



Radboud Universiteit Nijmegen

Het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek tijdens de coronapandemie

Een onderzoek naar het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek in verschillende media tijdens de coronapandemie.

A research study towards the use of metaphorical frames in different media during the corona pandemic.

Tijn Luttk, S4708679

Radboud universiteit Nijmegen

Master Communicatie & Beïnvloeding

Master scriptie

begeleider: G. Reijnierse

15 januari 2022

Aantal woorden: 9855

Voorwoord

Mijn naam is Tijn Luttkik. Ik ben een 25-jarige student Communicatie & Beïnvloeding aan de Radboud universiteit in Nijmegen. Mijn passies voor taal en gedragsbeïnvloeding zijn de voornaamste redenen waarom ik heb gekozen voor deze studie. Een onderzoek over de manier waarop metaforen worden ingezet om de coronapandemie te beschrijven, sluit dan ook perfect aan op mijn interesses. Vanaf het eerste moment dat de pandemie in Nederland begon, keek ik al met veel interesse naar de manier waarop in overheidscommunicatie en vooral journalistieke communicatie metaforen werden ingezet richting het volk.

Met het schrijven van deze scriptie sluit ik mijn masterstudie en daarmee mijn studententijd definitief af. Ik heb dit scriptietraject met plezier doorlopen, al verliep met name de dataverzameling langer dan gepland. Desalniettemin heeft dit onderzoek nieuwe en interessante bevindingen opgeleverd, waar ik dan ook zeker trots op ben. Ik vind het mooi dat mijn scriptie bijdraagt aan de wetenschappelijke kennis over de manier waarop taal ingezet wordt om ingrijpende gebeurtenissen te beschrijven en daarmee mogelijk mensen te beïnvloeden. Mijn linguïstische hart gaat van deze scriptie sneller kloppen.

Verder wil ik graag Gudrun Reijnierse bedanken voor haar ondersteuning tijdens dit traject. Ik heb erg veel geleerd van haar gerichte feedback. Naast alle inhoudelijke feedback, gaf ze mij ook tips hoe ik goed gestructureerd kon schrijven of hoe ik een corpusstudie moest uitvoeren. Aangezien ik nog geen ervaring had met deze vorm van onderzoek, heb ik haar begeleiding als zeer prettig ervaren. Daarnaast wil ik ook mijn tweede lezer Brigitte Planken bedanken, haar feedback heeft gezorgd voor een extra kritische blik ten aanzien van mijn scriptie.

Samenvatting

Deze studie onderzocht het gebruik van reis- en oorlogsmetaforen in de berichtgeving van Nederlandse kranten omtrent de coronapandemie. Dit is relevant om te achterhalen, omdat op basis van de literatuur (Jaworska, 2020; Malik, 2020) bleek dat dergelijke metaforiek werd ingezet in de berichtgeving van buitenlandse media over de coronapandemie. De bijbehorende onderzoeksvraag luidde als volgt: *'Hoe wordt oorlogsmetaforiek en reismetaforiek gebruikt in Nederlandstalige krantenartikelen omtrent corona?'*

De corpus binnen huidig onderzoek bestond uit 1.000 krantenartikelen van het *Algemeen Dagblad*, *NRC Handelsblad*, *Telegraaf* en *Trouw*. Middels concordantieprogramma *AntConc* (Anthony, 2020) werd onderzocht in hoeverre reis- en oorlogsmetaforen werden ingezet, wat de metaforen precies beschrijven en of het gebruik verschilt per type krant of over de tijd.

Uit het huidige onderzoek blijkt dat Nederlandse kranten gebruikmaken van reis- en oorlogsmetaforiek om de coronapandemie te beschrijven. Reismetaforen zijn meer gericht op de beschrijving van gevolgen en oplossingen omtrent de coronapandemie, terwijl de functie van oorlogsmetaforen was om het probleem en de oorzaken van de coronapandemie te beschrijven. Daarnaast verschilt het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek per type krant, maar is er geen verschil zichtbaar in het gebruik van dergelijke metaforiek over de tijd.

Inleiding

‘We strijden tegen een onzichtbare vijand’ die ‘met een hamer platgeslagen moet worden’. Dit zijn enkele voorbeelden van metaforen die tijdens de coronapandemie ingezet worden om de huidige crisis adequaat te beschrijven. Daarnaast lijkt het gebruik van metaforen na één jaar crisis te verschillen ten opzichte van de metaforen die aan het begin van de coronapandemie ingezet werden (Jansen, 2020). Bij aanvang van de coronapandemie werd volgens Gagestein (in Jansen, 2020) in persconferenties veelvuldig gebruik gemaakt van oorlogsmetaforiek als ‘een gevaarlijke tegenstander’ om het virus te beschrijven, terwijl een jaar later een reismetafoor als ‘de routekaart’ een passende term lijkt om de huidige strategie te beschrijven.

Voor verschillende fases van de coronacrisis lijken verschillende metaforen toepasbaar. ‘De routekaart’ zou een geschikte metafoor kunnen zijn, omdat deze metafoor suggereert dat de strijd tegen corona een langdurig en onzeker proces met mogelijke obstakels kan zijn, waarbij het einde bovendien onzeker is (Semino, 2021). Hierdoor is het niet ongebruikelijk dat onderweg wordt gekozen voor een kortere of veiligere route. Een route is immers makkelijk aanpasbaar, wat manoeuvreerruimte kan bieden. Ook oorlogsmetaforiek zou geschikt kunnen zijn bij de beschrijving van de coronapandemie, omdat dergelijke metaforiek mensen bewust kan maken van een serieuze en acute dreiging en daarmee ook de bereidheid om hun gedrag aan te passen kan stimuleren (Semino, 2021).

Bovenstaande voorbeelden beschrijven het metafoorgebruik tijdens de persconferenties. De gekozen metaforiek via dit kanaal lijkt slechts een klein onderdeel van het grotere geheel aan metaforiek die wordt ingezet tijdens de coronapandemie. Huidig onderzoek focust zich daarom op het gebruik van metaforiek in journalistieke communicatie in plaats van overheidscommunicatie. Oorlogsmetaforiek wordt regelmatig door verschillende

buitenlandse media ingezet om een crisis te beschrijven (Jaworska, 2020; Malik, 2020). Op basis hiervan is het aannemelijk dat Nederlandse media in de communicatie over corona ook gebruikmaken van dergelijke metaforiek. Het doel van metafoorgebruik kan zijn om complexe situaties begrijpelijk te maken (Lakoff & Johnson, 1980). Ook kan het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek per medium verschillen. Zo verschillen populaire- en kwaliteitskranten van elkaar qua lengte van artikelen en de hoeveelheid afbeeldingen (Boukes & Vliegenthart, 2017). De vraag is in hoeverre dit invloed heeft op het aantal gebruikte reis- en oorlogsmetaforen. Daarom zal huidig onderzoek zich focussen op het gebruik van reis- en oorlogsmetaforen omtrent de coronapandemie die voorkomen in verschillende Nederlandse kranten. Hierbij is het doel om middels een corpusstudie te onderzoeken in hoeverre deze metaforen voorkomen en in welke mate het metafoorgebruik verschilt tussen de kranten en over de tijd.

State of the art

Metaforen bij berichtgeving over crises

In berichtgeving over verschillende crises worden metaforen vaak ingezet. Een veelvuldig gebruikte metafoor is het oorlogsframe (Joris, d'Haenens, Van Gorp & Vercruysse, 2013; Jaworska, 2020; Malik 2020). Bij het beschrijven van de financiële crisis in Vlaamse krantenartikelen was metaforiek rondom strijd bijvoorbeeld prominent aanwezig (Joris et al., 2013). Daarnaast werd oorlogsmetaforiek veelvuldig ingezet bij de beschrijving van gezondheidscrisis (Jaworska, 2020; Ohlheiser, 2014). Ook werden in Engelse media oorlogsmetaforen en religieuze metaforen ingezet om de klimaatcrisis te beschrijven (Atanasova & Koteyko, 2017). Oorlogsmetaforen lijken dus goed toepasbaar om verschillende soorten crises te beschrijven.

Metaforen bij berichtgeving over (nieuwe) ziektes

Aansluitend bij het reeds bekende metafoorgebruik omtrent crises, lijkt oorlogsmetaforiek ook toepasbaar bij berichtgeving over (nieuwe) ziektes. Zo bleek dat tijdens de SARS-uitbraak in Engelse kranten metaforen ingezet werden die aansluiten bij een fysieke strijd, zoals 'vechten' tegen het virus of het virus 'tackelen'. Daarnaast werd het virus omschreven als 'moordenaar'. Deze metaforen werden voornamelijk gebruikt om de menselijke en de economische impact te benadrukken (Wallis & Nerlich, 2005). Verder wordt gesuggereerd dat oorlogsmetaforiek prominenter aanwezig is als de relatie tot de ziekte persoonlijk is of als de ziekte wordt beschouwd als een bedreiging voor de nationale veiligheid (Wallis & Nerlich, 2005).

Het vermoeden dat oorlogsmetaforiek in bedreigende of persoonlijke situaties prominent aanwezig is, wordt bevestigd door studies die de uitbraak van Ebola in West-Afrika analyseerden. De Liberiaanse minister van Financiën Amara Konneh formuleerde het begin van de Ebola-uitbraak als volgt: ‘We are at war with an enemy we don’t see’ (Ohlheiser, 2014). Liberia is één van de West-Afrikaanse landen waar in 2013 het dodelijke Ebola uitbrak, vanzelfsprekend een bedreiging voor de Liberiaanse nationale veiligheid met ongeveer 10.000 doden als gevolg (World Health Organization, 2015). Ook inwoners van de Liberiaanse hoofdstad Monrovia omschreven Ebola als ‘invisible rebel’, waarbij iemand de Ebola-uitbraak vergeleek met een oorlog: ‘When war was here, you could see the soldiers coming, you could see the bullets flying and striking. You could run and protect yourself. But now, there’s no way to know where Ebola is or whom it will hit’ (Breen, 2014). Ook bij de beschrijving van Zikavirus in Brazilië werden veel oorlogsmetaforen ingezet (Ribeiro, Hartley, Nerlich & Jaspal, 2018).

Tegelijkertijd is er ook enige kritiek op het gebruik van oorlogsmetaforiek bij de beschrijving van ziektes. Oorlogsmetaforen zouden in de context van kankerpreventie juist fatalisme verhogen en daarmee daalt de bereidheid van mensen om minder gedrag te vertonen dat de kans op kanker verhoogt (Hauser & Schwarz, 2015, 2020). Bovendien zou oorlogsmetaforiek het toeschrijven van schuld aan de patiënt die niet meer herstelt kunnen vergroten, omdat deze patiënt het ‘gevecht’ tegen de vijand heeft verloren (Hendricks, Demjén, Semino & Boroditsky, 2018). Het veelvuldige gebruik van oorlogsmetaforiek bij de beschrijving van ziektes impliceert dus niet dat deze metafoor altijd passend is.

Eerder beschreven studies maken inzichtelijk dat oorlogsmetaforiek gehanteerd wordt om de uitbraken van Ebola, SARS en Zika te beschrijven. Onderstaande literatuur laat zien dat, behalve oorlogsmetaforiek, ook reismetaforiek ingezet wordt om het gedrag van de ziekte kanker te beschrijven (Semino, Heywood & Short, 2004). Binnen deze metafoor wordt kanker bijvoorbeeld gezien als een reiziger die zich in het lichaam kan verplaatsen naar verschillende locaties. Ook toonde deze studie aan dat reismetaforiek in gesprekken tussen arts en patiënt wordt gehanteerd, zoals zichtbaar is in het volgende citaat: ‘Chemotherapy can reduce the chances of things coming back’ (Semino et al., 2004, p. 1278). Ook kan de reis als metafoor dienen voor de strijd tegen kanker, waarbij vele obstakels op kunnen treden. Indien de strijd tegen kanker de reis is, dan is de patiënt in dit geval de reiziger. Hoewel de strijd tegen kanker

een persoonlijke en niet zozeer algemene gezondheidscrisis is, maakt bovenstaande studie inzichtelijk dat naast oorlogsmetaforiek ook reismetaforiek prominent aanwezig is bij communicatie over ziektes. In tegenstelling tot de resultaten van Ohlheiser (2014), blijkt niet dat oorlogsmetaforiek bij de beschrijving van de strijd tegen kanker frequenter aanwezig was dan reismetaforiek (Semino et al., 2004). De aanwezigheid van deze reismetaforen komt overeen met de reismetaforiek die volgens Gagestein (in Jansen, 2020) wordt gehanteerd om de fase van de coronapandemie na één jaar te beschrijven.

Metaforen bij berichtgeving over coronapandemie

Naast het frequente voorkomen van reis- en oorlogsmetaforen in berichtgeving over crises en (nieuwe) ziektes, worden ook in de communicatie over de coronapandemie veel metaforen ingezet. Al eerder bleek dat oorlogsmetaforiek prominent aanwezig was in meerdere krantenartikelen uit Westerse landen die de coronapandemie beschrijven (Jaworska, 2020; Malik, 2020). In deze corpusstudie werd een vergelijking gemaakt tussen het gebruik van metaforen in Engelse, Amerikaanse en Duitse media. Uit de resultaten bleek dat vooral Amerikaanse en Engelse media veelvuldig gebruikmaakten van metaforen die passen bij oorlog of geweld, om de huidige coronapandemie te beschrijven (Jaworska, 2020). Concrete voorbeelden zijn woorden als ‘fight’ en ‘battle’.

Ook reismetaforiek is toepasbaar om de coronapandemie te beschrijven. Zo hanteerde de president van de Duitse deelstaat Beieren deze reismetaforiek als volgt: ‘Daher sind wir noch nicht über den Berg’ (Semino, 2021, p. 53). Dit betekent dat ze nog niet over de bergtop heen waren, waarmee bedoeld werd dat het aantal besmettingen nog steeds steeg. Bovendien suggereren reismetaforen een lang en moeilijk proces met een onzeker einde (Semino, 2021) en dit is ook kenmerkend voor de huidige coronapandemie. Waar een eerdere studie van Semino et al. (2004) al liet zien dat reismetaforiek toegepast wordt om de strijd tegen kanker te beschrijven, lijkt reismetaforiek dus ook toepasbaar om de coronapandemie te beschrijven.

Bovenstaande inzichten uit de literatuur bieden een overzicht van verschillende metaforen die de media kan inzetten om diverse crises op een bepaalde manier te belichten. Huidig onderzoek focust zich enkel op reis- en oorlogsmetaforen in artikelen omtrent de coronapandemie. Over het gebruik van reis- en oorlogsmetaforen tijdens de huidige coronapandemie is dus internationale wetenschappelijke kennis beschikbaar. De literatuur laat

zien dat oorlogsmetaforiek en reismetaforiek prominent aanwezig zijn bij de beschrijving van de huidige coronapandemie. Echter, over het gebruik van dergelijke metaforiek tijdens de coronapandemie in Nederlandse media is nog weinig wetenschappelijk inzicht verkregen. Daarom focust huidig onderzoek zich op Nederlandse artikelen uit de volgende vier kranten: *NRC Handelsblad*, *Algemeen Dagblad*, *Telegraaf* en *Trouw*. Bovendien is het relevant om te achterhalen in hoeverre een trend zichtbaar is in het gebruik van reis- en oorlogsmetaforen tijdens de coronapandemie, want deze trend was in berichtgeving over de klimaatcrisis (Atanasova & Koteyko, 2017) zichtbaar. Tevens benoemt Gagestein (in Jansen, 2020) dat het metafoorgebruik in de persconferenties ook verschilt per tijdsperiode. Zo wordt namelijk beweerd dat aan het begin van de coronapandemie veelvuldig gebruik werd gemaakt van oorlogsmetaforiek, terwijl richting de vaccinatiefase van de coronapandemie reismetaforiek prominent aanwezig was. Verder kan het gebruik van metaforen verschillen per type krant (Atanasova & Koteyko, 2017). Het bleek dat *The Online Guardian* gebruikmaakte van oorlogsmetaforiek om de urgentie van klimaatverandering te benadrukken. De *Online Mail* daarentegen, gebruikte religieuze metaforen om de klimaatcrisis enigszins te minimaliseren. Beide kranten verschillen van elkaar qua klimaatstandpunt en stijl van verslaglegging. *The Online Guardian* staat bekend als serieus en benadrukt veelvuldig de urgentie van een effectieve klimaataanpak. *Online Mail* staat daarentegen bekend als tabloid is en sceptisch over de klimaatverandering (Atanasova & Koteyko, 2017). Deze resultaten laten zien dat het metafoorgebruik per krant kan verschillen. Daarom zal geanalyseerd worden in hoeverre het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek in Nederlandse artikelen omtrent de coronapandemie per krant varieert.

Middels een corpusstudie zal onderzocht worden in hoeverre deze reis- en oorlogsmetaforen voorkomen en in welke mate het metafoorgebruik verschilt per krant en over de tijd. De algemene onderzoeksvraag luidt dan ook als volgt:

‘Hoe wordt oorlogsmetaforiek en reismetaforiek gebruikt in Nederlandstalige krantenartikelen omtrent corona?’

De volgende deelvragen zijn hierbij geformuleerd:

1. *‘Wat beschrijven reis- en oorlogsmetaforen precies?’*
2. *‘Hoe worden reis- en oorlogsmetaforen gebruikt over de tijd?’*

3. 'In hoeverre verschilt het gebruik van oorlogsmetaforiek en reismetaforiek tussen de kranten?'

Methode

Materiaal

Het materiaal oftewel de vier Nederlandse kranten binnen deze corpusstudie kunnen op basis van bepaalde kenmerken (Boukes & Vliegenthart, 2017) getypeerd worden. Kwaliteitskranten worden gekenmerkt door relatief lange artikelen die voor een specifieke doelgroep bedoeld zijn. Populaire kranten worden getypeerd door het veelvuldig gebruik van afbeeldingen en opvallende titels. Daarnaast zijn populaire kranten gericht op een zeer breed publiek en maken populaire kranten in hun artikelen vaker gebruik van personificatie, waardoor de lezer het artikel interessanter kan vinden (Boukes & Vliegenthart, 2017). Op basis van deze kenmerken werden het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* omschreven als populaire kranten, terwijl *NRC Handelsblad* en *Trouw* als kwaliteitskranten beschouwd werden. Aan de hand van dit onderscheid werd geanalyseerd of verschillen zichtbaar waren in het metafoorgebruik tussen de type kranten, zodat een antwoord op deelvraag 3 geformuleerd kon worden.

De combinatie van metaforen in een krantenartikel leidt tot een bepaald verhaal, waarbij elke metafoor een andere functie kan hebben (Joris et al., 2013). De metaforen die samen een verhaal vormen worden 'Framing devices' genoemd, de bijbehorende functies van die metaforen worden 'Reasoning devices' genoemd. Deze functies kunnen bestaan uit het

definiëren van een probleem, het beschrijven van oorzaken, gevolgen, oplossingen en morele oordelen. ‘*Framing devices*’ en ‘*Reasoning devices*’ vormen samen een ‘*Frame package*’ (Joris et al., 2013). Middels bovenstaande theorie werd onderzocht wat reis- en oorlogsmetaforen precies beschreven, zodat een antwoord op de eerste deelvraag geformuleerd kon worden.

Voor de beantwoording van de eerste deelvraag was het verder van belang om het onderscheid tussen een metafoor en een frame te expliciteren. Hoewel huidig onderzoek gericht was op metaforiek en niet op frames, lieten de bevindingen van Boukes & Vliegthart (2017) en Joris et al. (2013) namelijk zien dat frames en metaforen gelijkenissen kunnen vertonen. Een metafoor is een stijlfiguur dat een hulpmiddel kan zijn waarmee mensen de voor hen bekende fysieke en sociale ervaringen inzetten om meer complexe dingen zoals werk, tijd, mentale activiteit en gevoelens te omschrijven (Lakoff & Johnson, 1980). Middels een metafoor kan dus een complexe situatie beschreven worden door een concretere en vergelijkbare situatie te schetsen. Dit onderzoek was gericht op talige metaforen, oftewel metaforiek in Nederlandse taal. Naast talige metaforen bestaan conceptuele metaforen. Dit zijn metaforen waarin een idee of gedachte wordt begrepen in termen van iets anders. Hierbij hebben zowel het brondomein als het doeldomein een belangrijke functie (Lakoff & Johnson, 1980). De concrete betekenis (het brondomein) wordt gehanteerd om de abstracte betekenis (het doeldomein) te kunnen begrijpen. Uit het volgende voorbeeld wordt duidelijk wat het bron- en doeldomein is: ‘Vaccins zijn onze wapens tegen het virus’. Het brondomein bestaat hierbij uit de wapens en het doeldomein zijn de vaccins. De kracht en effectiviteit van vaccins wordt hierbij gerelateerd aan wapens die men kan inzetten om een tegenstander te verslaan. Een frame bestaat in tegenstelling tot een metafoor niet zozeer uit enkel specifieke woorden maar kan een uitgebreider stuk tekst zijn. Het proces van framing wordt als volgt gedefinieerd: ‘Select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation’ (Entman, 1993, p. 52). De theorie van Entman (1993) beweert dus dat bepaalde aspecten in een waargenomen situatie opvallend worden gemaakt, zodat de nadruk sterker ligt op deze aspecten ten opzichte van andere aspecten.

Ook wat betreft de verschillende karakters van populaire en kwaliteitskranten bood onderstaande literatuur over frames relevante inzichten voor huidig onderzoek. Een studie naar nieuwsframes in de media liet zien dat het gebruik van frames kan verschillen per type medium (Boukes & Vliegenthart, 2017). Vlaamse kwaliteitskranten berichtten bijvoorbeeld aanzienlijk vaker over de eurocrisis dan de populaire nieuwsbladen (Joris et al., 2013). De nieuwsframes ‘personificatie’, ‘geografische nabijheid’ en ‘negativiteit’ kwamen vaker voor in populaire kranten dan in kwaliteitskranten (Boukes & Vliegenthart, 2017). Deze bevindingen sluiten aan bij de eerdergenoemde theorie over het verschillende metafoorgebruik per type krant (Atanasova & Koteyko, 2017). Zowel het gebruik van frames als metaforen kan dus verschillen per type krant.

Om inzichtelijk te maken hoe het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek verschildte over de tijd en zodat een antwoord op de tweede deelvraag geformuleerd kon worden, werden krantenartikelen uit de volgende twee periodes geanalyseerd: 1 februari 2020 tot 1 mei 2020 en 1 oktober 2020 tot 31 december 2020. Voor deze periodes is gekozen vanwege de zichtbare trend in het metafoorgebruik bij berichtgeving over andere crises. Het bleek dat het metafoorgebruik in *The Online Guardian* en *The Online Mail* op een hoogtepunt was rond bepaalde maanden in 2009. Oorlogsmetaforen in *The Online Guardian* werden in juni en september 2009 het meest ingezet, terwijl religieuze metaforen in *The Online Mail* het meest ingezet werden rond december 2009 (Atanasova & Koteyko, 2017). Tevens beweerde Gagestein (in Jansen, 2020) dat het metafoorgebruik in de persconferenties verschilt over tijd, aangezien aan het begin van de coronapandemie veelvuldig gebruik werd gemaakt van oorlogsmetaforiek, terwijl richting de vaccinatiefase van de coronapandemie reismetaforiek prominent aanwezig was. De eerste periode binnen deze corpusstudie representeerde het begin van de coronapandemie, terwijl de tweede periode gekenmerkt werd door de tweede golf en de fase kort voordat de eerste vaccinaties gezet werden.

De totale dataset aan artikelen omtrent de coronapandemie bestond uit 47.454 krantenartikelen van 1 januari 2020 tot en met 31 december 2020 (Reijnierse & Spooren, 2021). Uit deze dataset zijn voor het huidige onderzoek 1.000 krantenartikelen geanalyseerd. Hierbij werden van elk medium 250 artikelen bestudeerd, waardoor elk medium over een aandeel van 25% in de totale corpus beschikte. Een overzicht van het totaal aantal artikelen,

geordend per krant en per periode is zichtbaar in bijlage 1. De 1.000 willekeurig geselecteerde artikelen werden gelijk verdeeld over twee periodes, oftewel 500 artikelen per periode. Ook deze 500 artikelen werden gelijk verdeeld, waardoor 125 artikelen per krant per periode bestudeerd werden. Dit was zichtbaar in tabel 1. Aangezien één periode bestaat uit drie maanden, werden van elke krant per maand ongeveer 42 artikelen bestudeerd. Op deze manier ontstond een helder beeld over het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek binnen één periode. Alle genres konden binnen de corpus voorkomen, wat betekent dat het metafoorgebruik niet gecategoriseerd werd per genre van het artikel.

Type krant	Aantal bestudeerde artikelen van 1 februari 2020 tot 1 mei 2020	Aantal bestudeerde artikelen van 1 oktober 2020 tot 31 december 2020
<i>Algemeen Dagblad</i>	125	125
<i>Telegraaf</i>	125	125
<i>NRC</i>	125	125
<i>Trouw</i>	125	125

Tabel 1: Een overzicht van het aantal krantenartikelen per krant per periode.

Procedure

Binnen deze corpusstudie lag de focus op oorlogsmetaforiek en reismetaforiek. In navolging van eerder onderzoek naar het gebruik van oorlogsmetaforiek en bruiloftsmetaforiek (Koller, 2002) zijn voor de analyses binnen huidig onderzoek een lijst met steekwoorden samengesteld, welke zichtbaar waren in bijlage 2. De steekwoorden waren gerelateerd aan reis- en oorlogsmetaforiek en zijn verkregen middels *Cornetto* (Clarin, z.d.). Hiermee is een overzicht van synoniemen, hyperoniemen, hyponiemen en antoniemen verkregen die direct met één van beide type metaforen geassocieerd konden worden. In eerste instantie werd enkel gezocht naar associaties rondom ‘oorlog’ en ‘reis’. Dit leverde nog extra relevante zoektermen op als ‘strijd’, ‘route’ en ‘obstakel’, zoals zichtbaar was in bijlage 3. Binnen huidig onderzoek werd gekozen voor 54 steekwoorden die gerelateerd zijn aan oorlogsmetaforiek en 54 steekwoorden die gerelateerd zijn aan reismetaforiek. Ook de vervoegingen, verbuigingen en samenstellingen van deze steekwoorden werden geanalyseerd

in de corpus. Een voorbeeld hiervan is het steekwoord ‘lopen’, waarbij dus ook onderzocht werd of de vervoeging ‘liep’ metaforisch gebruikt werd.

Middels concordantieprogramma *AntConc* (Anthony, 2020) werden alle 1.000 artikelen doorzocht. Dit gebeurde in fases, waarbij *AntConc* achtereenvolgens 42 artikelen per krant en per maand doorzocht op het gebruik van elk steekwoord. Hierbij werd het al dan niet frequente voorkomen van elk steekwoord per krant en per maand vastgesteld. De manier waarop reis- en oorlogsmetaforen vervolgens binnen huidig onderzoek geïdentificeerd werden, is gebaseerd op de *Metaphor Identification Procedure Vrije Universiteit* (Steen, 2010). Om te bepalen of een steekwoord daadwerkelijk als oorlogsmetafoor of reismetafoor gebruikt werd, is het stappenplan van deze theorie deels ingezet. Dit stappenplan werd middels een voorbeeld in bijlage 4 geëxpliciteerd.

De vier variabelen ‘eerste periode’, ‘tweede periode’, ‘populaire kranten’ en ‘kwaliteitskranten’ waren van nominaal meetniveau. De variabelen ‘hoeveelheid oorlogsmetaforen’ en ‘hoeveelheid reismetaforen’ waren van ratio meetniveau. De 1.000 artikelen werden middels *AntConc* (Anthony, 2020) onderzocht en vervolgens werden de data vanuit *AntConc* (Anthony, 2020) doorgezet richting *Microsoft Excel*. Middels *Microsoft Excel* kon de data gecodeerd worden als reis- of oorlogsmetafoor, mits het voldeed aan de kenmerken van een metafoor (Steen, 2010). Vervolgens werd deze data voor deelvraag 3 vanuit *Microsoft Excel* vertaald naar *SPSS*, waar middels de Chi-kwadraattoets een antwoord op deze deelvraag geformuleerd kon worden. Voor het beantwoorden van deelvraag 2 waren de data vanuit *AntConc* (Anthony, 2020) en *Microsoft Excel* voldoende, omdat een kwalitatief antwoord op deze vraag gewenst was. Middels de theorie van Joris et al. (2013) werden de verschillende ‘*Reasoning devices*’ van de metaforen binnen huidig onderzoek geïdentificeerd. Hierbij werd gedetailleerd naar de context van de metafoor gekeken, waarna de functie van een metafoor bepaald werd en zo een passend antwoord op deelvraag 1 geformuleerd kon worden. Middels bovenstaande methodes konden patronen in het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek per type krant en per tijdsperiode ontdekt worden, zodat uiteindelijk een concreet antwoord op de algemene onderzoeksvraag geformuleerd kon worden.

Procedure

Voor de berekening van de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid heeft een tweede codeur 10% van de totale corpus geanalyseerd. Hierbij werd het aantal metaforen bestudeerd. Indien een

metafoor werd gevonden, werd ook vastgesteld of het om een reis- of oorlogsmetafoor ging. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele Aantal metaforen was goed: $\kappa = .84$, $p < .001$.

Resultaten

De verschillende onderzoeksresultaten zullen per deelvraag geformuleerd worden.

Wat beschrijven reis- en oorlogsmetaforen precies?

Deelvraag 1 is op basis van de theorie van Joris et al. (2013) beantwoord. Allereerst bleek uit de resultaten dat reismetaforen meer gericht waren op de beschrijving van gevolgen en

oplossingen, terwijl oorlogsmetaforen meer gericht waren op het definiëren van problemen en het beschrijven van oorzaken. Verder bleek dat veel reis- en oorlogsmetaforen meerdere functies hadden. Zo werd de oorlogsmetafoor ‘vechten/gevochten’ frequent ingezet om zowel het probleem te definiëren, als om het gevolg en de oplossing te beschrijven. Dit was zichtbaar in het voorbeeld (1) hieronder:

1. ‘Dankzij al die artsen en verplegers die soms letterlijk tot hun eigen dood hebben gevochten voor hun patiënten’ (AD, februari 2020).

In dit voorbeeld beschreef ‘gevochten’ de problematiek in de ziekenhuizen en tegelijkertijd beschreef ‘gevochten’ het gevolg voor artsen wanneer zij patiënten hadden met een heftig ziektebeeld zoals corona. Daarnaast was ‘gevochten’ in deze situatie de enige oplossing, aangezien er nog geen vaccins beschikbaar waren. De fysieke handeling ‘gevochten’ vond niet plaats, maar werd hierbij vergeleken met de intensieve arbeid die artsen en verplegers moesten leveren voor hun patiënten. Elke metafoor (*Framing device*) kon dus één of meerdere functie(s) (*Reasoning device*) hebben. Aan de hand van de theorie (Joris et al., 2013) is geanalyseerd wat zowel een reis- als oorlogsmetafoor beschreef en dit resulteerde in de onderstaande tabel met ‘*Frame packages*’. Op deze manier kon een antwoord op de eerste deelvraag geformuleerd worden.

Frame	Probleem definitie	Oorzaak	Gevolg	Oplossing	Moreel oordeel	Framing Devices
Oorlog	Strijd van een overheid, ziekenhuizen en burgers tegen een virus als gemeenschappelijke vijand	Een pandemie vanwege een onzichtbare vijand in de vorm van een virus	Doodzieke patiënten die vechten voor hun leven. Bedrijven, burgers en overheden die worstelen met de coronamaatregelen	Vechten tegen het virus, met lockdowns en vaccinaties als wapens	Het is een gemeenschappelijke strijd tegen het virus waarbij het van belang is dat zelfs de grootste rivalen zij aan zij staan	Zie bijlage 2, tabel 1
Reis	Er is nog een lange weg te gaan vol	Het beleid wat door	De situatie in de ziekenhuizen loopt	De routekaart	Wie aan het stuur zit moet in deze	Zie bijlage 2, tabel 1.

barrières en struikelblokken voordat we uit deze crisis zijn	het kabinet verkeerd wordt aangestuurd	uit de hand en daarom hebben we nog een lange weg te gaan voordat de finish in zicht is	kan een oplossing zijn om uit deze crisis te rijden	crisis zijn emoties in bedwang houden en rationeel handelen	
---	---	---	---	--	--

Tabel 2: 'Frame packages' met betrekking tot de coronacrisis.

Probleemdefinitie oorlogsframe

Het oorlogsframe werd binnen deze studie gedefinieerd als: 'Strijd van een overheid, ziekenhuizen en burgers tegen een virus als gemeenschappelijke vijand'. De bevindingen lieten zien dat de probleemdefinitie opgedeeld kon worden in drie subcategorieën. Het bleek namelijk dat oorlogsmetaforen het probleem voor verschillende onderdelen van de samenleving definiëren: de problemen in de ziekenhuizen, de problemen die de overheid door het virus ondervond en de problemen die burgers door het virus ervoeren. Voorbeeld (1) gaf een voorbeeld van het probleem vanuit het perspectief van de ziekenhuizen. De talige metafoor 'frontlinie' in voorbeeld (2) was eveneens een voorbeeld van een oorlogsmetafoor die het probleem schetste vanuit het perspectief van de ziekenhuizen. Een frontlinie is doorgaans de plek waar door soldaten het meest wordt gevochten. Deze talige metafoor maakt hier dus een vergelijking tussen de frontlinie in een oorlog en de intensive care in ziekenhuizen, omdat dat de plek was waar tijdens de coronapandemie het meest werd gestreden om patiënten in leven te houden.

2. 'Zorgverleners op de intensive care staan in de frontlinie om het coronavirus te bestrijden' (AD, maart 2020).

Het volgende voorbeeld (3) definieerde het probleem van de burgers als gevolg van de coronapandemie. De oorlogsmetafoor, oftewel het '*framing device*', 'vuur' heeft hier als functie om de ernst van het onderliggende probleem dat heerste onder burgers te beschrijven. Fysiek 'vuur' was er niet, maar het werd hierbij vergeleken met de aanwezige spanningen in de maatschappij. Door streng beleid was dit 'vuur' nog groter gemaakt, oftewel de spanningen in de maatschappij zouden zijn toegenomen.

3. ‘Er wordt met harde hand opgetreden tegen de jongeren. Is dat olie op het vuur gooien?’ (AD, december 2020).

Ook ‘oorlog’ zelf werd frequent ingezet om de ernst van het probleem waarmee overheden kampen te duiden, zo blijkt uit de uitspraak (3) van de Franse president in een Nederlands krantenartikel.

4. ‘Nous sommes en guerre’. ‘We zijn in oorlog. Dat hakte er wel in’ (AD, maart 2020).

Daarnaast werd ‘vijand’ frequent ingezet om het algehele probleem waarmee heel de samenleving kampte te definiëren, namelijk de strijd tegen een onzichtbare vijand. Het virus werd in context van dit voorbeeld (5) dus vergeleken met een menselijke en zichtbare vijand die tijdens de oorlog het probleem vormde.

5. ‘Ik voel die gelijkenis met de oorlogsjaren heel vaak, als ik eerlijk ben. Het spookachtige, dat je de vijand niet herkent’ (AD, oktober 2020).

De drie meest voorkomende oorlogsmetaforen die het probleem definieerde zijn zichtbaar in de onderstaande tabel.

Vechten/gevochten	60 x
Dood	52 x
Oorlog	42 x

Tabel 3: Meest frequente oorlogsmetaforen voor de probleemdefinitie.

Oorzaak oorlogsframe

Binnen het oorlogsframe had vooral de metafoor ‘vijand’ betrekking op de oorzaak van de coronapandemie. Het volgende voorbeeld (6) liet zien het virus wordt omschreven als ‘vijand’ en dat deze ‘vijand’ wordt gezien als de oorzaak van de huidige oorlog.

6. ‘Nu de hele wereld in oorlog is met een onzichtbare vijand die luistert naar de prozaïsche naam Sars-Cov-2’ (Trouw, april 2020).

Uit de analyse bleek dat vijand 23 keer voorkwam om de oorzaak van de coronapandemie te duiden, de overige oorlogsmetaforen kwamen niet meer dan één keer voor,

vandaar dat een tabel met meest frequente oorlogsmetaforen voor deze categorie overbodig was.

Gevolg oorlogsframe

Binnen het oorlogsframe beschreven verschillende metaforen de gevolgen van de coronapandemie, vaak in combinatie met een probleemdefinitie of oplossing. Dit was zichtbaar in het volgende voorbeeld (7), waarbij de functie van de metafoor ‘vechten’ tweeledig was. De fysieke handeling ‘vechten’ vond niet plaats, maar werd hierbij vergeleken met het feit dat zieke patiënten in een moeilijke situatie zitten en alles eraan doen om in leven te blijven.

7. ‘Vanochtend weer het telefonisch nabelspreekuur. Sommige mensen vechten voor hun leven, anderen willen het leven liever opgeven terwijl ze niet levensbedreigend ziek zijn’ (AD, maart 2020).

Vechten was hierbij zowel het gevolg van de ziekte als de oplossing uit de crisis. Net als bij de probleemdefinitie, bleek uit de data-analyse dat de gevolgen ook weer te categoriseren waren in drie onderdelen van de samenleving: gevolgen voor de ziekenhuizen, voor overheden en burgers. Het volgende voorbeeld (8) liet de gevolgen zien van de mondkapjesplicht voor burgers, wanneer zij tijdens de coronapandemie een winkel wilden bezoeken. De fysieke handeling ‘uitvechten’ vond niet plaats, maar werd hierbij vergeleken met de spanningen die zouden ontstaan in winkels als gevolg van het coronabeleid.

8. ‘Als je dat gaat verplichten, moeten mijn mensen dat met de klant gaan uitvechten. Dat probeer ik zo lang mogelijk te voorkomen’ (NRC, oktober 2020).

Het laatste voorbeeld (9) had betrekking op de gevolgen voor overheden en liet de enorme verdeeldheid in de Nederlandse politiek zien in de strijd tegen corona. De fysieke handeling ‘vechten’ vond niet plaats, maar werd hierbij vergeleken met de spanningen in de politiek.

9. ‘Eerst stonden links en rechts nog schouder aan schouder om samen de crisis te lijf te gaan. Nu vechten ze elkaar de Kamer uit, in aanloop naar de verkiezingen (AD, oktober 2020).

Ook de metafoor ‘dood’ was frequent aanwezig, vaak in combinatie met een zelfstandig naamwoord, zoals te zien was in dit voorbeeld (10). ‘Doodziek’ beschreef hier het gevolg van het feit dat aan burgers continu hun mening omtrent corona werd gevraagd. De burger in kwestie was niet zodanig ziek dat hij dood zou gaan, maar hij vergeleek hierbij zijn frustratie met het feit dat hij er doodziek van kon worden.

10. ‘Daar staan verslaggevers met microfoon en/of camera paraat om de gevoelens van de toevallige passant te peilen. Doodziek word je ervan, ook zonder virus’ (AD, februari 2020).

Daarnaast werd ‘worstelen’ als metafoor frequent ingezet om de gevolgen van de crisis voor burgers en bonden te beschrijven. In dit voorbeeld (11) typeerde ‘worstelen’ de machteloosheid van sportbonden om sportevenementen te organiseren tijdens de coronapandemie. De fysieke handelingen van ‘worstelen’ vonden niet plaats, maar werden hierbij vergeleken met de moeilijke situatie waarin sportbonden zaten als gevolg van de coronapandemie.

11. ‘Daarom zoeken (inter)nationale sportbonden, soms worstelend, naar een nieuwe positie in het maatschappelijk debat (NRC, december 2020)’.

Ook de metafoor ‘gevecht’ werd frequent ingezet (12), om de gevolgen van de ziekte op de lange termijn voor burgers te benadrukken. De fysieke handelingen van een ‘gevecht’ vonden niet plaats, maar werden hierbij vergeleken met de dagelijkse negatieve gevolgen voor burgers.

12. ‘Het zegt vooral iets over hoe erg de ziekte je dagelijks leven beïnvloedt. Het is een dagelijks gevecht (Trouw, november 2020)’.

De drie meest voorkomende oorlogsmetaforen die werden ingezet om de gevolgen van de coronapandemie te beschrijven zijn zichtbaar in de onderstaande tabel.

Vechten/gevochten	60 x
Dood	52 x
Worstelen/worsteling	26 x

Tabel 4: Meest frequente oorlogsmetaforen voor de gevolgen.

Oplossing oorlogsframe

Binnen het oorlogsframe beschreven enkele metaforen oplossingen voor de coronapandemie. Wederom was de metafoor ‘vechten/gevochten’ een veelvoorkomende beschrijving voor een oplossing. Ook ‘wapen’ was een oorlogsmetafoor dat werd ingezet als oplossing. In dit voorbeeld (13) werd de kracht en effectiviteit van een vaccin tegen corona vergeleken met de kracht en effectiviteit van een wapen die de oorlog kon beëindigen.

13. ‘Ik geloof dat dit het wapen is dat de oorlog zal beëindigen’ (Telegraaf, december 2020).

Uit de analyse bleek dat vechten/gevochten 60 keer voorkwam om een oplossing voor de coronapandemie te beschrijven, de overige oorlogsmetaforen kwamen niet meer dan één keer voor, vandaar dat een tabel met meest frequente oorlogsmetaforen voor deze categorie overbodig was.

Moreel oordeel oorlogsframe

De oorlogsmetafoor ‘vijand’ beschreef twee keer een moreel oordeel over de crisis. In beide voorbeelden (14) was zichtbaar dat de coronapandemie zo ingrijpend was voor de hele samenleving, dat zelfs ‘vijanden’ schouder aan schouder stonden om ervoor te zorgen dat de samenleving door deze ingrijpende coronapandemie heen kwam.

14. ‘Vriend en vijand staan schouder aan schouder, iedereen realiseert zich dat dit niet zo maar een griepje is’ (AD, maart 2020) en ‘..de impact van het coronavirus steeds nadrukkelijker doorsijpelt. Voor even staan vijanden zij aan zij. Opeens is er het besef dat er dus toch belangrijkere zaken zijn..’ (AD, maart 2020).

Uit de analyse bleek dat ‘vijand’ twee keer ingezet werd om een moreel oordeel over de coronapandemie te beschrijven. De overige oorlogsmetaforen kwamen niet meer dan één keer voor, vandaar dat een tabel met meest frequente oorlogsmetaforen voor deze categorie overbodig was.

Probleemdefinitie reisframe

Het reisframe werd binnen deze studie gedefinieerd als: ‘Er is nog een lange weg te gaan vol barrières en struikelblokken voordat we uit deze crisis zijn’. Deze definitie is

gebaseerd op de resultaten uit de data-analyse. In het volgende voorbeeld (15) werd een mondkapje als ‘barrière’ omschreven, wat aangeeft dat het mondkapje tijdens de coronapandemie als last of als ongewenst werd beschouwd.

15. ‘Moet ik met een mondkapje voor een glaswand gaan staan? En vervolgens gaat hij in discussie welke van de twee barrières er weg moet.’ De coronaregels zijn in Nederland en Duitsland zo’n beetje hetzelfde’ (AD, oktober 2020).

Het volgende voorbeeld (16) liet de complexe situatie voor toeristen tijdens de crisis zien, aan de hand van het scenario dat toeristen voortaan bij de grens gecontroleerd werden op een negatief testbewijs. Een fysieke ‘barrière’ was niet aanwezig, maar werd hierbij vergeleken met een grenscontrole waar toeristen doorheen kwamen mits zij een negatief testbewijs hadden.

16. ‘...de grenzen gecontroleerd werden. Ik denk dat het echt toeristen zou schelen. Er wordt toch een barrière opgeworpen. Mensen zijn het gewend om zonder na te denken de grens over te steken’ (Telegraaf, november 2020).

Het volgende voorbeeld (17) toont de complexe situatie in de farmaceutische industrie en daarmee de afhankelijkheden van de ziekenhuizen. De concurrentie tussen de verschillende bedrijven die vaccins ontwikkelen werd gezien als ‘barrière’ om snel uit gezondheidscrisis te komen, vanwege het feit dat een vaccinontwikkelaar niet hoeft te delen hoe zij het vaccin ontwikkeld hebben en daardoor kon het vaccin dus niet nageemaakt worden. Echter, een fysieke ‘barrière’ was niet aanwezig, maar werd hierbij vergeleken met de concurrentie in de farmaceutische industrie die samenwerking bemoeilijkt.

17. ‘We weten al dat patenten een barrière zijn bij het bestrijden van dit soort epidemieën’ (Trouw, december 2020).

Het volgende voorbeeld (18) maakte inzichtelijk dat kinderen door de coronapandemie problemen ervoeren bij online onderwijs. Online onderwijs werd middels ‘struikelblok’ omschreven als een ongewenste vorm van onderwijs.

18. ‘Dat is een belangrijk punt. Motivatie is vaak een struikelblok bij online onderwijs. Het is ontzettend belangrijk dat ouders zeggen: kom op, we gaan..’ (NRC, april 2020).

Op basis van deze bevindingen kon de probleemdefinitie voor het reisframe opgedeeld worden in twee subcategorieën. Het bleek namelijk dat reismetaforen het probleem voor zowel de ziekenhuizen als voor de burgers definiëren. Uit de data-analyse bleek niet dat reismetaforen het probleem voor de overheid definieerden, terwijl oorlogsmetaforen dit wel deden.

‘Barrière’ kwam vier keer voor en was daarmee de meest voorkomende reismetafoor voor het definiëren van het probleem. De overige reismetaforen kwamen niet meer dan één keer voor, vandaar dat een tabel met meest frequente reismetaforen voor deze categorie overbodig was.

Oorzaak reisframe

Binnen het reisframe hadden enkele reismetaforen betrekking op de oorzaak van de coronapandemie. Het volgende voorbeeld (19) suggereerde middels de reismetafoor ‘sturen’ dat de oorzaak van de crisis ligt bij het kabinetsbeleid. Indien het kabinet zijn strategie had gericht op een R die ver onder de 1 zit, was de coronapandemie sneller onder controle. Hierbij werd de verantwoordelijkheid van het kabinet vergeleken met de verantwoordelijkheid van iemand die een auto bestuurt.

19. ‘Deels zit het in de maatregelen: het kabinet stuurt op een R net onder de 1 in plaats van ver eronder’ (Trouw, december 2020).

Een ander voorbeeld (20) liet middels de reismetafoor ‘weg’ zien wat de oorzaak is van een slechte onderhandelingspositie. Hier werd gesuggereerd dat het slechte imago van de nationale voetbalbond de ‘weg’ richting een lobby bij de politiek onmogelijk maakt. Deze lobby was noodzakelijk, omdat de nationale voetbalbond veel inkomsten misliep tijdens de coronapandemie. Een fysiek obstakel op de ‘weg’ was er niet, maar werd hierbij vergeleken met een bepaalde situatie die het bemoeilijkt om te lobbyen.

20. ‘Het imago van het voetbal zit ons in de weg. Onze lobby naar Den Haag moet sterker en harder’ (Telegraaf, oktober 2020).

De reismetaforen voor het beschrijven van de oorzaken van de coronapandemie werden slechts enkele keren ingezet en allen niet vaker dan één keer, vandaar dat een tabel met meest frequente reismetaforen voor deze categorie overbodig was.

Gevolg reisframe

Binnen het reisframe beschreven verschillende reismetaforen de gevolgen van de coronapandemie, vaak in combinatie met een oplossing. Twee veelvoorkomende reismetaforen die als functie hadden om de gevolgen van de crisis te beschrijven zijn ‘lopen’ en ‘weg’. Het volgende voorbeeld (21) toonde middels de reismetafoor ‘lopen’ aan wat de gevolgen zijn voor een patiënt die leed aan corona. De fysieke handeling ‘lopen’ vond niet plaats, maar werd hierbij vergeleken met de snelle ademhaling van de patiënt die past bij iemand die aan het sporten is.

21. ‘De patiënt ademt snel, alsof hij een marathon aan het lopen is’ (AD, april 2020).

Het volgende voorbeeld (22) liet middels de reismetafoor ‘weg’ zien wat de gevolgen waren van conflicten tussen Europese overheden. Deze conflicten ontstonden doordat Zuid-Europese landen aan andere Europese landen financiële steun vroegen tijdens het begin van de coronapandemie. De fysieke ‘weg’ bestond niet, maar werd hierbij vergeleken met een bepaalde richting die tot een positieve uitkomst zou moeten leiden.

22. ‘EU-leiders zijn boos op Rutte. Merkel vindt hem kinderachtig, Macron vindt het stuitend, Michel roept ‘quelle arrogance’. Dat is een teken dat Rutte en de drie overige landen op de goede weg zijn’ (Telegraaf, februari 2020).

Ook de gevolgen van de coronapandemie voor burgers werd in het volgende voorbeeld (23) middels de reismetafoor ‘weg’ beschreven. Destijds waren deskundigen in de veronderstelling dat het virus geen grote bedreiging voor de samenleving meer was, met als gevolg dat burgers weer op ‘weg’ richting het oude normaal waren. De fysieke ‘weg’ bestond niet, maar werd hierbij vergeleken met een bepaalde richting die tot het oude normaal zou moeten leiden.

23. ‘Het nieuwe normaal bestaat niet. In plaats daarvan zijn we volgens deskundigen alweer op weg richting het oude normaal’ (Telegraaf, oktober 2020).

Ook kwam de reismetafoor ‘rijden’ in het volgende voorbeeld (24) voor om de gevolgen van de crisis te beschrijven. Het feit dat de coronapandemie nog steeds niet helemaal onder controle was, had als gevolg dat men behoedzaam moest blijven oftewel voorzichtig moest ‘rijden’. De fysieke handeling ‘rijden’ vond niet plaats, maar werd hierbij vergeleken met het een behoedzame houding in de toekomst.

24. ‘Het betekent dat je nog wel erg voorzichtig moet rijden. In juli waren de besmettingen heel laag (3.000 in totaal), ruim de helft van wat..’ (NRC, oktober 2020).

Op basis van deze bevindingen kunnen de reismetaforen die de gevolgen van de crisis beschrijven wederom opgedeeld worden in drie subcategorieën: Gevolgen voor de ziekenhuizen, gevolgen voor de overheid en gevolgen voor burgers.

De drie meest voorkomende reismetaforen die werden ingezet om de gevolgen van de coronapandemie te beschrijven zijn zichtbaar in de onderstaande tabel.

Lopen (inclusief vervoeringen)	278 x
Weg	112 x
Rijden	21 x

Tabel 5: Meest frequente reismetaforen voor de gevolgen.

Oplossing reisframe

Binnen het reisframe beschreven reismetaforen veelvuldig oplossingen voor de coronapandemie. Veelvoorkomende reismetaforen binnen deze categorie waren ‘(route)kaart’, ‘dashboard’ en ‘rijden’. Het volgende voorbeeld (25) toonde aan dat de reismetafoor ‘dashboard’ werd ingezet om de oplossing voor patiëntenspreiding in ziekenhuizen te beschrijven. Het ‘dashboard’ van een voertuig werd hierbij vergeleken met een overzicht voor ziekenhuizen waarmee ze kunnen bepalen hoe ze patiënten spreiden.

25. ‘Voor ons is Münster dichterbij dan Rotterdam, dus hebben we een Europees dashboard met buitenlandse ziekenhuizen’ (NRC, november 2020).

Het volgende voorbeeld (26) bood middels de reismetafoor ‘routekaart’ een oplossing uit de coronapandemie voor politici. In dit voorbeeld werd gesuggereerd dat een ‘routekaart’ een effectief middel is om per regio uit de coronapandemie te komen. Hierbij werd de

‘routekaart’ vergeleken met een lange termijn strategie die bepaald welke maatregelen of versoepelingen getroffen werden.

26. ‘Je kunt met de routekaart regionaal besluiten dat je een deel weer open laat gaan, terwijl een andere regio nog op rood staat’ (NRC, oktober 2020).

Een ander voorbeeld (27) toonde middels de reismetafoor ‘rijden’ aan dat men continu leerde tijdens de crisis en dat de oplossing stapsgewijs tot stand kwam, zolang men maar niet stilstond. De fysieke handeling ‘rijden’ vond niet plaats, maar werd hierbij vergeleken met het feit dat men door moet blijven gaan om uit deze coronapandemie te komen.

27. ‘We begonnen in maart met een kar met vierkante wielen. Door te blijven rijden, door onze toegenomen kennis, slijpen we die langzaam rond’ (Telegraaf, oktober 2020).

De drie meest voorkomende reismetaforen die een oplossing voor de coronapandemie beschreven zijn zichtbaar in de onderstaande tabel.

(Route)kaart	26 x
Rijden	21 x
Dashboard	1 x

Tabel 6: Meest frequente reismetaforen voor de oplossingen.

Moreel oordeel reisframe

Reismetaforen werden enkele keren ingezet om een moreel oordeel over de crisis te beschrijven. In het volgende voorbeeld (28) werd de reismetafoor ‘sturen’ ingezet om te beschrijven hoe een politiek leider zou moeten handelen tijdens een omvangrijke crisis als de coronapandemie. Hierbij werd de verantwoordelijkheid die een politiek leider heeft vergeleken met de verantwoordelijkheid van iemand die achter het stuur zit in de auto.

28. ‘Er gingen weken van ongekende politieke ruzies aan vooraf tussen Noord- en Zuid-Europa. Toch lukte het Centeno er een compromis uit te slepen. “Als je aan het stuur zit moet je je emoties in bedwang houden”, zegt hij in een interview met NRC en vier andere Europese kranten’ (NRC, april 2020).

Uit de analyse bleek dat ‘sturen’ twee keer ingezet werd en deze reismetafoor was daarmee de meest voorkomende reismetafoor voor het beschrijven van een moreel oordeel over de coronapandemie. De overige reismetaforen kwamen niet meer dan één keer voor, vandaar dat een tabel met meest frequente oorlogsmetaforen voor deze categorie overbodig was.

Hoe worden reis- en oorlogsmetaforen gebruikt over de tijd?

Uit de kwalitatieve analyse bleek geen verschil zichtbaar in het gebruik van oorlogsmetaforen tussen beide periodes. Ook het gebruik van reismetaforen bleek niet te verschillen tussen beide periodes. Dit betekende dat in periode 1 vergelijkbare reis- of oorlogsmetaforen werden ingezet ten opzichte van periode 2. Zowel reis- als oorlogsmetaforen werden in beide periodes gebruikt om dezelfde aspecten van de crisis te beschrijven. Dit is zichtbaar in de onderstaande tabel.

Citaat	Reis- of oorlogsmetafoor	Periode
‘De Chinese stad Dali ligt onder vuur, omdat het een lading mondkmaskers zou hebben onderschept.’	Oorlog	1 (AD-februari)
‘Gezondheidsminister Kato heeft verklaard dat men het spoor van een aantal mogelijk besmette burgers kwijt is.’	Reis	1 (AD-februari)
‘Daarmee hebben we straks plaats voor 25 patiënten. Dat geeft wat rust. Een oorlogsarts? Nee, dat gaat te ver.’	Oorlog	1 (AD-maart)
‘Dit zag je al een tijdje aankomen. Er was geen weg terug.’	Reis	1 (Telegraaf-maart)

‘Dan is er het constante gevecht tussen ministers en al die politieke geluidjes. Waarom worden deze problemen niet opgelost?’	Oorlog	1 (NRC-maart)
‘Probeer ook niet vooruit te lopen op wat er allemaal nog kan gebeuren.’	Reis	1 (Trouw-april)
‘Dat was bij Guldenakker in Goirle, het verpleeghuis dat onlangs onder vuur werd genomen door actieclub Viruswaarheid nadat het de deuren sloot na nieuwe coronabesmettingen.’	Oorlog	2 (AD-oktober)
‘In plaats daarvan zijn we volgens deskundigen alweer op weg richting het oude normaal.’	Reis	2 (Telegraaf-oktober)
‘Als vijftiger ga ik nog steeds niet achter de geraniums zitten. Ik liep wel altijd voor de troepen uit, maar mijn werk is nooit gemaakt om te shockeren.’	Reis	2 (Telegraaf-november)
‘Het coronavirus trekt een dodelijk spoor door de top van de orthodoxe kerk in Zuidoost-Europa.’	Reis	2 (Trouw-november)
‘Stella vertelt dat het in het ziekenhuis waar haar zus	Oorlog	2 (NRC-december)

Sara werkt de afgelopen weken wel oorlog leek. Honderden patiënten op bedden in de gangen, te weinig zuurstof, alles vies en vuil.'		
'Dat wordt een enorm gevecht om de stikstofruimte, tussen de landbouw, de luchtvaart en de industrie.'	Oorlog	2 (Trouw-oktober)

Tabel 7: Een overzicht van de gehanteerde reis- en oorlogsmetaforen per periode.

In hoeverre verschilt het gebruik van oorlogsmetaforiek en reismetaforiek tussen de kranten?

Uit de χ^2 -toets tussen Krant en Metafoor bleek een significant verband te bestaan (χ^2 (3) = 13.83, p = .003). Het gebruik van oorlogsmetaforiek kwam relatief vaker voor in het *AD* (49.7%) dan in de *Telegraaf* (33.8%), *NRC* (33.6%) en *Trouw* (32.5%). Het gebruik van reismetaforiek kwam relatief minder voor in het *AD* (50.3%) dan in de *Telegraaf* (66.2%), *NRC* (66.4%) en *Trouw* (67.5%).

	<i>AD</i>	<i>Telegraaf</i>	<i>NRC</i>	<i>Trouw</i>	Totaal
Oorlogsmetaforen	74a	50b	83b	62b	269
Reismetaforen	75a	98b	164b	129b	466
Totaal	149	148	247	191	735

Tabel 8: Aantal reis- en oorlogsmetaforen per krant.

Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat reismetaforen meer gericht waren op de beschrijving van gevolgen en oplossingen, terwijl oorlogsmetaforen meer gericht waren op het definiëren van problemen en het beschrijven van oorzaken. Verder lieten de bevindingen zien dat veel reis- en oorlogsmetaforen meerdere functies kunnen hebben. De reis- en oorlogsmetaforen verschilden dus van elkaar qua *'Reasoning devices'* en daarnaast hadden veel reis- en oorlogsmetaforen ook meerdere *'Reasoning devices'* tegelijk (Joris et al., 2013).

Verder kan geconcludeerd worden dat het gebruik van zowel reis- als oorlogsmetaforen niet verschilden tussen beide periodes. Uit de analyse bleek dus dat in periode 1 dezelfde soort reis- en oorlogsmetaforen werden ingezet als in periode 2.

Ook lieten de bevindingen verschillen zien in het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek tussen de kranten. Oorlogsmetaforen kwamen relatief meer voor in het *AD* (49.7%) dan in de *Telegraaf* (33.8%), *NRC* (33.6%) en *Trouw* (32.5%). Reismetaforen waren relatief minder aanwezig in het *AD* (50.3%) dan in de *Telegraaf* (66.2%), *NRC* (66.4%) en *Trouw* (67.5%). Het gebruik van zowel reis- als oorlogsmetaforiek in het *AD* week dus af ten opzichte van het gebruik van dergelijke metaforiek in de overige drie kranten.

Discussie

Mogelijke verklaringen voor resultaten

Ten eerste viel op dat de gekozen steekwoorden bijna allemaal als functie hadden om het probleem te definiëren en de gevolgen van de crisis te beschrijven. Daarentegen beschreven slechts enkele steekwoorden de oorzaken van de crisis. Dit kan mogelijk komen doordat de artikelen binnen deze corpusstudie gepubliceerd zijn tijdens de crisis en niet achteraf, waardoor vooral werd geschreven over de urgentie van het probleem en alle gevolgen. De oorzaak van de crisis werd mogelijk in een later stadium beschreven.

Voor de beantwoording van deelvraag 1 is gebruikgemaakt van de theorie van Joris et al. (2013). Echter, waar Joris et al. (2013) elk framing device voornamelijk koppelen aan één reasoning device, laten de bevindingen uit huidig onderzoek zien dat veel reis- en

oorlogsmetaforen meerdere functies kunnen hebben. Dit is zichtbaar in voorbeeld 1. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de gekozen steekwoorden binnen huidig onderzoek een brede connotatie hebben, waardoor deze steekwoorden op verschillende manieren te interpreteren zijn. Hierbij speelt de context waarin het steekwoord voorkomt een belangrijke rol. Zoals in voorbeeld 1 te zien is, kan ‘gevochten’ op verschillende manieren geïnterpreteerd worden.

Verder lieten de bevindingen uit huidig onderzoek zien dat reis- en oorlogsmetaforen regelmatig ingezet worden in Nederlandse media om de coronapandemie te beschrijven. Deze resultaten komen overeen met eerder onderzoek naar de beschrijving van de coronapandemie in buitenlandse media van Westerse landen (Jaworska, 2020; Malik, 2020). Daarnaast bleek uit huidig onderzoek dat het gebruik van zowel reis- als oorlogsmetaforen niet verschilde over de tijd. Uit de analyse bleek ook dat vooral reismetaforen in beide periodes veelvuldig ingezet werden om de crisis te beschrijven. Dit komt deels overeen met de verwachtingen van Gagestein (in Jansen, 2020), die stelde dat reismetaforiek veelvuldig ingezet werd om de fase van de coronapandemie na één jaar te beschrijven. Of het verschil tussen de hoeveelheid reis- en oorlogsmetaforen significant was zou getoetst moeten worden, maar aangezien het om een kwalitatieve deelvraag ging werd dit niet gedaan. Een andere mogelijke verklaring voor het veelvuldig voorkomen van reismetaforen is dat een metafoor als ‘lopen’ veel vervoegingen kent en daardoor veelvuldig als reismetafoor bestempeld werd. Één enkele metafoor kan dus voor een aanzienlijk verschil tussen het aantal reis- en oorlogsmetaforen zorgen.

Ten slotte bleek dat oorlogsmetaforen relatief vaker voorkwamen in het *AD*, terwijl reismetaforen juist relatief minder aanwezig waren in het *AD* ten opzichte van de overige drie kanten. Op basis van de theorie over de verschillen tussen populaire- en kwaliteitskranten (Boukes & Vliegenthart, 2017; Joris et al., 2013) werd verwacht dat het *AD* en de *Telegraaf* soortgelijke resultaten zouden tonen in het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek. Dit bleek niet het geval, want de resultaten van de *Telegraaf* tonen juist gelijkenissen met de resultaten van de kwaliteitskranten. Een mogelijke verklaring voor deze bevinding is dat het gebruik van reis- en oorlogsmetaforen afhankelijk is van andere factoren. Het zou bijvoorbeeld kunnen zijn dat het genre of de politieke voorkeur van een krant bepalend is voor het gebruik van reis- en oorlogsmetaforen.

Beperkingen huidig onderzoek

Een belangrijke beperking van het huidige onderzoek is de keuze voor bepaalde steekwoorden. Voorafgaand aan het onderzoek is een lijst met steekwoorden geformuleerd. Deze steekwoorden kwamen overeen met een reis- of oorlogsthema en konden daarom mogelijk als reis- of oorlogsmetafoor dienen. Sommige steekwoorden zoals ‘strijd’ hadden achteraf niet meegenomen moeten worden in het huidige onderzoek, vanwege de sterke overlap tussen de basisbetekenis en de contextuele betekenis van het woord ‘strijd’ (Steen, 2010). Hierdoor werd dit steekwoord nauwelijks metaforisch gebruikt en was het dus wellicht zinvoller geweest om deze steekwoorden te vervangen voor andere woorden waarbij de overlap tussen de basis- en contextuele betekenis minder sterk was. Bovendien waren mogelijk ook nog andere metaforen aanwezig die wel binnen het reis- of oorlogsframe zouden passen, maar niet op de lijst geformuleerd waren. In dat geval werden deze metaforen niet meegenomen en dat is een andere beperking van het huidige onderzoek.

Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Deze studie laat zien dat reis- en oorlogsmetaforen in Nederlandse kranten gebruikt worden om de coronapandemie te beschrijven. Echter, deze aanwezigheid zegt niets over de attitude of het gedrag van de doelgroep ten opzichte van de coronapandemie. Een aanbeveling voor vervolgonderzoek is daarom om middels een experimentele studie te onderzoeken of de aanwezige metaforen ook daadwerkelijk invloed hebben op de attitude of het gedrag van de doelgroep. De vraag is in hoeverre zij zich laten beïnvloeden in hun attitude of gedrag, zodra zij geconfronteerd worden met dergelijke metaforiek.

Het was voorheen nog niet bekend dat Nederlandse kranten specifiek reis- en oorlogsmetaforen gebruiken om de coronapandemie te beschrijven. Daarnaast maakt deze studie inzichtelijk in hoeverre dergelijke metaforiek wordt ingezet, wat de metaforen precies beschrijven en dat het gebruik van reis- en oorlogsmetaforiek verschilt per type krant.

Referenties

Anthony, L. (2020). AntConc (Version 3.5.9) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University. Available from <https://www.laurenceanthony.net/software>

Atanasova, D., & Koteyko, N. (2017). Metaphors in Guardian Online and Mail Online opinion-page content on climate change: War, religion, and politics. *Environmental Communication*, 11(4), 452-469. <https://doi.org/10.1080/17524032.2015.1024705>

Breen, L. (2014, 29 augustus). Fighting Ebola, Liberia's 'Invisible Rebel'. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/08/29/fighting-ebola-liberias-invisible-rebel/>

Clarín. (z.d.) *Cornetto Demo*. Geraadpleegd op 6 mei 2021, van <http://cornetto.clarin.inl.nl/index.html>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Hauser, D. J., & Schwarz, N. (2015). The war on prevention: Bellicose cancer metaphors hurt (some) prevention intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(1), 66-77. <https://doi.org/10.1177/0146167214557006>

Hauser, D. J., & Schwarz, N. (2020). The war on prevention II: Battle metaphors undermine cancer treatment and prevention and do not increase vigilance. *Health communication*, 35(13), 1698-1704. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1663465>

Hendricks, R. K., Demjén, Z., Semino, E., & Boroditsky, L. (2018). Emotional implications of metaphor: Consequences of metaphor framing for mindset about cancer. *Metaphor and Symbol*, 33(4), 267-279. <https://doi.org/10.1080/10926488.2018.1549835>

Joris, W., d'Haenens, L., Van Gorp, B., & Vercruysse, T. (2013). De eurocrisis in het nieuws: Een framinganalyse van de verslaggeving in Vlaamse kranten. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 41(2). <https://doi.org/10.5117/2013.041.002.162>

Koller, V. (2002). "A Shotgun Wedding": Co-occurrence of War and Marriage Metaphors in Mergers and Acquisitions Discourse. *Metaphor and Symbol*, 17(3), 179-203. https://doi.org/10.1207/S15327868MS1703_2

Ohlheiser, A. (2014, 11 september). Ebola is ‘devouring everything in its path.’ Could it lead to Liberia’s collapse? *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/to-your-health/wp/2014/09/11/ebola-is-devouring-everything-in-its-path-could-it-lead-to-liberias-collapse/>

Reijnierse, G., & Spooren, W. (2021, 23 juni). *COVID-19 metaphors in Dutch newspapers: source domains, scenarios and (in)stability over time* [Paper presentatie]. RaAM14, Vilnius, Litouwen.

Ribeiro, B., Hartley, S., Nerlich, B., & Jaspal, R. (2018). Media coverage of the Zika crisis in Brazil: the construction of a ‘war’ frame that masked social and gender inequalities. *Social Science & Medicine*, 200, 137-144. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.01.023>

Semino, E., Heywood, J., & Short, M. (2004). Methodological problems in the analysis of metaphors in a corpus of conversations about cancer. *Journal of Pragmatics*, 36(7), 1271–1294. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2003.10.013>

Semino, E. (2021). “Not soldiers but fire-fighters” - metaphors and covid-19. *Health Communication*, 36(1), 50–58. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1844989>

Steen, G. (Ed.). (2010). *A method for linguistic metaphor identification: From MIP to MIPVU* (Vol. 14). John Benjamins Publishing.

Wallis, P., & Nerlich, B. (2005). Disease metaphors in new epidemics: the UK media framing of the 2003 SARS epidemic. *Social science & medicine*, 60(11), 2629-2639. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2004.11.031>

World Health Organization. (2015). *WHO: Ebola situation report 11 March 2015*.

https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/192654/ebolasitrep_4Nov2015_eng.pdf?sequence=1

Bijlage 1: overzicht van artikelen per periode

Type krant	Aantal artikelen van 1 februari 2020 tot 1 mei 2020	Aantal artikelen van 1 oktober 2020 tot 31 december 2020
<i>Algemeen Dagblad</i>	2.105	2.389
<i>Telegraaf</i>	3.096	3.866
<i>Trouw</i>	1.993	2.224
<i>NRC Handelsblad</i>	2.267	2.331

Bijlage 2: overzicht van steekwoorden

Tabel 1: steekwoorden die geassocieerd kunnen worden bij het begrip 'oorlog':

1. Strijd(en)
2. Gevecht
3. Rivaliteit/rivaal
4. Slag
5. Competitie
6. Vechten/gevochten
7. Geweld
8. Vrede
9. Verzoenen
10. Dood
11. Slijtage(slag)
12. Bruut(heid)
13. Vijand
14. Worsteling/worstelen
15. Conflict
16. Actie
17. Bestrijden
18. Veldslag
19. Matpartij
20. Knokken
21. Kamp(en)
22. Strubbeling
23. Noodzaak
24. Terreur
25. Terrorisme
26. Agonie
27. Aanval
28. Doelwit
29. Verlies/verliezen
30. Overwinning/overwinnen

31. Nederlaag
32. Overvaller
33. Invaller
34. Indringer
35. Moordenaar
36. Frontlinie
37. Overgave
38. Soldaten
39. Wapen(s)
40. Zwaard
41. Tank
42. Bunker
43. Oorlog
44. D-Day
45. Mes op de keel
46. Verzet
47. Kemphanen
48. In het vizier
49. (Af)straffen
50. Ruzie
51. Pandoering
52. Zich wapenen
53. Bom(men)
54. Vuur(kracht)

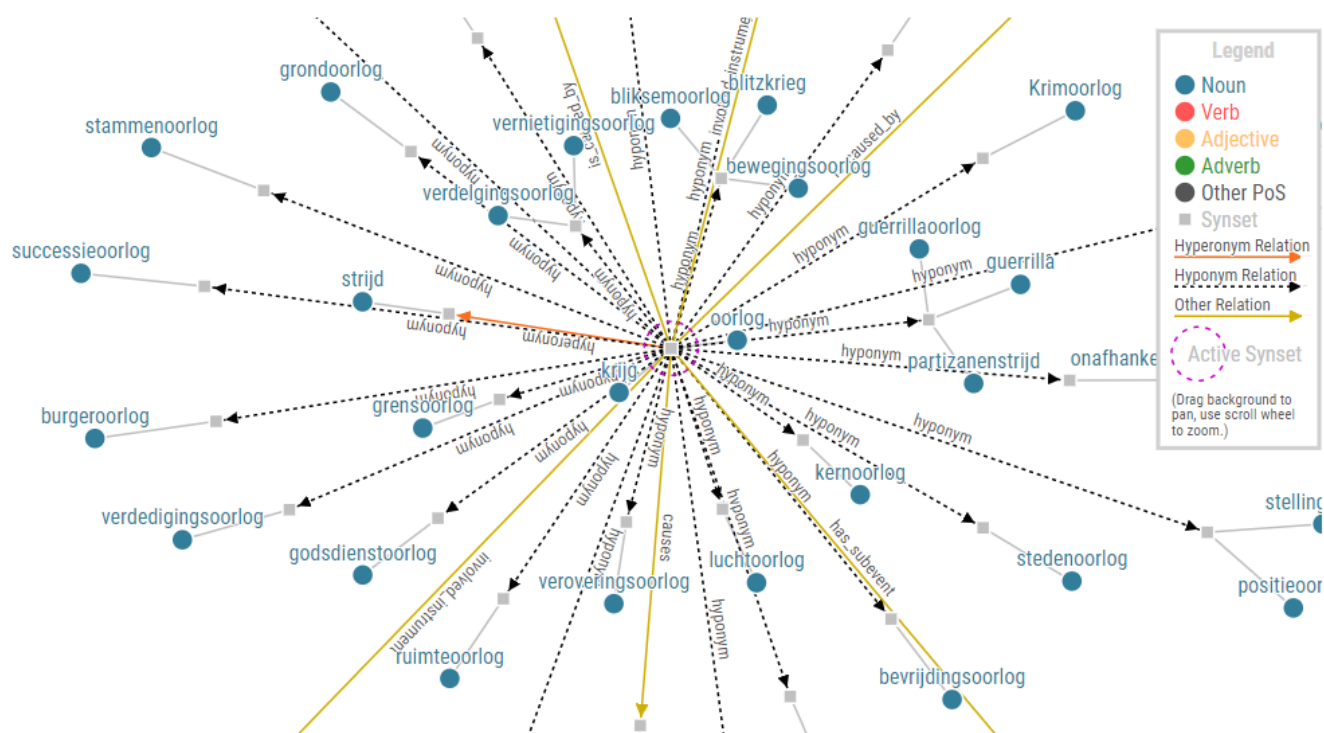
Tabel 2: steekwoorden die geassocieerd kunnen worden bij het begrip 'reis':

1. Weg
2. Excursie
3. Expeditie
4. Rit
5. Tour
6. Trip

7. Wandeling
8. Tocht
9. Rondgang
10. Uitzetten
11. Horde
12. Obstakel(s)
13. Route
14. Uitstapje
15. Piek
16. Traject
17. Finish
18. Afslag
19. Afrit
20. Afwijking
21. Traceren
22. Afbakening
23. Verplaatsing
24. Varen
25. Rijden
26. (Route)kaart
27. Map
28. Omweg
29. Afleggen
30. Lijdensweg
31. Lopen
32. Baan
33. Spoor
34. Eindstreep
35. Terugweg
36. Heenweg
37. Hindernis
38. Barrière

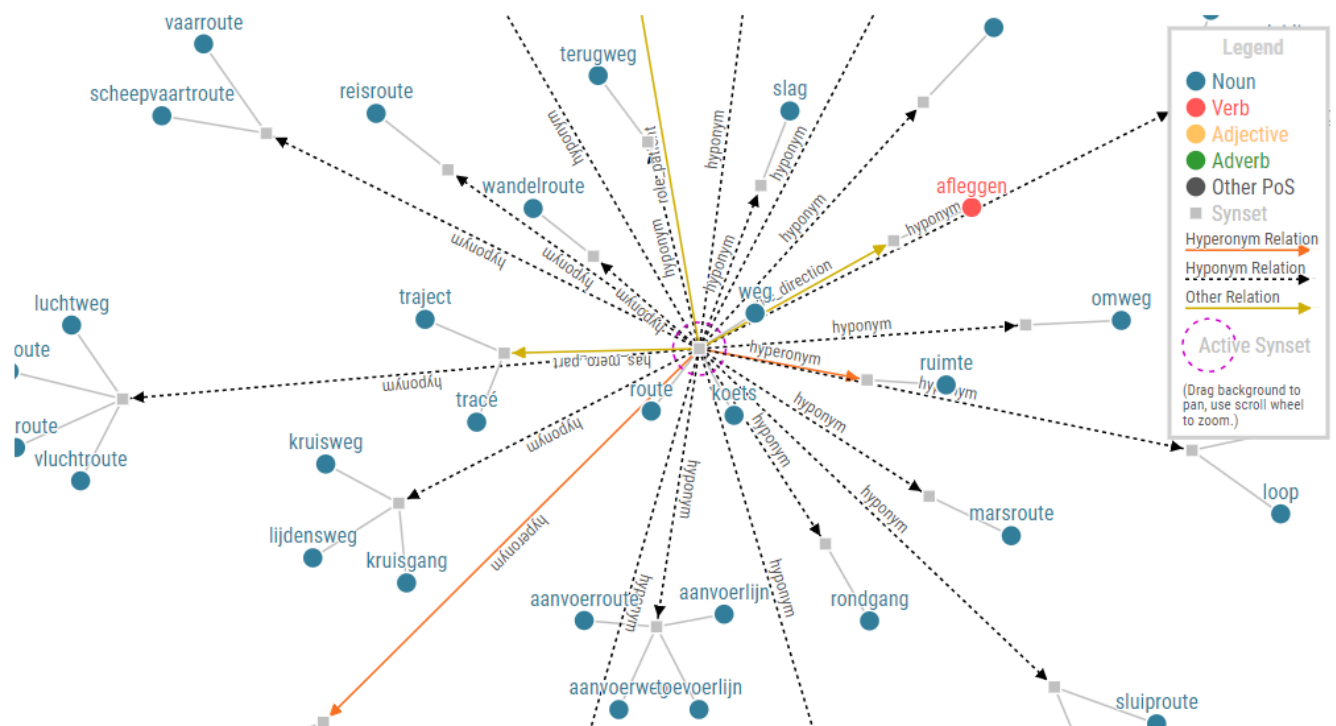
- 39. Struikelblok
- 40. Rem
- 41. Navigatie
- 42. Navigeren
- 43. Dashboard
- 44. Belemmering
- 45. Verhinderend
- 46. Gas
- 47. Stuur/sturen
- 48. Handicap
- 49. Beletsel
- 50. Hobbel
- 51. Stuiten
- 52. Botsing
- 53. Reis/reizen
- 54. Race(n)

Bijlage 3: overzicht van associaties met reis- en oorlogsmetaforiek

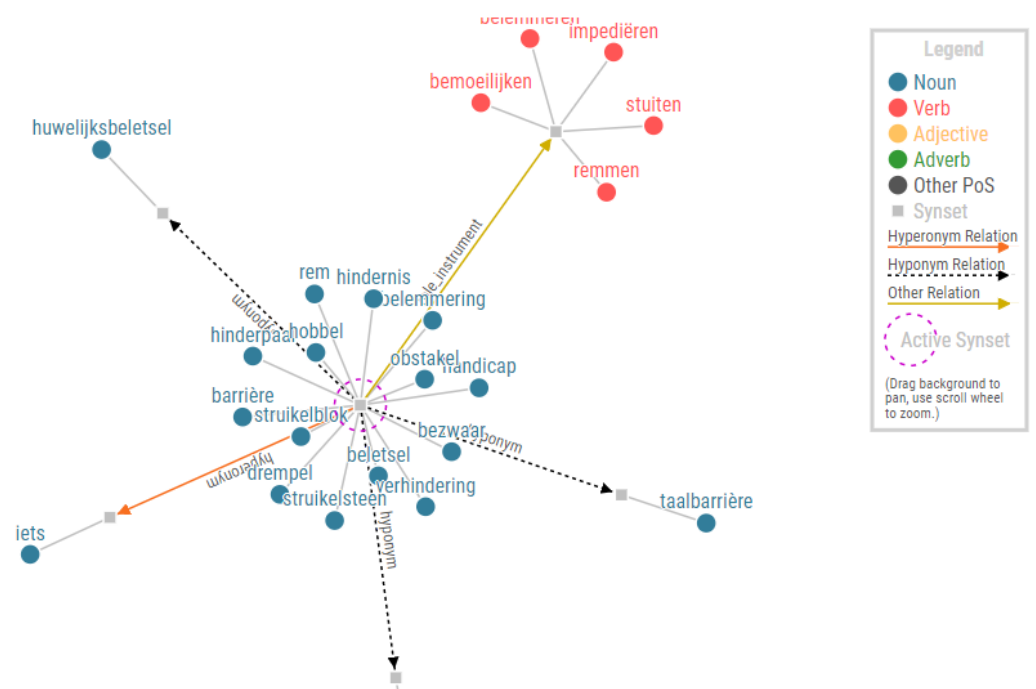


Afbeelding 1: Visualisatie van de steekwoorden die geassocieerd worden met het begrip 'oorlog', verkregen via http://cornetto.clarin.inl.nl/wordnet.xql?ssID=d_n-29837

‘reis’, verkregen via http://cornetto.clarin.nl/wordnet.xml?sslID=d_n-30425



'route', verkregen via http://cornetto.clarin.inl.nl/wordnet.xml?ssID=d_n-41787



Afbeelding 5: Visualisatie van de steekwoorden die geassocieerd worden met het begrip 'obstakel', verkregen via http://cornetto.clarin.inl.nl/wordnet.xql?ssID=d_n-32717

Bijlage 4: MIPVU (Steen, 2010)

De *Metaphor Identification Procedure Vrije Universiteit* is een stappenplan dat door Steen (2010) ontwikkeld is voor het identificeren van metaforen in teksten. Het stappenplan luidt als volgt:

1. Lees allereerst de gehele tekst om de algemene betekenis van de woorden te begrijpen.
2. Bepaal de lexicale eenheden in de tekst.
3. **A** Bepaal voor elke lexicale eenheid (woord) de contextuele betekenis. Onthoud goed wat er voor en na het specifieke woord komt.
B Bepaal voor elke lexicale eenheid of het ook een basisbetekenis heeft in een andere context, dit is het geval als:
 - Het woord concreter is. Het is makkelijker te zien, horen, voelen, ruiken, proeven en voor te stellen.
 - Het woord gerelateerd is aan lichamelijke actie.
 - Het woord preciezer is.
 - Het woord historisch ouder is.**C** Als het woord meer een basis betekenis in andere contexten heeft dan in de gegeven context, bepaal dan of de contextuele betekenis een tegenstelling vormt met de basis betekenis maar wel begrepen kan worden in vergelijking met die basis betekenis.
4. Indien ja, dan kan het woord metaforisch gebruikt worden.

Voorbeeld

1. ‘Waarom krijgen sommige mensen moeite met ademen met een mondkapje op? Corona is een onzichtbare vijand. Als je in een winkel loopt en je overal om je heen mensen met mondkapjes ziet, associeer je dat met gevaar.’
2. Waarom | Krijgen | Sommige mensen | moeite met ademen met een mondkapje op? | Corona | is | een onzichtbare vijand | Als | je | in een winkel | loopt | en | je | overal om | je | heen mondkapjes | ziet |, associeer | je | dat met gevaar. |
3. In dit geval is het vrij duidelijk dat het gaat om het woord ‘vijand’. De contextuele betekenis van vijand is in dit geval dat het corona een onzichtbare tegenstander is van

het volk, het wordt vergeleken met een kwaadaardige tegenstander die verslagen moet worden.

Voor de basisbetekenis wordt gekeken naar de definitie van ‘vijand’ in de Van Dale:

1. Iemand die haatgevoelens heeft en deze probeert te uiten in daden of woorden.
2. Vijandelijk leger; vijandelijk volk.

vijand. (2021). Van Dale. Geraadpleegd op 2 december 2021, van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/vijand>

4. Het woord vormt meer een basisbetekenis in andere contexten, maar kan ondanks de opvallende tegenstelling tussen de basis- en contextuele betekenis toch goed begrepen worden in deze context. Dus in dit voorbeeld is ‘vijand’ een metafoor.

