van het publiek op dergelijke berichtgeving onderzocht kunnen worden. Wat de media met dergelijke informatie doen en wat er gebeurt op momenten dat het OM hiermee geen invloed weet uit te oefenen, zou ook een potentiële onderzoeksvraag zijn voor nader onderzoek. Kwalitatieve interviews met journalisten en persvoorlichters van het OM zouden inzicht kunnen bieden in het optreden van het OM in zulke gevallen. Via een inhoudsanalyse komt de werkwijze van zowel journalisten als persvoorlichters bij hun berichtgeving enigszins tot uiting. Een combinatie van een kwantitatieve inhoudsanalyse en kwalitatieve interviews (multi-methodologisch onderzoek) zou gunstig zijn om de relatie en interactie van journalisten en persvoorlichters van het OM volledig bloot te leggen.

Op het moment dat het OM media-aandacht heeft, heeft het OM een kans om de inhoud van het nieuws te managen middels het citaatgebruik. Ook in dit proces zien we dat medialogica een gegeven is. Het OM laat in de persberichten vooral eigen belangen aan het licht komen, terwijl de media door de toegenomen onafhankelijkheid door de medialogica ook andere bronnen kiezen. In de berichtgeving van de kranten worden orde- en rechtshandhavingsactoren, waar het OM tot behoort, vaak geciteerd. Toch kan er geen

uitspraak gedaan worden over de inhoud van de citaten en daarmee of het OM er profijt van heeft of niet. Dit onderzoek richt zich alleen op de kwantiteit van het citaatgebruik. Een framing onderzoek naar de citaten van het OM in de media zou in dit geval als vervolgonderzoek toepasselijk zijn.

Slachtoffers en daders blijven in de berichtgeving van de media ook niet onopgemerkt. Er is enigszins sprake van diversiteit in brongebruik in kranten, maar geen verschil in hoeveelheid brongebruik tussen kranten. Dit betekent dat er sprake is van interne pluriformiteit (Hallin & Mancini, 2004), terwijl de externe pluriformiteit verzwakt met als resultaat dat media op dit gebied op elkaar gaat lijken. Dit duidt op de homogenisering van de media waar de institutionalisering aan ten grondslag ligt (Schudson, 2003). Desalniettemin worden er perspectieven van diverse bronnen aan het licht gebracht bij zowel populaire, als kwaliteitskranten. Een publieke ruimte voor verschillende groepen in de samenleving is belangrijk in een democratie. Dit zou kunnen betekenen dat de media het publieke debat op deze manier realiseren. De media dienen immers niet alleen als een bron van informatie, maar hebben ook een podiumfunctie om burgers de mogelijkheid te geven een weloverwogen mening te vormen over de samenleving. Dit zorgt op haar beurt weer voor een levendig publiek debat (Van Gestel, 2006).

De berichtgeving is sterk episodisch geframed, wat leidt tot versimpelde berichtgeving (Barnhurst, 2010; Reichert, 2013; Ruigrok et al., 2014). Dit zou kunnen betekenen dat journalisten door het veranderende medialandschap snel en daarmee kort nieuws willen leveren. Door het episodisch framen wordt het publiek beperkt geïnformeerd over dergelijke zaken. Het is dan ook van belang dat nieuwsconsumenten erop gewezen worden dat de media inhoudelijke aspecten weglaten, die essentieel kunnen zijn. We kunnen de conclusie trekken dat de commercialisering van de media een bedreiging vormt voor het correct vervullen van de informatiefunctie. Naast het episodische frame zien we het gezag- en handhavingsframe ook regelmatig terug in de berichtgeving van het OM en de media. Toch komen deze frames anders voor in de berichtgeving. Het OM gebruikt deze frames om expliciet het eigen gezag aan te tonen en de inzet voor een veilige en rechtvaardige samenleving aan het licht te brengen. De media gaan juist niet in op de rol van het OM en richten zich vooral op het bestraffen van daders.

Ook het succesframe wordt op verschillende manieren toegepast. Het OM benadrukt in de persberichten dat het succes door het OM is behaald, terwijl de media zich vooral richten op het succes an sich. Tot slot wordt het slachtofferframe op andere manieren gebruikt. Het OM gebruikt het slachtofferframe vanuit het eigen perspectief om de

slachtoffers te vertegenwoordigen, terwijl hetzelfde frame in de media zich richt op het slachtoffer zelf. Hierbij is het belangrijk te noemen dat de kans bestaat dat de resultaten met betrekking tot het gebruik van deze frames zijn beïnvloed. Hoewel het OM en de media gebruikmaken van deze frames, komen de frames op andere manieren tot uiting in hun berichtgeving. Een meer nauwgezette operationalisering van de frames met de focus op verschillende aspecten binnen een frame, komt ten goede aan de betrouwbaarheid en validiteit. Bovendien zou vervolgonderzoek moeten aantonen of de verschillen in het gebruik van het frame systematisch is en welke drijfveren hieraan ten grondslag liggen.

Wat betreft het gebruik van een frame in de media, speelt het OM een grote rol. Dit onderzoek heeft aangetoond dat er verbanden zijn tussen het gebruik van een frame in persberichten en het gebruik van datzelfde frame in nieuwsberichten. Dit betekent dat de media enigszins binnen de lijntjes kleuren, die de voorlichters van het OM uitstippelen. Deze conclusie dwingt ons rekening te houden met het feit dat de manier van meten van *framing* van invloed is geweest op de bevindingen. In dit onderzoek is er gekeken of er een frame wordt gebruikt en niet in hoeverre het frame voorkomt in de berichtgeving. Het meten van de mate waarin een frame voorkomt, zou een betere indicatie kunnen zijn voor de mate van invloed van het OM op de media en dit zou de validiteit bevorderen.

Ondanks het feit dat het OM het framegebruik van de media weet aan te sturen, is er evenwel sprake van *reframing* door de media. Dit gebeurt voornamelijk bij persberichten die een thematisch of slachtofferframe bevatten. Bij het reframen van persberichten neigen de media vooral naar episodische, gezag- en handhavingsframes. Bovendien voegen de media associatieve en politieke frames toe in de berichtgeving, terwijl het OM deze nauwelijks of niet toepast in de persberichten. De achterliggende redenen zijn goed te onderzoeken met nader onderzoek. Kwalitatieve interviews met journalisten zouden de keuzes voor hun gekozen perspectieven kunnen blootleggen.

Hoewel dit onderzoek aantoont dat de media enerzijds steeds homogener worden, is het opvallend dat er met betrekking tot het framegebruik wel degelijk verschillen zijn tussen kranttypen. Ondanks dat er niet veel associatieve frames zijn gevonden, associëren kwaliteitskranten vaker de Marokkaanse herkomst met criminaliteit. Een reden hiervoor is dat het gebruiken van thematische frames van invloed is op het noemen van de Marokkaanse herkomst, omdat hiermee meer context wordt geboden aan gebeurtenissen. Bovendien wordt informatie begrijpelijker gemaakt als er onderscheid wordt gemaakt tussen de in- en uitgroep (Eriksen, 2002; Shadid, 1994). Desondanks wordt de associatie tussen criminaliteit en Marokkanen versterkt, wat zorgt voor een negatieve beeldvorming over deze groepering in de

samenleving met polarisatie in de maatschappij als gevolg (Shadid, 2005). Wat precies de beweegredenen zijn voor journalisten om stereotypering te gebruiken, zou verder onderzoek moeten uitwijzen. Met deze bevinding is het belangrijk te noemen dat de stereotypering in het nieuws enkel gemeten is in berichtgeving rondom het OM. Het meten van stereotypering in berichtgeving over criminaliteit in het algemeen zal een completer beeld geven van de associatie tussen Marokkanen en criminaliteit. Naast het associatieve en thematische frame, gebruiken kwaliteitskranten ook vaker politieke frames in hun berichtgeving. Deze bepalende verschillen zijn van invloed op de perceptie van de nieuwsconsument (Scheufele, 1999). Het consumeren van nieuws uit een kwaliteitskrant helpt de consument een beter beeld te krijgen van de werkelijkheid.

Al met al heeft dit onderzoek, met de berichtgeving van Nederlandse kranten als uitgangspunt, tot interessante bevindingen geleid. Het is duidelijk dat de wisselwerking tussen het OM en de media van invloed is op de berichtgeving. Toch blijft er nog veel te doen, omdat het OM en de media nog wel een innige relatie zullen houden in de toekomst. Een ding is zeker, onderzoek naar dit onderwerp is nog lang niet aan zijn eind gekomen.

Literatuurlijst

- Aalberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbäck, J., & De Vreese, C. (2016). *Populist political communication in Europe*. Geraadpleegd op <http://www.tandfebooks.com/doi/book/10.4324/9781315623016>
- Bakker, P. (1998). *Regionale journalistiek, de pluriformiteit voorbij*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Bakker, P. (2002). Free daily newspapers – Business models and strategies. *The International Journal on Media Management*, 4(3), 180-187. <https://doi.org/10.1080/14241270209389998>
- Bakker, P., & Scholten, O. (2013). *Communicatiekaart van Nederland: Overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Kluwer.
- Barnhurst, K. G. (2010). The form of reports on US newspaper Internet sites, an update. *Journalism Studies*, 11(4), 555-566. <https://doi.org/10.1080/14616701003638426>
- Baum, M. A. (2002). Sex, lies, and war: How soft news brings foreign policy to the inattentive public. *American Political Science Review*, 96(1), 91-109. doi:10.1017/S0003055402004252
- Bennett, C. L. (2005). First year WMAP observations. *Symposium-International Astronomical Union*, 216, 18-27. <https://doi.org/10.1017/S0074180900196457>
- Bennett, W. L. (1990). Toward a theory of press-state relations in the United States. *Journal of communication*, 40(2), 103-127. Geraadpleegd op <http://pascal-francis.inist.fr/vibad/index.php?action=getRecordDetail&idt=6151119>
- Berger, B. K. (2001). Private issues and public policy: Locating the corporate agenda in agenda-setting theory. *Journal of Public Relations Research*, 13, 91–126. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1302_1
- Berkowitz, M. (1987). Product shape as a design innovation strategy. *Journal of Product Innovation Management*, 4(4), 274-283.

[https://doi.org/10.1016/0737-6782\(87\)90031-2](https://doi.org/10.1016/0737-6782(87)90031-2)

- Berkowitz, D. A. (2009). Reporters and their sources. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies* (pp. 122-135). New York: Routledge.
- Berkowitz, D. A., & TerKeurst, J. (1999). Community as interpretive community: Rethinking the journalist-source relationship. *Journal of Communication*, 49(3), 125–136.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02808.x>
- Beunders, H. J. G., & Muller, E. (2005). *Politie en media: feiten, fictie en imagopolitiek* [*Police and media: facts, fiction and image politics*]. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Biltreyst, D. (2003). *Nieuws, democratie en burgerschap. Onderzoek over hedendaags nieuwsmedia*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Boczkowski, P. J. (2010). *News at work: Imitation in an age of information abundance*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Boyd-Barrett, O. (2007). Alternative reframing of mainstream media frames. In D. K. Thussu (Red.), *Media on the move: Global flow and contra-flow* (pp.178-194). Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Boydston, A. E., Gross, J. H., Resnik, P., & Smith, N. A. (2013). *Identifying Media Frames and Frame Dynamics Within and Across Policy Issues*. Geraadpleegd op <https://pdfs.semanticscholar.org/e060/95c181afe22f1dba486e21928b48d0f74764.pdf>
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment?. *European Journal of Communication*, 13(3), 315-335. <https://doi.org/10.1177/0267323198013003002>
- Brants, C. (2007). Gold-Collar Crime. In H. N. Pontell & G. Geis (Red.), *International handbook of white-collar and corporate crime* (pp. 309-326). Geraadpleegd op <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-0-387-34111-8>
- Brants, K., & van Praag, P. (2015). Beyond Media Logic. *Journalism Studies*, 18(4), 395-408. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1065200>

- Broersma, M. (2015). Nooit meer bladeren? Digitale krantenarchieven als bron. *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, 14(2), 29-55. Geraadpleegd op <http://www.tijdschriftmediageschiedenis.nl/index.php/tmg/article/view/237/293>
- Broersma, M. & Graham, T. (2012). Social Media as Beat. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.663626>
- Brouwer, M. (1968). *Stereotypen als folklore* (Doctoraalscriptie). Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.
- Burger, J. P., & Koetsenruijter, A. W. M. (2008). *Nieuws over loverboys komt uit een klein kaartenbakje. Inhoudsanalyse van berichtgeving in Nederlandse nieuwsmedia (1995-2005)*. Geraadpleegd op <http://hdl.handle.net/1887/20063>
- Calcutt, A., & Hammond, P. (2011). *Journalism Studies*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Carton, A., Callens, M., Dejaghere, Y., & Hooghe, M. (2009). Burgerschapsconcepten in Vlaanderen: een internationale vergelijking. In J. Pickery (Red.), *Vlaanderen gepeild! 2009* (pp. 28-61). Sint Niklaas: Room Commissie.
- CBS. (2018a). *Het mysterie van de verdwenen criminaliteit*. Geraadpleegd op https://www.cbs.nl/-/media/_pdf/2018/19/2018st09%20het%20mysterie%20van%20de%20verdwenen%20criminaliteit%20def.pdf
- CBS. (2018b). *Veiligheidsmonitor 2017*. Geraadpleegd op <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2018/09/veiligheidsmonitor-2017>
- CBS. (2020, 2 maart). *Geregistreerde criminaliteit; soort misdrijf, regio* [Dataset]. Geraadpleegd op <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83648NED/table?fromstatweb>
- Chermak, S.M. (1997). The presentation of drugs in the news media: the news sources involved in the construction of social problems. *Justice Quarterly* 14, 687-718. <https://doi.org/10.1080/07418829700093551>

- Cobb, R. W., & Elder, C. D. (1971). The politics of agenda-building: An alternative perspective for modern democratic theory. *The Journal of Politics*, 33(4), 892-915. doi:10.2307/2128415?
- Cohen, S., & J. Young (1973). *The manufacture of news. Social problems, deviance and the mass media*. London: Constable.
- Commissariaat voor de Media, (2009). *Evaluatie gewijzigde financieringsstructuur regionale publieke omroepen*. Hilversum: Commissariaat voor de Media.
- Cook, T. E. (1998). *Governing with the news: The news media as a political institution*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Cook, T. E. (2006). The news media as a political institution: Looking backward and looking forward. *Political Communication*, 23, 159-171. <https://doi.org/10.1080/10584600600629711>
- Cornelissen, A., & Ferwerda, H. (2010). *Burgerparticipatie in de opsporing: Een onderzoek naar aard, werkwijzen en opbrengsten*. Apeldoorn: Politie & Wetenschap en Arnhem: Bureau Beke.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2014). *Media-Society. Industries, Images, and Audiences*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Curtin, P. A. (1999). Reevaluating public relations information subsidies: Market driven journalism and agenda-building theory and practice. *Journal of Public Relations Research*, 11, 53–90. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1101_03
- Davies, N. (2008). *Flat Earth News*. London: Chatto and Windus.
- De Berg, J. (1999). *Trouw Schrijfboek*. Amsterdam: Trouw Muntinga.
- De Boer, C., & Brennecke, S. (2014). De Uses and Gratifications benadering. In C. De Boer, & S. Brennecke (Red.), *Media en Publiek* (pp. 97–115). Geraadpleegd op https://www.bua.nl/media/7/9789462363878_inkijkexemplaar.pdf

- De Fine Licht, J. (2011). Do we really want to know? The potentially negative effect of transparency in decision making on perceived legitimacy. *Scandinavian Political Studies*, 34(3), 183-201. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9477.2011.00268.x>
- De Jong, W. (1989). The development of inter-ethnic relations in an old district of Rotterdam between 1970 and 1985. *Ethnic and Racial Studies*, 12(2), 257-278. <https://doi.org/10.1080/01419870.1989.9993634>
- De Keyser, J. (2010). Bronnen en Nieuwe Technologie voor Nieuwsgaring. In S. Paulussen & K. Raeymaeckers (Red.), *Journalisten: Profiel van een Beroepsgroep* (pp. 81-97). Geraadpleegd op <http://hdl.handle.net/1854/LU-1053421>
- De Rover, M. (2013). *Onderzoek naar de rechtbankverslaggeving in Nederland* (Masterscriptie). Geraadpleegd op www.thesis.eur.nl
- Deuze, M. (2004). *Wat is journalistiek?* Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, culture & society*, 33(1), 137-148. <https://doi.org/10.1177/0163443710386518>
- Dorfman, L., & Schiraldi, V. (2000). Off Balance: Youth, Race & Crime in the News. Building. *Center for Media*, 6, 104. Geraadpleegd op https://www.bmsg.org/wp-content/uploads/2001/04/bmsg_other_publication_off_balance.pdf
- Dubnick, M. (2005). Accountability and the promise of performance: In search of the mechanisms. *Public Performance & Management Review*, 28(3), 276-417. <https://doi.org/10.1080/15309576.2005.11051839>
- Edwards, B. (2007). *Media: Effects on attitudes toward police and fear of criminal victimization* (Doctoraalscriptie). Geraadpleegd op <https://dc.etsu.edu/etd/2048/>
- Elchardus, M. (2002). *De dramademocratie*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58. Geraadpleegd op https://is.muni.cz/el/fss/jaro2017/POL510/um/68100463/Entman_1993.pdf

- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion and U.S. foreign policy*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Ericson, R. V., Baranek, P. M., & Chan, J. B. (1991). *Representing order: Crime, law, and justice in the news media*. Milton Keynes: Open University Press.
- Eriksen, T. H. (2002). *Ethnicity and nationalism: Anthropological perspectives*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Franklin, B. (2011). Sources, Credibility and the Continuing Crisis of UK Journalism. In B. Franklin & M. Carlson (Red.), *Journalists, Sources and Credibility* (pp. 90-106). Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers. *Journal of International Peace Research*, 1, 64-90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Gamson, W.A., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *The American Journal of Sociology* 95(1), 1-37. <https://doi.org/10.1086/229213>
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Gant, C., & Dimmick, J. (2000). Making local news: A holistic analysis of sources, selection criteria, and topics. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 628-638. <https://doi.org/10.1177/107769900007700311>
- Gilliam, F. D., & Iyengar, S. (2000). Prime suspects: The influence of local television news on the viewing public. *American Journal of Political Science*, 44(3), 560–573. doi:10.2307/2669264
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Goffman, E. (1975). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.

- Grafström, M., & Windell, K. (2011). The role of infomediaries: CSR in the business press during 2000–2009. *Journal of Business Ethics*, *103*(2), 221.
doi: 10.1007/s10551-011-0862-5
- Grimmelikhuijsen, S., Porumbescu, G., Hong, B., & Im, T. (2013). The effect of transparency on trust in government: A cross-national comparative experiment. *Public Administration Review*, *73*(4), 575-586. <https://doi.org/10.1111/puar.12047>
- Gross, K. (2008). Framing persuasive appeals: Episodic and thematic framing, emotional response, and policy opinion. *Political Psychology*, *29*(2), 169-192.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00622.x>
- Gross, K., & D'Ambrosio, L. (2004). Framing emotional response. *Political Psychology*, *25*, 1–29. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00354.x>
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: does democracy still enjoy an epimistic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, *16*, 411-426.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*.
Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Hänggli, R. (2011). Key factors in frame building. In H. Kriesi (Red.), *Political Communication in Direct Democratic Campaigns* (pp. 125-142).
https://doi.org/10.1057/9780230343214_9
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, *2*(2), 261-280. <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Haynes, A. (2007). Mass Media Re-Presentations of the Social World: Ethnicity and Race. In E. Devereux (Red.), *Media Studies: Key Issues and Debates* (pp. 162–190).
Geraadpleegd op <http://books.google.nl>

- Heath, L., & Gilbert, K. (1996). Mass media and fear of crime. *American Behavioral Scientist*, 39(4), 379-386. <https://doi.org/10.1177/0002764296039004003>
- Hijmans, E., Buijs, K., & Schafraad, P., (2009). Nieuwsbronnen en de kwaliteit van de journalistiek. Een verkennende analyse van binnenlandse nieuwsonderwerpen in vier Nederlandse dagbladen. In B. Ummelen, (Red.), *Journalistiek in Diskrediet* (pp. 23-40). Geraadpleegd op <https://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/126749>
- Holt, L. F., & Major, L. H. (2010). Frame and blame: An analysis of how national and local newspapers framed the Jena Six controversy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(3-4), 582-597. <https://doi.org/10.1177/107769901008700309>
- Hoxha, A., & Hanitzsch, T. (2018). How conflict news comes into being: Reconstructing 'reality' through telling stories. *Media, War & Conflict*, 11(1), 46-64. <https://doi.org/10.1177/1750635217727313>
- Innes, M. (1999). The media as an investigative resource in murder enquiries. *British Journal of Criminology*, 39(2), 269-286. <https://doi.org/10.1093/bjc/39.2.269>
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Jackson, J. (2014). *Introducing Language and Intercultural Communication*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Jacobi, C., Van Atteveldt, W., & Welbers, K. (2016). Quantitative analysis of large amounts of journalistic texts using topic modelling. *Digital Journalism*, 4(1), 89-106. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1093271>
- Jandura, O., & Friedrich, K. (2014). The quality of political media coverage. In C. Reinemann (Red), *Political Communication* (pp. 351-373). Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Jewkes, Y. (2004). *Media and crime*. Geraadpleegd op http://jdst.sagepub.com/sage3g/sage-uk.war/peak/study/materials/reference/07350_6.1ref.pdf

- Johnston, J., & Forde, S. (2011). The silent partner: News agencies and 21st century news. *International Journal of Communication*, 5, 20. Geraadpleegd op <https://ijoc.org/index.php/ijoc>
- Jong, C. (2009). *Het persbericht als kant-en-klaar nieuwsbericht? Een onderzoek naar inhoudelijke transformaties in het proces van pers- naar nieuwsbericht* (Masterscriptie). Geraadpleegd op <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/35295>
- Jonkers, P. (2013). Zet transparantie liever in voor bekritiseerbaarheid dan voor vertrouwen. In D. Broeders et al. (Red.), *Speelruimte voor transparantere rechtspraak, WRR-verkenning 26* (pp. 449-470). Geraadpleegd op <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/33898/445118.pdf?sequence=1#page=450>
- Kiousis, S., Kim, S. Y., McDevitt, M., & Ostrowski, A. (2009). Competing for attention: Information subsidy influence in agenda building during election campaigns. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(3), 545-562. <https://doi.org/10.1177/107769900908600306>
- Kiousis, S., Mitrook, M., Wu, X., & Seltzer, T. (2006). First- and second-level agenda-building and agenda-setting effects: Exploring the linkages among candidate news releases, media coverage, and public opinion during the 2002 Florida gubernatorial election. *Journal of Public Relations Research*, 18(3), 265-285. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1803_4
- Kleinnijenhuis, J. (2004). *Media, mores en macht*. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Kleinnijenhuis, J., Oegema, J. D., de Ridder, J. A., & Bos, H. (1995). *De democratie op drift [Democracy adrift]*. Amsterdam: VU-Uitgeverij.
- Klerks, P. P. H. M. (2006). *In het belang van het onderzoek!* [Oratie]. Geraadpleegd op <https://www.politieacademie.nl/kennisonderzoek/kennis/mediatheek/PDF/38828.pdf>
- Knight, M. (2011). *The Origin of Stories: How Journalists Find and Create News in an Age of Social Media, Competition and Churnalism*. UK: Cardiff.

- Kriesi, H. (2012). Personalization of national election campaigns. *Party Politics*, 18(6), 825–844. <https://doi.org/10.1177/1354068810389643>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Lee, M., & McGovern, A. (2013). Force to sell: Policing the image and manufacturing public confidence. *Policing and Society*, 23(2), 103-124. <https://doi.org/10.1080/10439463.2011.647913>
- Lefever, K., Wauters, E., & Valcke, P. (2013). *Mediapluralisme in de EU – Vergelijkende studie van meetsystemen in Europa en de Verenigde Staten (deel 2)*. Geraadpleegd op http://www.steunpuntmedia.be/wp-content/uploads/2013/10/Monitoring_ICRI_NL.pdf
- Lembrechts, L. (2007). Het onveiligheidsgevoel als media-effect. Inspiratie voor een theoretisch model. *Tijdschrift voor Criminologie*, 3, 277-290.
- Lewis, J., Williams, A., & Franklin, B. (2008). Four rumours and an explanation: A political economic account of journalists' changing newsgathering and reporting practices. *Journalism Practice*, 2(1), 27-45. <https://doi.org/10.1080/17512780701768493>
- Lijphart, A. (1968). *Verzuiling, pacificatie en kentering in de Nederlandse politiek*. Haarlem: Becht.
- Lippmann, W. (1965). *Public Opinion*. Geraadpleegd op <http://www.howardnema.com/wp-content/uploads/2016/08/lippmann.pdf>
- Maat, H. P., & De Jong, C. (2013). How newspaper journalists reframe product press release information. *Journalism*, 14(3), 348-371. <https://doi.org/10.1177/1464884912448914>
- Manssens, J., & Walgrave, S. (1998). *Populair en/of kwaliteit?: de Vlaamse pers over de zaak-Dutroux*. [Paper]. Geraadpleegd van Departement Politieke en Sociale Wetenschappen, Universiteit Antwerpen via <http://uahost.uantwerpen.be/psw/pswpapers/PSWpaper%201998-10%20walgrave.pdf>
- Maras, S. (2013). *Objectivity in journalism*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>

- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* London: Sage Publications.
- McManus, J. H. (2009). The Commercialization of News. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 218-233). New York: Routledge.
- McQuail, D. (2000). Some reflections on the western bias of media theory. *Asian Journal of Communication*, 10(2), 1-13. <https://doi.org/10.1080/01292980009364781>
- Meijer, I. C. (2003). What Is Quality Television News? A plea for extending the professional repertoire of newsmakers. *Journalism Studies*, 4(1), 15-29.
doi:10.1080/14616700306496
- Mellado, C., & Lagos, C. (2014). Professional roles in news content: Analyzing journalistic performance in the Chilean national press. *International Journal of Communication*, 8, 23. Geraadpleegd op <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2651/1191>
- Miller, J., Davis, R. C., Henderson, N. J., MarkoviC, J., & Ortiz, C.W. (2003). *Public opinions of the police: the influence of friends, family, and news media*. Geraadpleegd op <https://www.ncjrs.gov/App/Publications/abstract.aspx?ID=205619>
- Monroe, B. L., Colaresi, M. P., & Quinn, K. M. (2008). Fightin'words: Lexical feature selection and evaluation for identifying the content of political conflict. *Political Analysis*, 16(4), 372-403. <https://doi.org/10.1093/pan/mpn018>
- Mossberger, K., Wu, Y., & Crawford, J. (2013). Connecting citizens and local governments? Social media and interactivity in major US cities. *Government Information Quarterly*, 30(4), 351-358. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.016>
- Murdock, G. & Golding, P. (2005). Culture, Communications and Political Economy. In J. Curran & M. Gurevitch (Red.), *Mass Media and Society* (pp. 60-83). London: Hodder Arnold.
- Newburn, T., & Jones, T. (2007). Symbolizing crime control: Reflections on zero tolerance. *Theoretical criminology*, 11(2), 221-243. doi: 10.1177/1362480607075849

- Nice, L. (2007). Tabloidization and the teen market: Are teenage magazines dumberer than ever? *Journalism Studies*, 8, 117-136. <https://doi.org/10.1080/14616700601056882>
- Nix, J., & Wolfe, S. E. (2017). The impact of negative publicity on police self-legitimacy. *Justice quarterly*, 34(1), 84-108. <https://doi.org/10.1080/07418825.2015.1102954>
- Olinto, B. (2018). *Framing international crises: A comparative analysis of media texts on the Venezuelan collapse* (Masterscriptie). Ryerson University, Toronto.
- Openbaar Ministerie (z.d.-a). *Beleid en straffen*. Geraadpleegd op 2 januari 2020, van <https://www.om.nl/onderwerpen/beleidsregels>
- Openbaar Ministerie. (z.d.-b). *Opsporingsberichtgeving*. Geraadpleegd op 2 januari 2020, van <https://www.om.nl/onderwerpen/opsporingsberichtgeving>
- Overheid. (2012, 1 mei). *Aanwijzing voorlichting opsporing en vervolging* [Beleidsregel]. Geraadpleegd op <https://wetten.overheid.nl/BWBR0031507/2012-05-01>
- Patterson, T. E. (2000). *Doing Well and Doing Good*. Cambridge: Harvard University Press. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.257395>
- Phillips, A. (2010). Transparency and the new ethics of journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 373-382. <https://doi.org/10.1080/17512781003642972>
- Pinto, D. (2004). *Beeldvorming en integratie*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Plaisance, P. L., & Deppa, J. A. (2009). Perceptions and manifestations of autonomy, transparency and harm among US newspaper journalists. *Journalism & Communication Monographs*, 10(4), 327-386. <https://doi.org/10.1177/152263790901000402>
- Plaisance, P. L., & Skewes, E. A. (2003). Personal and professional dimensions of news work: Exploring the link between journalists' values and roles. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(4), 833-848. <https://doi.org/10.1177/107769900308000406>

- Politie. (2020, 15 januari). *Meer misdrijven in 2019, daders steeds jonger*. Geraadpleegd op 20 januari 2020, van <https://www.politie.nl/nieuws/2020/januari/15/cijfers.html>
- Post, H. M. (2011). Beeldvorming, taal en werkelijkheid: Het woord is een machtige heerser. *Human*, 23-27. Geraadpleegd op <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/338199>
- Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2003). *Medialogica. Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek*. Den Haag: Sdu.
- Reese, W. J. (2011). *America's public schools: From the common school to "no child left behind"*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016). Media Sociology and the Hierarchy of Influences Model: A levels-of-analysis perspective on the networked public sphere. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389-410.
<http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>
- Reich, Z. (2006). The process model of news initiative. Sources lead first, reporters thereafter. *Journalism Studies*, 7(4). <https://doi.org/10.1080/14616700600757928>
- Reich, Z. (2009). *Sourcing the news. Key issues in a journalism. An innovative study of the Israeli press*. Cresskill (NJ): Hampton Press.
- Reich, Z. (2011). Source Credibility and Journalism, Between Viscera and Discretionary Judgment. *Journalism Practice*, 5(1), 51-67.
<https://doi.org/10.1080/17512781003760519>
- Reichert, F. (2013). Press Reports about Causes of Juvenile Crime and Associated Claims in the German Press International. *Journal of Criminology and Sociology*, 2, 328-347.
Geraadpleegd op <http://www.lifescienceglobal.com/pms/index.php/ijcs/article/view/1156>
- Rennen, T. (2000). *Journalistiek als kwestie van bronnen*. Delft: Eburon.
- Riff, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>

- Robinson, S. (2007). "Someone's gotta be in control here" The institutionalization of online news and the creation of a shared journalistic authority. *Journalism Practice*, 1(3), 305-321. <https://doi.org/10.1080/17512780701504856>
- Ruigrok, N., Gagestein, S., Van Atteveldt, W., Slotboom, A., & Jacobi, C. (2014). *Jeugdcriminaliteit en Media: Een onderzoek naar de berichtgeving over jeugdcriminaliteit in een veranderd medialandschap*. Amsterdam: LSJ Media Research. Geraadpleegd op <https://research.vu.nl/en/publications/jeugdcriminaliteit-en-media-een-onderzoek-naar-de-berichtgeving-o>
- Ruigrok, N., Kester, B., Scholten, O., Ismaili, N., & Goudswaard, M. (2011). Rechtspraakverslaggeving in een veranderend medialandschap. *Research Memoranda Raad voor de Rechtspraak*, 7(5), 1-165.
- Ruigrok, N., Schaper, J., Welbers, K., Denekamp, M., Jacobi, C., & Huiberts, E. (2013). Het Nederlandse Media Landschap Een Papegaaiencircuit. *Onderzoeksrapport van de Nederlandse Nieuwsmonitor*. Amsterdam: Stichting het Persinstituut.
- Ruigrok, N., Schaper, J., Welbers, K., Janssen, K., Jacobi, C., & Van der Beek, P. (2012). *Medialogica in campagnetijd: Een analyse van de berichtgeving in de Nederlandse media tijdens de verkiezingscampagne van 2012*. Geraadpleegd op <http://nieuwsmonitor.org/wp-content/uploads/Medialogica1.pdf>
- Ruigrok, N., Van Atteveldt, W., Gagestein, S., & Jacobi, C. (2017a). Media and juvenile delinquency: A study into the relationship between journalists, politics, and public. *Journalism*, 18(7), 907-925. <https://doi.org/10.1177/1464884916636143>
- Ruigrok, N., Van Atteveldt, W., Gagestein, S., & Van Keulen, R. (2017b). '15 minutes of fame': De invloed van Nederlandse media tijdens de verkiezingscampagne van 2017. Geraadpleegd op <http://nieuwsmonitor.org/15-minutes-of-fame/>
- Sacco, V. (1995). Media constructions of crime. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 539, 141–154. <https://doi.org/10.1177/0002716295539001011>
- Saeys, F., Lits, M., Devroe, I., Grammens, D., & Destrebecq, J. (2007). *De berichtgeving over allochtone minderheden in de Belgische media. La représentation des minorités*

- ethniques dans les médias Belges*. Gent: Centrum voor gelijkheid van kansen en voor racismebestrijding.
- Salton, G., & Harman, D. (2003). Information retrieval. *Encyclopedia of Computer Science*, 21, 858–863. doi: 10.5555/1074100.1074478
- Schaap, G. J., & Pleijter, A. R. J. (2012). Het sensatiegehalte van voorpaginafoto's: Een inhoudsanalyse van populaire en kwaliteitskranten in Nederland. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 40, 71-86. Geraadpleegd op <https://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/102585>
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 2&3(3), 297-316. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0323_07
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication*, 57(1), 9-20. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326_5.x
- Schipper, A. (2016). Berichtgeving over slachtoffers. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 41(3). Geraadpleegd op https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl/inhoud/tijdschrift_artikel/CW-41-3-251/Berichtgeving-over-slachtoffers
- Scholten, O. (1982). *Krant en Democratie*. Amsterdam: VU Boekhandel.
- Scholten, O., & Ruigrok, N. (2006). *Continue monitor 2005. Rapport van de Nederlandse Nieuwsmonitor*. Amsterdam: Stichting het Persinstituut.
- Scholten, O., & Ruigrok, N. (2009). *Bronnen in het nieuws. Een onderzoek naar brongebruik in Nederlandse dagbladen 2006-2008*. Amsterdam: Nederlandse Nieuwsmonitor.

- Schoneveld, M. (1998). *De macht van misdaadnieuws: over het totstandkomen van misdaadnieuws en de invloed hiervan op onveiligheidsgevoelens* (Doctoraalscriptie). Geraadpleegd op www.politieacademie.nl
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2(2), 149-170. <https://doi.org/10.1177/146488490100200201>
- Schudson, M. (2003). *Sociology of News*. New York: Norton.
- Schultz, I. (2007). The journalistic gut feeling: Journalistic doxa, news habitus and orthodox news values. *Journalism Practice*, 1(2), 190-207. doi:10.1080/17512780701275507
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (1998). The impact of attentiveness on political efficacy: Evidence from a three-year German panel study. *International Journal of Public Opinion Research*, 10(3), 195-210. <https://doi.org/10.1093/ijpor/10.3.195>
- Shadid, W. (1994). *Beeldvorming: de verborgen dimensie bij interculturele communicatie*. Geraadpleegd op <http://www.interculturelecommunicatie.com/download/beeldvorming.pdf>
- Shadid, W. (2005). Berichtgeving over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën/Muslims and Islam in Western Media. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 33(4), 330. Geraadpleegd op <https://www.interculturelecommunicatie.com/download/westerse%20media%20en%200islam.pdf>
- Shoemaker, P. J., & Cohen, A. A. (2006). *News around the World. Content, Practitioners, the Public*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1991). *Mediating the message*. White Plains, NY: Longman.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: Theories of influence on mass media content*. New York: Routledge.

- Shoemaker, P. J., Vos, T. P., & Reese, S. D. (2009). Journalists as gatekeepers. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies* (pp. 93-107). Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Sibon, S. (2004). *Berichtgeving over allochtonen en criminaliteit* (Masterscriptie). Geraadpleegd op www.kennislink.nl
- Sigal, L. V. (1973). *Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking*. Lexington Massachusetts: DC Heath.
- Singer, J. B. (2005). The political j-blogger: ‘Normalizing’ a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, 6(2), 173-198. <https://doi.org/10.1177/1464884905051009>
- Skovsgaard, M., Albæk, E., Bro, P., & de Vreese, C. (2013). A reality check: How journalists’ role perceptions impact their implementation of the objectivity norm. *Journalism*, 14(1), 22-42. <https://doi.org/10.1177/1464884912442286>
- Sterk, G. & Fun Liu, S. (2004). *Rapport kijkerspanel Nieuws en Actualiteiten 2003*. Utrecht: Mira Media.
- Stevens, L. (2010). Strafzaken in het nieuws: over ontsprende media en de verantwoordelijkheid van het Openbaar Ministerie [Court cases in the news: about media that get off the track and the responsibility of the Public Prosecution Service]. *Nederlands Juristenblad*, 85(11), 660-665. Geraadpleegd op www.research.vu.nl
- Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Surette, R. (2015). Performance crime and justice. *Current Issues in Criminal Justice*, 27(2), 195-216. <https://doi.org/10.1080/10345329.2015.12036041>
- Thaler, R., & Sunstein, C.R. (2008). Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness. *Constitutional Political Economy*, 19, 356-360. <https://doi.org/10.1007/s10602-008-9056-2>

- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679.
<https://doi.org/10.1086/225193>
- Tyler, T. R. (1984). Assessing the risk of crime victimization: The integration of personal victimization experience and socially transmitted information. *Journal of Social Issues*, 40, 27-38. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1984.tb01080.x>
- Tyler, T. R., & Wakslak, C. J. (2004). Profiling and police legitimacy: Procedural justice, attributions of motive, and acceptance of police authority. *Criminology*, 42(2), 253-282. <https://doi.org/10.1111/j.1745-9125.2004.tb00520.x>
- Uribe, R., & Gunter, B. (2004). Research note: The tabloidization of British tabloids. *European Journal of Communication*, 19(3), 387-402.
<https://doi.org/10.1177/0267323104045265>
- Van Atteveldt, W., Ruigrok, N., & Kleinnijenhuis, J. (2005). *Associative framing*.
 Geraadpleegd op
http://vanatteveldt.com/wpcontent/uploads/SSCORE_vanatteveldtetal.pdf
- Van Atteveldt, W., Ruigrok, N., Takens, J., & Jacobi, C. (2014). *Inhoudsanalyse met AmCAT*. Geraadpleegd op
<http://vanatteveldt.com/wp-content/uploads/amcatbook.pdf>
- Van Beek, K., Rouw, R., & Schillemans, T. (2006). Medialogica: Oorzaken, gevolgen en remedies/Media logic: Causes, consequences and remedies. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34(2), 133. Geraadpleegd op
<https://www-tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap-nl.eur.idm.oclc.org/>
- Van den Berg, H., & Van den Veer, K., (1986). *Ideologie en massamedia*. Amsterdam: VU Uitgeverij.
- Van der Eijk, C. (2000). The Netherlands: Media and politics between segmented pluralism and market forces. In: R. Gunter & A. Mughan. *Democracy and the media: A comparative perspective* (pp. 303-342). Geraadpleegd op <http://books.google.nl>

- Van der Veen, G.N.G. (2011). *Trial by media. Stereotypering van daders en slachtoffers*. Geraadpleegd op <http://hdl.handle.net/1887/16630>
- Van Dijk, T. A. (1991). Discourse and the denial of racism. *Discourse & Society*, 3(1), 87-118. <https://doi.org/10.1177/0957926592003001005>
- Van Dijk, T.A. (1993). *Elite discourse and racism*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Van Erp, J. (2011). "Boeven vangen" via internet. Beelden over criminaliteit in opsporingsberichtgeving. *Tijdschrift over Cultuur en Criminaliteit*, 1, 51-70. Geraadpleegd op <https://repub.eur.nl/pub/31655/>
- Van Gestel, B. V. (2006). *Nieuws, beleid en criminaliteit: over de wisselwerking tussen lokale media en criminaliteitsbestrijders* (Proefschrift). Geraadpleegd op <http://hdl.handle.net/1887/4543>
- Van Gestel, B. V. (2013). Media en de roep om een harde aanpak van criminaliteit. In A. Dormaels & M. Easton (Red.), *Het debat geopend* (pp. 77-82). Geraadpleegd op <https://core.ac.uk/download/pdf/90988767.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. <https://doi.org/10.1177/0267323105058253>
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication* 57, 60-78. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00329_3.x
- Van Gunsteren, H. (1998). *A theory of citizenship*. Boulder: Westview Press.
- Van Leuven, S., Deprez, A., & Raeymaeckers, K. (2014). Towards more balanced news access? A study on the impact of cost-cutting and Web 2.0 on the mediated public sphere. *Journalism*, 15(7), 850– 867. <https://doi.org/10.1177/1464884913501837>
- Van Praag, P. (2001). Media en openbaar bestuur: de uitdaging van de interpreterende journalistiek. *Bestuurskunde*, 10, 1-11. Geraadpleegd op <https://hdl.handle.net/11245/1.191625>

- Van Praag, P., & Brants, K. (2014). *Media, macht en politiek: De verkiezingscampagne van 2012*. Diemen: Uitgeverij AMB.
- Van Spanje, J. H. P., & De Vreese, C. H. (2013). De rechtspraak in de media: drie negatieve trends. In D. Broeders et al. (Red.), *Speelruimte voor transparantere rechtspraak, WRR-verkenning*, 26, 413-449. Geraadpleegd op <https://hdl.handle.net/11245/1.406212>
- Veul, R. M., van Charldorp, T. C., & Soudijn, M. R. (2017). Online public response to Dutch news about money laundering. *European Journal on Criminal Policy and Research*, 23(2), 227-244. doi: 10.1007/s10610-016-9315-0
- Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden. (2010, 10 juni). Geraadpleegd op <https://wetten.overheid.nl/BWBV0001000/2010-06-10>
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A gatekeeper among gatekeepers: News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, 19(3), 315-333. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190663>
- Westerståhl, J., & Johansson, F. (1994). Foreign news: News values and ideologies. *European Journal of Communication*, 9(1), 71-89. <https://doi.org/10.1177/0267323194009001004>
- White, D. M. (1950). The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism quarterly*, 27(4), 383-390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Witschge, T. (2012). Transforming journalistic practice. In C. Peters, & M. J. Broersma (Red.), *Rethinking Journalism* (pp. 160–172). Geraadpleegd op <http://books.google.nl>
- Wittebrood, K., & Nieuwbeerta, P. (2006). Een kwart eeuw stijging in geregistreerde criminaliteit: Vooral meer registratie, nauwelijks meer criminaliteit. *Tijdschrift voor Criminologie*, 49(3), 1. Geraadpleegd op <https://search.proquest.com/docview/882774347?accountid=13598>

Wolfsfeld, G. (1997). Promoting peace through the news media: Some initial lessons from the Oslo peace process. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 2(4), 52-70.
<https://doi.org/10.1177/1081180X97002004005>

Wolfsfeld, G. (2014). *Making sense of media and politics: Five principles in political communication*. Geraadpleegd op <http://books.google.nl>

Wu, Y. (2010). College students ' evaluation of police performance: a comparison of Chinese and Americans. *Journal of Criminal Justice*, 38, 773 – 780.
<https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2010.05.004>

Appendix A: Zoekterm totale dataset en betrouwbaarheid

Zoekterm precision: “Openbaar Ministerie”

Gevonden artikelen: 17.235 artikelen

Zoekterm recall: “het OM” NOT “Openbaar Ministerie”

Niet-gevonden artikelen: 40.007 artikelen

Steekproef		Relevant		Totaal
		Ja	Nee	
Gevonden	Ja	54	6	60
	Nee	7	53	60

Percentage		Relevant		Totaal
		Ja	Nee	
Gevonden	Ja	90%	10%	100%
	Nee	12%	88%	100%

Hele populatie		Relevant		Totaal
		Ja	Nee	
Gevonden	Ja	$0.90 \times 17.235 = 15.511$	$0.10 \times 17.235 = 1.724$	17.235
	Nee	$0.12 \times 40.007 = 4.801$	$0.88 \times 40.007 = 35.206$	40.007

Precision = $54/60 = 0.9$

Recall = $15.511 / (15.511 + 4.801) = 0.76$

Appendix B: Structural Topic Modelling

De *Structural Topic Modelling* maakt het mogelijk om onderwerpen, gebeurtenissen en issues te traceren in berichtgeving rondom het OM. Voor een dataset van ruim 17.000 artikelen is gekozen voor 20 topics, waarbij er bij het indelen van de topics 13 topics zijn overgebleven. Dit betekent dat 7 topics overblijven. Daarvan zijn er een aantal topics samengevoegd tot overkoepelende topics. Dat zijn de topics ‘Criminele organisaties en specifieke strafzaken’, ‘Levensmisdrijven en geweld’ en ‘Ondernemingsstrafrecht’. Twee topics zijn eruit gefilterd omdat de getraceerde woorden met betrekking tot die topics niets zeggen over de dataset.

Om inzicht te krijgen in de manier waarop de getraceerde onderwerpen in berichtgeving zijn voortgekomen, zijn hieronder per opgestelde topic de meest frequente woorden gepresenteerd:

Topic	Meest frequente woorden
Beleid en strafrecht	rechtspraak, strafrecht, raad, strafbeschikking, boete, uber, wet
Buitenland	Trump, Erdogan, president, New, Schotte, regering, EU
Criminele organisaties en specifieke strafzaken	Strafzaak Marengo (Mocro Maffia): Nabil, Taghi, Ridouan, Marengo, Wiersum Strafzaak Volkert van der G: Justitie, Volkert, Van, mediaverbod, Roermond, G., der Strafzaak Holleeder: Holleeder, Astrid, Endstra, Heinekenontvoerder, dino, Vries, Sonja Strafzaak Geert Wilders: Wilders, zaak-Wilders, Geert, PVV-leider, Marokkanen, gemeenteraad, discriminatie
Drugsmisdrijven	haven, coffeeshop, container, kilo, NVWA, douane, cocaïne
Euthanasie en hulp bij zelfdoding	patiënt, euthanasie, arts, Heringa, dementie, Ross, toetsingscommissie
Levensmisdrijven en geweld	celstraf, P., cel, gevangenisstraf, Wilco, Henriquez, Insiya, spuit, Nadia, nekklem
MH17	Demmink, Rusland, Nimwegen, MH17, ramp, Oekraïne, defensie

Motorclubs	Otto, Bouman, Surrender, Bandidos, motorclub, Satudarah, Hells
Politiek	Kamer, Tweede, Opstelten, Grapperhaus, kabinet, minister, Kamermeerderheid
Schietincidenten en openbare orde misdrijven	overval, overvaller, agent, geweld, juwelier, Humeyra, autobrand
Seksuele misdrijven	seks, zedenzaak, misbruik, ontucht, kinderporno, aanranding, mensenhandel
Terrorisme	Syrië, jihadist, kalifaat, IS, Syriëganger, jihad, Irak, strijdgebied
Ondernemingsstrafrecht	ING, SBM, onderzoek, schikking, Shell, Ballast wedstrijd, KNVB, Ajax, matchfixing, stadion, Eurlings, verbod

Hieronder zijn voorbeelden weergegeven van verschillende teksten waarin de woorden in kleur een cluster vormen. De onderste twee teksten betreffen woorden met verschillende kleuren die aangeven dat meerdere clusters in een tekst voorkomen.

„Van die 170 Nederlanders die nog in Syrië en Irak zijn, weten de inlichtingendiensten wel ongeveer waar ze nu zitten. Maar er vechten ook duizenden Tunesiërs en andere Noord-Afrikanen mee met IS , die willen of kunnen straks niet allemaal terug naar hun eigen land." Tunesië weigert ook vaak door andere landen uitgewezen Tunesiërs op te nemen. Dat gebeurde ook met de afgewezen asielzoeker Anis Amri, die daarna een aanslag pleegde op een kerstmarkt in Berlijn. Het Openbaar Ministerie gaat er meer werk van maken om Nederlandse jihadisten te vervolgen die in strijdgebieden verblijven.	Atletiektrainer Jerry M. (59) is maandag aangehouden op verdenking van aanranding en ontucht met minderjarigen. In vijfendertig jaar tijd zou hij zeker negen meisjes hebben misbruikt . Tot nu toe zijn vier aangiftes tegen M. gedaan. Het Openbaar Ministerie (OM) opende begin dit jaar een onderzoek naar de man, nadat hij vorige zomer seksueel misbruik bekende tegen de tuchtcommissie van het Instituut Sportrechtspraak.
In Duitsland is een 27-jarige man aangehouden die wordt verdacht van betrokkenheid bij de overval op juwelier Goldies in Deurne. Het Openbaar Ministerie heeft dat gisteren bekendgemaakt. Bij de overval op 28 maart werden twee andere overvallers doodgeschoten . Het Openbaar	De aanhouding van Rico valt niet los te zien van het geweld dat gepaard gaat met de cocainesmokkel . Er is sprake van een langlopend conflict dat escaleerde na een schietpartij in Amstelveen op 22 mei 2014. Het was al bijna donker toen Gwenette Martha op donderdagavond een shoarmatent

Ministerie onthulde tevens dat de verdachte al langer (**internationaal**) werd gezocht. Verhalen over de betrokkenheid van een derde of zelfs vierde **overvaller** gingen al langer.

aan de Amsterdamseweg verliet. Vanuit het niets werd met een kalasjnikov een **kogelregen** op hem afgevuurd. **Martha overleed** ter plaatse. Volgens Het Parool vond de lijkschouwer 80 **kogels** in zijn lichaam. **Martha** werd al jaren in verband gebracht met drugshandel. De geboren Antilliaan zou een prominente rol hebben gespeeld in een drugsconflict dat aanleiding was voor de zogenoemde **mocro-oorlog**. Het OM tuigde na de **gewelddadige moord** een speciaal onderzoeksteam op naar ‘de criminele erven’ van **Gwenette Martha**.

Appendix C: Zoekterm associatief framing en betrouwbaarheid

Zoekterm precision: Marok* NOT Wilders

Gevonden artikelen: 525 artikelen

Zoekterm recall: * NOT (Marok* NOT Wilders)

Niet-gevonden artikelen: 16.710 artikelen

Steekproef		Relevant		Totaal
		Ja	Nee	
Gevonden	Ja	55	5	60
	Nee	0	60	60

Percentage		Relevant		Totaal
		Ja	Nee	
Gevonden	Ja	92%	8%	100%
	Nee	0%	100%	100%

Hele populatie		Relevant		Totaal
		Ja	Nee	
Gevonden	Ja	$0.92 \times 525 = 483$	$0.08 \times 525 = 42$	525
	Nee	$0 \times 17.235 = 0$	$1 \times 17.235 = 17.235$	17.235

Precision = $55/60 = 0.92$

Recall = $483/(483+0) = 1$

Appendix D: Codeerinstructie

Dit codeboek dient voor de handmatige inhoudsanalyse en bestaat uit drie delen: soort misdrijf, citaten en framing. Voor ieder artikel dienen de drie onderdelen gecodeerd te worden. Aan het begin van ieder onderdeel staat een korte instructie beschreven.

Soort misdrijf	
Geef per artikel aan welk soort misdrijf het bericht omvat. Als een bericht meerdere soorten misdrijven behelst, dient er maximaal drie soorten misdrijven ingevuld te worden, op volgorde dat ze in het bericht voorkomen.	
Misdrijf	Antwoord
Vermogensmisdrijf: diefstal, inbraak, roven, oplichting, valsheidsmisdrijf, heling, afpersing, bankbreuk, witwassen etc.	Ja = 1 Nee = 0
Vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag: vernielingen van openbare orde, openlijk geweldpleging tegen persoon of goed, huisvredebreuk, lokaalvredebreuk, computervredebreuk, discriminatie, brandstichting, niet opvolgen ambtelijk bevel, valse aangifte, verblijf ongewenste vreemdeling etc.	Ja = 1 Nee = 0
Gewelds- en seksuele misdrijf: mishandeling, bedreiging en stalking, aanranding, verkrachting, ontucht met minderjarige, pornografie, levensmisdrijf, mensenhandel, mensensmokkel, vrijheidsbeneming/gijzeling, afpersing, etc.	Ja = 1 Nee = 0
Verkeersmisdrijven: verlaten plaats van ongeval, rijden onder invloed, rijden tijdens ontzegging of rijverbod, voeren vals kenteken, joyriding, weigeren blaastest of bloedonderzoek etc.	Ja = 1 Nee = 0
Drugsmisdrijven: het bereiden, bewerken, verwerken, verkopen, afleveren, verstrekken, vervoeren of bezitten van hard- of softdrugs	Ja = 1 Nee = 0
Wapenmisdrijven: wapenbezit of wapenhandel	Ja = 1 Nee = 0
Overig:	Ja = 1 Nee = 0

alle overige misdrijven die niet vallen onder bovenstaande misdrijven, zoals oorlogsmisdrijven of euthanasie/hulp bij zelfdoding.		
Citaten		
Geef per artikel aan welke van de onderstaande bronnen geciteerd worden. Als een bericht meerdere citaten van verschillende bronnen behelst, dienen alle bronnen ingevuld te worden. Ook halve citaten en woordgroepen die tussen aanhalingstekens staan en die afkomstig zijn van een bron, worden als citaat beschouwd. Als dezelfde bron twee keer of meer geciteerd wordt, wordt dit als één citaat aangemerkt.		
Bron		Antwoord
Experts en maatschappelijke bronnen <ul style="list-style-type: none"> • experts: hoogleraren of deskundigen op het gebied van criminaliteit • maatschappelijke bronnen: burgers, belangenorganisaties of NGO's • media: journalisten, hoofdredacties of andere media 		Ja = 1 Nee = 0
Betrokkenen <ul style="list-style-type: none"> • dader: dader, betrokkenen van dader uit zijn/haar omgeving of advocaat • slachtoffer: slachtoffer, betrokkenen van slachtoffer uit zijn/haar omgeving of advocaat 		Ja = 1 Nee = 0
Overheid <ul style="list-style-type: none"> • politiek: politieke partijen, de Tweede Kamer of individuele politici • lokaal bestuur: gemeentelijk, provinciaal bestuur of burgemeesters • overheidsinstanties: ministeries inclusief de bewindslieden, overige overheidsinstanties 		Ja = 1 Nee = 0
Orde- en rechtshandhavingsactoren <ul style="list-style-type: none"> • politie: hoofdcommissarissen of individuele vertegenwoordigers • justitie: Officier van Justitie, persvoorlichter/woordvoerder OM, rechters en individuele vertegenwoordigers van deze organen 		Ja = 1 Nee = 0
Framing		
Beantwoordt per artikel de onderstaande vragen. Als één of meerdere vragen per frame met ja beantwoord kan worden, bevat het bericht het betreffende frame. De frames worden onafhankelijk van elkaar gecodeerd, wat betekent dat een bericht meerdere frames kan bevatten.		
Thematisch en episodische focus		
Focus	Stelling	Antwoord
Thematisch (Ruigrok et al., 2014)	Ligt de focus op cijfers rondom criminaliteit? Bijvoorbeeld: - een trend, stijging, daling in criminaliteit, etc.	Ja = 1 Nee = 0

	<p>Ligt de focus op aspecten van beleid?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - de doelstelling van de organisatie wordt benadrukt; - het gaat over beleid/wetten en regels om criminaliteit te identificeren of op te lossen; - voor het identificeren of bepaalde beleidsmaatregelen zullen werken of dat bestaande beleidsmaatregelen effectief zijn. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Ligt de focus op (maatschappelijke) ontwikkelingen?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - hoe criminaliteit zich heeft ontwikkeld; - welke impact criminaliteit of een dader heeft op de maatschappij; - een misdaad wordt in een breder context geplaatst, etc. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
<p>Episodische (Ruigrok et al., 2014)</p>	<p>Ligt de focus op één of meerdere strafrechtelijk incident(en) door een verdachte?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt verteld welk strafbaar feit is gepleegd. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>

Issue-specific frames

Frame	Vraag	Antwoord
<p>Succesframe (Veul et al., 2017)</p>	<p>Benadrukt het bericht dat er een arrestatie heeft plaatsgevonden, dat eventueel als prestatie of succes wordt gepresenteerd?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt benadrukt dat iemand is gearresteerd; - er wordt benadrukt dat arrestatie na moeilijkheden toch is geslaagd. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Benadrukt het bericht dat er een afpakactie heeft plaatsgevonden, dat eventueel als prestatie of succes wordt gepresenteerd?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vondst van drugs of geldbiljetten/bedragen. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Benadrukt het bericht dat er een onderzoek is afgerond, dat eventueel als prestatie of succes wordt gepresenteerd?</p>	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
<p>Gezagsframe (Van Erp, 2011)</p>	<p>Wordt de autoriteit van het OM benadrukt?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - het OM gaat in hoger beroep, doordat het niet eens is met de uitspraak van de rechter o.i.d.; 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - iemand neerschieten bij gevaar; - het OM wordt ingeschakeld door andere instituten voor strafbare zaken. 	
	<p>Ligt de focus op de opsporing door het OM?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt benadrukt dat er een onderzoek loopt; - het OM wil geen informatie kwijt in belang van het onderzoek; - verdachte zit nog vast in afwachting van het onderzoek. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Ligt de nadruk op de prioriteiten of werkwijze van het OM?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt benadrukt hoe de dader is opgespoord; - er wordt benadrukt waarom er onderzoek loopt naar of opsporing is voor deze zaak; - er wordt benadrukt hoe het onderzoek wordt uitgevoerd. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Wordt de kijker/lezer gevraagd reeds bekende informatie te melden?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt een oproep gedaan om aangifte te doen; - er wordt een oproep aan getuigen gedaan om informatie te geven. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
Slachtofferframe (Van Erp, 2011)	<p>Gaat het artikel in op het slachtoffer?</p>	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Geeft het artikel informatie over de wijze waarop het slachtoffer of nabestaanden het delict of de nasleep ervan heeft ervaren?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt verteld hoe het eraan toe gaat bij het slachtoffer of een de nabestaande; - er komt een slachtoffer of een nabestaande aan het woord. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
Handhavingsframe (Van Erp, 2011)	<p>Gaat het artikel (gedeeltelijk) over de dader en/of misdaad?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt ingegaan op wie de dader is; - er wordt ingegaan op welke misdaad is gepleegd; - er wordt ingegaan op hoe de misdaad is gepleegd. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Wordt er gesproken over de jacht op de dader?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p>	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - er wordt ingegaan op hoe de dader is aangehouden/opgespoord; - er wordt benadrukt dat de dader nog wordt gezocht. 	
	<p>Ligt de focus op de bestrafing van de dader?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - de strafeis van het OM wordt benadrukt; - de verdachte moet langer vastzitten voor verdere onderzoek. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Gaat het artikel in op het optimaal benutten van opsporen en vervolgen van strafbare feiten (ook wanneer er benadrukt wordt dat het OM afhankelijk is van wetten/beleid en procedures)?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - er wordt benadrukt dat het OM wegens gebrek aan bewijs geen bepaalde straf kan opleggen; - er wordt benadrukt dat het OM te maken heeft met bepaalde procedures waardoor de zaak geseponeerd moet worden of geen straf geëist kan worden; - er wordt vermeld dat er “uitgebreid” onderzoek wordt/is uitgevoerd, etc. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
<p>Politieke frame (Boydston et al., 2013)</p>	<p>Worden er politieke overwegingen gemaakt die betrekking hebben op criminaliteit?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - het probleem/criminaliteit wordt vanuit een standpunt van politieke partij of politicus benaderd. 	<p>Ja = 1</p> <p>Nee = 0</p>
	<p>Worden er expliciete verklaringen gedaan vanuit een bepaalde politieke partij of politicus dat een beleidskwestie goed of slecht is voor de maatschappij?</p> <p>Bijvoorbeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> - roep om harde aanpak door een politicus of politieke partij - roep om nieuw beleid op te stellen door een politicus of politieke partij 	

Appendix E: Intercodeurbetrouwbaarheid misdAADcategorieën

Vermogensmisdrijven		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	12	0	12
	Nee	0	38	38
Totaal (Σ)		12	38	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $12/50 = 0.24 = 24\%$

Codeur 1 kans nee = $38/50 = 0.76 = 76\%$

Codeur 2 kans ja = $12/50 = 0.24 = 24\%$

Codeur 2 kans nee = $38/50 = 0.76 = 76\%$

$$Pr(e) = (0.24 \times 0.24) + (0.76 \times 0.76) = 0.058 + 0.578 = 0.636$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.636) / (1 - 0.636) = 0.364 / 0.364 = 1$$

Vernielingen en misdrijven tegen openbare orde en gezag		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	4	0	4
	Nee	1	45	46
Totaal (Σ)		5	45	50

$$Pr(a) = 49/50 = 0.98$$

Codeur 1 kans ja = $5/50 = 0.1 = 10\%$

Codeur 1 kans nee = $45/50 = 0.9 = 90\%$

Codeur 2 kans ja = $4/50 = 0.08 = 8\%$

Codeur 2 kans nee = $46/50 = 0.92 = 92\%$

$$Pr(e) = (0.10 \times 0.08) + (0.90 \times 0.92) = 0.008 + 0.828 = 0.836$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.98 - 0.836) / (1 - 0.836) = 0.144 / 0.164 = 0.878$$

Gewelds- en seksuele misdrijven		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	23	1	24
	Nee	1	25	26
Totaal (Σ)		24	26	50

$$Pr(a) = 48/50 = 0.96$$

Codeur 1 kans ja = $24/50 = 0.48 = 48\%$
 Codeur 1 kans nee = $26/50 = 0.52 = 52\%$
 Codeur 2 kans ja = $24/50 = 0.48 = 48\%$
 Codeur 2 kans nee = $26/50 = 0.52 = 52\%$

$$Pr(e) = (0.48 \times 0.48) + (0.52 \times 0.52) = 0.23 + 0.270 = 0.5$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.96 - 0.5) / (1 - 0.5) = 0.46 / 0.5 = 0.92$$

Verkeersmisdrijven		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	2	0	2
	Nee	0	48	48
Totaal (Σ)		2	48	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $2/50 = 0.04 = 4\%$
 Codeur 1 kans nee = $48/50 = 0.96 = 96\%$
 Codeur 2 kans ja = $2/50 = 0.04 = 4\%$
 Codeur 2 kans nee = $48/50 = 0.96 = 96\%$

$$Pr(e) = (0.04 \times 0.04) + (0.96 \times 0.96) = 0.002 + 0.923 = 0.925$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.925) / (1 - 0.925) = 0.075 / 0.075 = 1$$

Drugsmisdrijven		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	8	1	9
	Nee	1	40	41
Totaal (Σ)		9	41	50

$$Pr(a) = 48/50 = 0.96$$

Codeur 1 kans ja = $9/50 = 0.18 = 18\%$

Codeur 1 kans nee = $41/50 = 0.82 = 82\%$

Codeur 2 kans ja = $9/50 = 0.18 = 18\%$

Codeur 2 kans nee = $41/50 = 0.82 = 82\%$

$$Pr(e) = (0.18 \times 0.18) + (0.82 \times 0.82) = 0.032 + 0.672 = 0.704$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.96 - 0.704) / (1 - 0.704) = 0.256 / 0.296 = 0.865$$

Wapenmisdrijven		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	3	0	3
	Nee	0	47	47
Totaal (Σ)		3	47	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $3/50 = 0.06 = 6\%$

Codeur 1 kans nee = $47/50 = 0.94 = 94\%$

Codeur 2 kans ja = $3/50 = 0.06 = 6\%$

Codeur 2 kans nee = $47/50 = 0.94 = 94\%$

$$Pr(e) = (0.06 \times 0.06) + (0.94 \times 0.94) = 0.004 + 0.884 = 0.888$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.888) / (1 - 0.888) = 0.112 / 0.112 = 1$$

Overige misdrijven		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	5	0	5
	Nee	0	45	45
Totaal (Σ)		5	45	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $5/50 = 0.10 = 10\%$

Codeur 1 kans nee = $45/50 = 0.90 = 90\%$

Codeur 2 kans ja = $5/50 = 0.10 = 10\%$

Codeur 2 kans nee = $45/50 = 0.90 = 90\%$

$$Pr(e) = (0.10 \times 0.10) + (0.90 \times 0.90) = 0.010 + 0.810 = 0.820$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.820) / (1 - 0.820) = 0.18 / 0.18 = 1$$

Gemiddelde: $(1+0.878+0.92+1+0.865+1+1)/7 = 0.952$

Appendix F: Intercodeurbetrouwbaarheid bronnencategorieën

Expert		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	2	0	2
	Nee	0	48	48
Totaal (Σ)		2	48	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $2/50 = 0.04 = 4\%$

Codeur 1 kans nee = $48/50 = 0.96 = 96\%$

Codeur 2 kans ja = $2/50 = 0.04 = 4\%$

Codeur 2 kans nee = $48/50 = 0.96 = 96\%$

$$Pr(e) = (0.04 \times 0.04) + (0.96 \times 0.96) = 0.002 + 0.922 = 0.924$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.924) / (1 - 0.924) = 0.076 / 0.076 = 1$$

Lokaal bestuur		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	2	0	2
	Nee	0	48	48
Totaal (Σ)		2	48	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $2/50 = 0.04 = 4\%$

Codeur 1 kans nee = $48/50 = 0.96 = 96\%$

Codeur 2 kans ja = $2/50 = 0.04 = 4\%$

Codeur 2 kans nee = $48/50 = 0.96 = 96\%$

$$Pr(e) = (0.04 \times 0.04) + (0.96 \times 0.96) = 0.002 + 0.922 = 0.924$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.924) / (1 - 0.924) = 0.076 / 0.076 = 1$$

Maatschappelijke bronnen		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	5	0	5
	Nee	1	44	45
Totaal (Σ)		6	44	50

$$Pr(a) = 49/50 = 0.98$$

Codeur 1 kans ja = $6/50 = 0.12 = 12\%$

Codeur 1 kans nee = $44/50 = 0.88 = 88\%$

Codeur 2 kans ja = $5/50 = 0.10 = 10\%$

Codeur 2 kans nee = $45/50 = 0.90 = 90\%$

$$Pr(e) = (0.12 \times 0.10) + (0.88 \times 0.90) = 0.012 + 0.792 = 0.804$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.98 - 0.804) / (1 - 0.804) = 0.176 / 0.196 = 0.898$$

Media		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	1	0	1
	Nee	0	49	49
Totaal (Σ)		1	49	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $1/50 = 0.02 = 2\%$

Codeur 1 kans nee = $49/50 = 0.98 = 98\%$

Codeur 2 kans ja = $1/50 = 0.02 = 2\%$

Codeur 2 kans nee = $49/50 = 0.98 = 98\%$

$$Pr(e) = (0.02 \times 0.02) + (0.98 \times 0.98) = 0.001 + 0.960 = 0.961$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.961) / (1 - 0.961) = 0.039 / 0.039 = 1$$

Politiek		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	4	0	4
	Nee	0	46	46
Totaal (Σ)		4	46	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $4/50 = 0.08 = 8\%$

Codeur 1 kans nee = $46/50 = 0.92 = 92\%$

Codeur 2 kans ja = $4/50 = 0.08 = 8\%$

Codeur 2 kans nee = $46/50 = 0.92 = 92\%$

$$Pr(e) = (0.08 \times 0.08) + (0.92 \times 0.92) = 0.006 + 0.846 = 0.852$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.852) / (1 - 0.852) = 0.148 / 0.148 = 1$$

Overheidsinstantie		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	1	0	1
	Nee	0	49	49
Totaal (Σ)		1	49	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $1/50 = 0.02 = 2\%$

Codeur 1 kans nee = $49/50 = 0.98 = 98\%$

Codeur 2 kans ja = $1/50 = 0.02 = 2\%$

Codeur 2 kans nee = $49/50 = 0.98 = 98\%$

$$Pr(e) = (0.02 \times 0.02) + (0.98 \times 0.98) = 0.000 + 0.960 = 0.960$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.960) / (1 - 0.960) = 0.04 / 0.04 = 1$$

Politie		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	3	0	3
	Nee	1	46	47
Totaal (Σ)		4	46	50

$$Pr(a) = 49/50 = 0.98$$

Codeur 1 kans ja = $4/50 = 0.08 = 8\%$

Codeur 1 kans nee = $46/50 = 0.92 = 92\%$

Codeur 2 kans ja = $3/50 = 0.06 = 6\%$

Codeur 2 kans nee = $47/50 = 0.94 = 94\%$

$$Pr(e) = (0.08 \times 0.06) + (0.92 \times 0.94) = 0.005 + 0.865 = 0.870$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.98 - 0.870) / (1 - 0.870) = 0.11 / 0.13 = 0.846$$

Justitie		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	16	0	16
	Nee	1	33	34
Totaal (Σ)		17	33	50

$$Pr(a) = 49/50 = 0.98$$

Codeur 1 kans ja = $17/50 = 0.34 = 34\%$

Codeur 1 kans nee = $33/50 = 0.66 = 66\%$

Codeur 2 kans ja = $16/50 = 0.32 = 32\%$

Codeur 2 kans nee = $34/50 = 0.68 = 68\%$

$$Pr(e) = (0.34 \times 0.32) + (0.66 \times 0.68) = 0.109 + 0.449 = 0.558$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.98 - 0.558) / (1 - 0.558) = 0.422 / 0.442 = 0.955$$

Dader		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	9	0	9
	Nee	0	41	41
Totaal (Σ)		9	41	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $9/50 = 0.18 = 18\%$

Codeur 1 kans nee = $41/50 = 0.82 = 82\%$

Codeur 2 kans ja = $9/50 = 0.18 = 18\%$

Codeur 2 kans nee = $41/50 = 0.82 = 82\%$

$$Pr(e) = (0.18 \times 0.18) + (0.82 \times 0.82) = 0.032 + 0.672 = 0.704$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.704) / (1 - 0.704) = 0.296 / 0.296 = 1$$

Slachtoffer		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	3	0	3
	Nee	0	47	47
Totaal (Σ)		3	47	50

$$Pr(a) = 50/50 = 1$$

Codeur 1 kans ja = $3/50 = 0.06 = 6\%$

Codeur 1 kans nee = $47/50 = 0.94 = 94\%$

Codeur 2 kans ja = $3/50 = 0.06 = 6\%$

Codeur 2 kans nee = $47/50 = 0.94 = 94\%$

$$Pr(e) = (0.06 \times 0.06) + (0.94 \times 0.94) = 0.004 + 0.884 = 0.888$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (1 - 0.888) / (1 - 0.888) = 0.112 / 0.112 = 1$$

Gemiddelde: $(1+1+0.898+1+1+1+0.846+0.955+1+1)/10 = 0.970$

Appendix G: Intercodeurbetrouwbaarheid frames

Thematisch frame		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	12	2	14
	Nee	1	35	36
Totaal (Σ)		13	37	50

$$Pr(a) = 47/50 = 0.94$$

Codeur 1 kans ja = $13/50 = 0.26 = 26\%$

Codeur 1 kans nee = $37/50 = 0.74 = 74\%$

Codeur 2 kans ja = $14/50 = 0.28 = 28\%$

Codeur 2 kans nee = $36/50 = 0.72 = 72\%$

$$Pr(e) = (0.26 \times 0.28) + (0.74 \times 0.72) = 0.073 + 0.533 = 0.606$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.94 - 0.606) / (1 - 0.606) = 0.334 / 0.394 = 0.848$$

Episodisch frame		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	46	1	47
	Nee	0	3	3
Totaal (Σ)		46	4	50

$$Pr(a) = 49/50 = 0.98$$

Codeur 1 kans ja = $46/50 = 0.92 = 92\%$

Codeur 1 kans nee = $4/50 = 0.08 = 8\%$

Codeur 2 kans ja = $47/50 = 0.94 = 94\%$

Codeur 2 kans nee = $3/50 = 0.06 = 6\%$

$$Pr(e) = (0.92 \times 0.94) + (0.08 \times 0.06) = 0.865 + 0.005 = 0.87$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.98 - 0.87) / (1 - 0.87) = 0.11 / 0.13 = 0.846$$

Succesframe		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	23	2	25
	Nee	1	24	25
Totaal (Σ)		24	26	50

$$Pr(a) = 47/50 = 0.94$$

Codeur 1 kans ja = $24/50 = 0.48 = 48\%$

Codeur 1 kans nee = $26/50 = 0.52 = 52\%$

Codeur 2 kans ja = $25/50 = 0.5 = 50\%$

Codeur 2 kans nee = $25/50 = 0.5 = 50\%$

$$Pr(e) = (0.48 \times 0.50) + (0.52 \times 0.50) = 0.24 + 0.26 = 0.50$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.94 - 0.50) / (1 - 0.50) = 0.44 / 0.50 = 0.88$$

Gezagframe		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	34	1	35
	Nee	2	13	15
Totaal (Σ)		36	14	50

$$Pr(a) = 47/50 = 0.94$$

Codeur 1 kans ja = $36/50 = 0.72 = 72\%$

Codeur 1 kans nee = $14/50 = 0.28 = 28\%$

Codeur 2 kans ja = $35/50 = 0.70 = 70\%$

Codeur 2 kans nee = $15/50 = 0.30 = 30\%$

$$Pr(e) = (0.72 \times 0.70) + (0.28 \times 0.30) = 0.504 + 0.084 = 0.588$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.94 - 0.588) / (1 - 0.588) = 0.352 / 0.412 = 0.854$$

Slachtofferframe		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	16	1	17
	Nee	0	33	33
Totaal (Σ)		16	34	50

$$Pr(a) = 49/50 = 0.98$$

Codeur 1 kans ja = $16/50 = 0.32 = 32\%$

Codeur 1 kans nee = $34/50 = 0.68 = 68\%$

Codeur 2 kans ja = $17/50 = 0.34 = 34\%$

Codeur 2 kans nee = $33/50 = 0.66 = 66\%$

$$Pr(e) = (0.32 \times 0.34) + (0.68 \times 0.66) = 0.109 + 0.449 = 0.558$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.98 - 0.558) / (1 - 0.558) = 0.422 / 0.442 = 0.955$$

Handhavingsframe		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	46	1	47
	Nee	0	3	3
Totaal (Σ)		46	4	50

$$Pr(a) = 49/50 = 0.98$$

Codeur 1 kans ja = $46/50 = 0.92 = 92\%$

Codeur 1 kans nee = $4/50 = 0.08 = 8\%$

Codeur 2 kans ja = $47/50 = 0.94 = 94\%$

Codeur 2 kans nee = $3/50 = 0.06 = 6\%$

$$Pr(e) = (0.92 \times 0.94) + (0.08 \times 0.06) = 0.865 + 0.005 = 0.87$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.94 - 0.834) / (1 - 0.834) = 0.146 / 0.166 = 0.878$$

Politieke frame		Codeur 1		Totaal (Σ)
		Ja	Nee	
Codeur 2	Ja	6	1	7
	Nee	1	42	43
Totaal (Σ)		7	43	50

$$Pr(a) = 48/50 = 0.96$$

Codeur 1 kans ja = $7/50 = 0.14 = 14\%$

Codeur 1 kans nee = $43/50 = 0.86 = 86\%$

Codeur 2 kans ja = $7/50 = 0.14 = 14\%$

Codeur 2 kans nee = $43/50 = 0.86 = 86\%$

$$Pr(e) = (0.14 \times 0.14) + (0.86 \times 0.86) = 0.02 + 0.74 = 0.76$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = (0.96 - 0.76) / (1 - 0.76) = 0.2 / 0.24 = 0.833$$

Gemiddelde: $(0.848 + 0.846 + 0.88 + 0.854 + 0.955 + 0.878 + 0.833)/7 = 0.87$