

De vluchteling: slachtoffer of overlevende?

Een vergelijkende corpusanalyse naar het gebruik van oorlogsmetaforen in de Volkskrant en Telegraaf

Refugees: victims or survivors?

A comparative corpus study about the use of war metaphors in the Volkskrant and Telegraaf



Radboud Universiteit Nijmegen

Lonneke Oosterbaan

S4605756

Bachelor Scriptie

Thema 13

15-07-2018

Berna Hendriks en Lidwien van de Wijngaert

l.oosterbaan@student.ru.nl

Samenvatting

Dit onderzoek maakt deel uit van een overkoepelend onderzoek dat focust op de verschillen in *framing* van vluchtelingen in de kwalitatieve krant Volkskrant en de populaire krant Telegraaf. De keuze voor de vergelijking tussen een kwalitatieve en populaire krant is gebaseerd op de verschillende manieren van berichtgeving in deze kranten. Een kwalitatieve krant beoogt op een informatieve manier nieuws te brengen over wat serieuzere onderwerpen, waar een populaire krant ook over ‘amusement’ bericht. Het gebruik van metaforen is een onderdeel van *framing* en in dit onderzoek staat de oorlogsmetafoor centraal. De oorlogsmetafoor hanteert termen gerelateerd aan het domein ‘oorlog’ om een bepaald concept in het oorlogsframe te presenteren. Het achterliggende doel van dit onderzoek was om aan te tonen in hoeverre de Volkskrant en Telegraaf van elkaar verschilden wat betreft het gebruik van positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen. Deze vraag is getoetst aan de hand van een vergelijkende corpusanalyse. Er is een corpus bestaande uit 56 artikelen samengesteld en deze artikelen zijn vervolgens gecodeerd op de aanwezigheid van oorlogsmetaforen en de waarde die deze oorlogsmetaforen hadden: positief, negatief of neutraal. Na het codeerproces zijn de resultaten van beide kranten vergeleken en er bleken geen significante verschillen te zijn. Een mogelijke oorzaak hiervoor zou de subjectiviteit van het codeerproces kunnen zijn. Om een representatiever beeld te schetsen over de *framing* van vluchtelingen en de verschillen hierin, zou een experiment kunnen worden toegepast. Een suggestie voor vervolgonderzoek is dan ook om het verschil tussen de Volkskrant en Telegraaf aan te tonen aan de hand van een experiment dat bijvoorbeeld de overtuigingskracht toetst van artikelen met en zonder oorlogsmetaforen.

1. Inleiding

“Een op de drie Nederlanders is bang voor vluchtelingen”, “Brusselse politie verjaagt vluchtelingen” en “Dat is die man uit de krant, die te lui is om te werken”. Zomaar een greep uit verschillende artikelen die in de laatste jaren werden gepubliceerd omtrent de vluchtelingencrisis. Een vluchteling wordt als volgt gedefinieerd door het rapport Vluchtelingenverdrag, zoals vermeld op de website van VluchtelingenWerk Nederland (2013): “Iemand die in zijn thuisland gegronde vrees heeft voor vervolging door godsdienst, politieke overtuiging, seksuele voorkeur of het behoren tot een bepaalde etnische groep. Diegene krijgt in zijn eigen land geen bescherming tegen deze vervolging.” Alle landen die het vluchtelingenverdrag in Geneve ondertekend hebben zijn wettelijk verplicht vluchtelingen op te nemen (N.b., 1969).

In de periode 2013-2014 werd een piek bereikt in het aantal vluchtelingen dat asiel aanvraagt in Nederland. Onder hen zijn dan nog veel Syriërs, die vluchten naar aanleiding van een aanhoudende burgeroorlog, waardoor de leefomstandigheden zijn verslechterd. Vanaf 2015 vonden ook vluchtelingen met andere etniciteiten hun weg naar Nederland (VluchtelingenWerk Nederland, 2015). De totale asielinstroom (eerste asielaanvragen, herhaal asielaanvragen en nareizigers) in 2015 was bijna twee keer zo hoog als in het jaar daarvoor, namelijk 58.880 asielaanvragen (Immigratie- en Naturalisatiedienst, 2016). Nederland was echter niet het enige land dat kampte met een stijging in de toestroom van vluchtelingen, overal in Europa steeg het aantal asielaanvragen gestaag. Dit veroorzaakte problemen, aangezien al deze vluchtelingen onderdak moesten krijgen maar sommige landen binnen de Europese Unie hen de toegang weigerden. Hierdoor kampten andere landen met een enorme toestroom aan vluchtelingen, waardoor overheidsinstellingen overbelast raakten en sommige landen vervolgens geen andere keuze zagen dan vluchtelingen terug te sturen of toegang tot het land te weigeren. Een van de gevolgen hiervan was dat honderdduizenden migranten probeerden deze landen te bereiken via de Middellandse Zee. Grote aantallen mensen werden vervoerd in kleine boten, zonder veel eten of drinken aan boord. Deze levensgevaarlijke tocht heeft duizenden mensen het leven gekost. Dat is de reden dat vanaf 2014-2015 gesproken wordt van een vluchtelingencrisis (Europa Nu, 2017).

Deze stijging in de toestroom van vluchtelingen was in jaren niet zo groot geweest en kreeg daardoor veel media-aandacht. Deze media-aandacht varieerde van nieuwsberichten over de laatste ontwikkelingen tot opiniestukken en interviews. Zo werd in relatief korte tijd een bepaald beeld geschetst over de vluchteling, dat veelal negatieve associaties oproep.

Berichtgeving over vechtpartijen in asielzoekerscentra, asielzoekers die opgepakt waren voor winkeldiefstal en asielzoekers die anderen bedreigden droegen bij aan dit negatieve imago. Deze negatieve berichtgeving resulteerde in een dominant negatief media discours dat resulteerde in angstgevoelens onder de bevolking, wat ervoor zorgde dat mensen tegen de komst van asielzoekers en het oprichten van nieuwe asielzoekerscentra waren (Shadid, 2005).

De media hebben een grote rol in de beïnvloeding en het creëren van deze attitude onder de bevolking, met name door de manier waarop vluchtelingen *geframed* werden. Het concept *framing* heeft betrekking op de manier waarop een boodschap gebracht wordt, waarbij sommige aspecten van deze boodschap extra worden benadrukt (Elliott & Hayward, 1998, p. 231). Zo wordt naast de feitelijke informatie ook een bepaalde mening overgedragen aan de lezers, die negatieve of positieve associaties kan oproepen. *Framing* kan door journalisten op verschillende manieren worden toegepast, bijvoorbeeld door het gebruik van metaforen. Een metafoor bestaat volgens Steen (2008, pp. 213-214) uit “*twee concepten die een overeenkomst hebben, waarbij het ene concept in het andere wordt uitgedrukt.*” In de zin ‘ik vecht tegen kanker’ is ‘vecht’ figuurlijk bedoeld, want tegen kanker kan niet echt worden gevochten. De voorbeeldzin roept op tot het ondernemen van actie. Een ziekte als kanker leent zich hier goed voor, want deze desastreuze ziekte heeft de kracht om zoveel kapot te maken dat het gezien kan worden als de ‘vijand’. Het genezingsproces wordt dan een ‘strijd’ of ‘gevecht’, waarbij de patiënt het ‘slachtoffer’ of de ‘overlevende’ is. Dit soort metaforen worden ook wel ‘strijdmetaforen’ of ‘oorlogsmetaforen’ genoemd (Olsman, 2017, p. 21). In dit onderzoek, dat zich focust op deze metaforen, zal de term oorlogsmetafoor gebruikt worden omdat deze term beter relateert aan de vluchtelingen crisis, vanwege de oorlogsachtergrond die vluchtelingen vaak hebben.

Dit onderzoek maakt samen met vijf andere deelonderzoeken deel uit van een overkoepelend onderzoek, waardoor alle zes deelonderzoeken een gemeenschappelijke hoofdvraag hebben. De gemeenschappelijke hoofdvraag heeft betrekking tot *framing* in het algemeen en de manier waarop de Volkskrant en Telegraaf hierin verschillen in de berichtgeving over vluchtelingen. Elk deelonderzoek belicht een aspect van *framing*, en in dit onderzoek is dat het gebruik van oorlogsmetaforen in artikelen van de Volkskrant en Telegraaf. Twee van de zes deelonderzoeken richten zich op metaforen, waarbij dit onderzoek er een van is. Het andere onderzoek is het parallelonderzoek van Floyd Kuijt, waar de specifieke focus de ‘watermetafoor’ is. De resultaten van beide onderzoeken kunnen mogelijk bijdragen aan het schetsen van een concreter beeld over de verschillen in metafoorgebruik van de berichtgeving van Volkskrant en Telegraaf over vluchtelingen.

Het oorlogsframe, dat in dit onderzoek centraal staat, bestaat uit woorden gerelateerd aan het domein ‘oorlog’, zoals ‘overwinnen’, ‘strijden’ en ‘wapens’, om iets uit te drukken. Deze woorden kunnen ook metaforisch gebruikt worden met betrekking tot de vluchtelingen problematiek. Tot nu toe heeft onderzoek naar oorlogsmetaforen voornamelijk betrekking gehad op de gezondheidscommunicatie, aangezien deze vorm van communicatie zich hier goed voor leent door de complexiteit van de onderwerpen. In dit onderzoek wordt getracht aan te tonen op welke wijze de populaire en kwaliteitskrant van elkaar verschillen in de toepassing van oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen, waar mogelijk kan blijken dat de oorlogsmetafoor zich ook voor dit type communicatie leent. Een onderscheid in oorlogsmetaforen zal worden gemaakt op basis van waarde: positief, neutraal of negatief. Centraal staat de vergelijking tussen de Volkskrant en Telegraaf in het gebruik van oorlogsmetaforen, om uiteindelijk tot een conclusie te komen die helpt bij het formuleren van een antwoord op de hoofdvraag.

In het theoretisch kader komen verschillende concepten aan bod. Eerst wordt het verschil tussen populaire en kwaliteitskranten besproken, vervolgens worden de begrippen *framing* en discours uitgelegd en wordt het concept oorlogsmetafoor toegelicht, waaruit de deelvragen worden afgeleid. Vervolgens worden er methoden gekozen voor het onderzoek en daaropvolgend worden de resultaten gerapporteerd, waaruit een conclusie wordt getrokken. Ten slotte worden in de discussie sectie de beperkingen van het onderzoek besproken en worden er suggesties gegeven voor vervolgonderzoek.

2. Theoretisch kader

2.1 *Verschil populaire kranten en kwaliteitskranten*

Om de hoofd- en deelvragen in te leiden is het van belang kennis te hebben over de verschillende concepten die hieraan gerelateerd zijn. Tot deze concepten behoren onder andere *framing*, metaforen in het algemeen en de oorlogsmetafoor in het bijzonder. De verschillen tussen de Volkskrant en Telegraaf wat betreft het gebruik van (oorlogs)metaforen staan centraal in dit onderzoek. Voor deze kranten is gekozen omdat de Telegraaf gecategoriseerd wordt als ‘populaire krant’ en de Volkskrant tot de categorie ‘kwaliteitskrant’ behoort. Het verschil tussen deze categorieën is af te leiden uit de stijl van de kranten. Een populaire krant bericht naast nieuws uit binnen- en buitenland over ‘amusement’. Onder amusement wordt de wat mildere versie van nieuws verstaan. Zo kan een populaire krant ook artikelen bevatten over de showbizz, of over evenementen zoals de Olympische Spelen. Mede door de variatie aan artikelen heeft deze krant een breder publiek dan een kwaliteitskrant (Schaap & Pleijter, 2012, pp. 76-77). Kwaliteitskranten daarentegen beogen op een informatieve manier nieuws te brengen over serieuze onderwerpen, zoals de politiek (Bakker & Scholten 2009; Schaap & Pleijter 2012). De artikelen in kwaliteitskranten worden gekenmerkt door meer diepgang, een vaak wat moeilijkere woordkeuze en een kritische benadering (Kussendrager & Lugt, 2007). De doelgroep van deze krant is dan ook een stuk kleiner dan de doelgroep van een populaire krant. Kussendrager en van der Lugt (2007, pp. 20-21) illustreren het verschil tussen deze kranten met twee voorbeelden van mogelijke titels. Een kwaliteitskrant past een afstandelijke benadering naar onderwerpen toe, waardoor een titel formeler is, bijvoorbeeld: “Nederland zendt schepen naar de Golf.” Een populaire krant daarentegen kan een artikel inleiden met een informelere titel, zoals: “Onze Jannen op miljoenenjacht.” Dit demonstreert het verschil tussen de benadering van nieuws en de berichtgeving hierbij van populaire- en kwaliteitskranten.

2.2 *Discours en framing*

Om een passend antwoord te formuleren op de onderzoeksvraag wordt de discours over vluchtelingen in kranten onderzocht. Discours wordt in het onderzoek van Hall (1992, p. 201) als volgt gedefinieerd: “*A discourse is a group of statements which provide a language for talking about - i.e. a way of representing - a particular kind of knowledge about a topic*”. Samenvattend is dit de volledige berichtgeving over een bepaald onderwerp waardoor een gezamenlijk beeld geschetst wordt over de situatie. Iedereen kan bijdragen aan een discours,

alleen sommige individuen hebben meer macht dan anderen en hun taal zal daardoor dominanter zijn. Zo kunnen bijvoorbeeld journalisten meer macht uitoefenen bij de vorming van een discours (van Dijk, 2010, p. 469). Een manier waarop zij meer macht uitoefenen op de publieke opinievorming is door middel van *framing*. Onder *framing* wordt verstaan dat onderwerpen in nieuwsberichten op een bepaalde manier worden beschreven zodat het publiek bewust of onbewust naar een standpunt wordt geleid (Pan & Kosicki, 1993). Door middel van *framing* worden slechts een aantal aspecten van een gebeurtenis belicht, waardoor de nadruk voornamelijk op deze aspecten komt te liggen en de aandacht van lezers gereguleerd wordt. Hierdoor kan de lezer een vertekend beeld krijgen van een bepaalde situatie, omdat delen worden weggelaten of juist overdreven worden (Entman, 1993, p. 52). Journalisten maken in artikelen vaak (onbewust) gebruik van *framing*, om het lezerspubliek in een bepaalde denkrichting te sturen en hierbij een mening te laten vormen.

2.3 Effecten van positieve en negatieve framing

Het *framen* van informatie kan op verschillende manieren worden toegepast. Tversky en Kahneman (1979) onderscheiden twee soorten *frames* die verschillende effecten hebben, namelijk het *gain*-frame (positief) en het *loss*-frame (negatief). Een *gain*-frame benadrukt de winst die met een keuze behaald kan worden, zoals bij: “tweemaal daags tanden poetsen zorgt voor minder gaatjes en voor een frisse adem.” Een *loss*-frame daarentegen plaatst nadruk op eventuele verliezen die een keuze met zich meebrengt, namelijk: “niet tweemaal daags tanden poetsen zorgt voor gaatjes en een slechte adem.” Shen en Dillard (2007) onderzochten de effecten die deze *frames* teweeg brachten en vonden dat een *gain*-frame overwegend positieve gevoelens en minder negatieve gevoelens overbrengt, wat bij een *loss*-frame andersom is. Van 't Riet et al. (2010, p. 1272) onderzochten de effecten van positieve (*gain*) en negatieve (*loss*) *frames* op de overtuigingskracht van een boodschap. Uit de resultaten bleek dat zowel een negatief als een positief *frame* de overtuigingskracht van een boodschap kunnen beïnvloeden. Een negatief *frame* kan dienen als motiverende factor om de lezer te overtuigen bepaald gedrag te gaan vertonen. Een positief *frame* daarentegen creëert een positieve houding tegenover het beschreven concept en vergroot de acceptatie van de beschreven informatie. Rothman et al. (2006, p. 214) stellen dat een *gain*-frame het best gebruikt kan worden bij preventiegedrag (bijvoorbeeld zonnebrand gebruiken om huidkanker te voorkomen) en een *loss*-frame bij detectiegedrag (borstonderzoek doen om borstkanker snel te ontdekken).

2.4 Framing door middel van metaforen

Framing kan worden toegepast op syntactisch niveau, maar kan ook voorkomen op semantisch niveau, in de vorm van metaforen. Charteris-Black (2011, p. 18) definieert een metafoor als volgt: “*A metaphor provides a frame through which words from a literal source domain are used to interpret a lesser known, abstract target domain.*” Een metafoor draagt bij aan het versterken, begrijpelijker maken, of het eenvoudiger conceptualiseren van een uitdrukking.

Lakoff & Johnson (1980, pp. 10-15) maken onderscheid tussen vier soorten metaforen: de structurele metafoor, de oriënterende metafoor, een ontologische metafoor en de personificatie. De oorlogsmetafoor die in dit onderzoek centraal staat behoort tot de categorie structurele metaforen. Een structurele metafoor houdt in dat één concept wordt beschreven aan de hand van termen uit een ander concept.. Een voorbeeld hiervan is het ‘kanker als oorlog’ principe. De ziekte kanker wordt hierbij beschreven in termen die gerelateerd zijn aan het domein ‘oorlog’.

Daarnaast kan een oorlogsmetafoor voorkomen in de vorm van een personificatie. Dit wordt gedefinieerd door Lakoff & Johnson als: “een fysiek levenloos object waar menselijke eigenschappen aan worden toegeschreven” (1980, pp. 34-35, vertaling LO). Een voorbeeld van een personificatie die in de berichtgeving over vluchtelingen voor zou kunnen komen, is ‘het AZC vecht tegen strengere overheidsmaatregelen.’ De menselijke eigenschap vechten wordt in dit voorbeeld aan het asielzoekerscentra toegekend, waardoor het AZC gepersonaliseerd wordt.

2.5 Veelzijdigheid metafoorgebruik in de gezondheidscommunicatie

Een metafoor kan gebruikt worden voor verschillende doeleinden en een daarvan is het begrijpelijker maken van complexe concepten. Het gebruik van metaforen in een tekst kan meerdere effecten teweegbrengen bij lezers, wat aantoont hoe veelzijdig deze manier van figuurlijk taalgebruik is. In de gezondheidscommunicatie worden metaforen veelvuldig toegepast, aangezien ziektebeelden complex zijn en het praten hierover een precair onderwerp is. Metaforische uitdrukkingen kunnen een simpeler beeld schetsen over complexe ziektebeelden en daardoor bepaalde informatie minder direct brengen. De communicatie over vluchtelingen kent een aantal gelijkenissen met de gezondheidscommunicatie, aangezien de vluchtelingencrisis ook door menigeen als gevoelig onderwerp wordt gezien. Daarnaast leent de vluchtelingencrisis zich, net als bepaalde ziekten, goed voor oorlogsmetaforische

beschrijvingen aangezien een vluchteling in zekere zin ook een strijd levert om een verblijfsvergunning te krijgen. Echter, het onderzoek naar het gebruik en effecten van oorlogsmetaforen beperkt zich vooralsnog tot de gezondheidscommunicatie. De onderzoeken van Scherer et al. (2014), Semino et al. (2015) en Semino et al. (2016) die in deze paragraaf worden aangehaald, hebben als inspiratiebron gediend voor dit onderzoek en mogelijk zullen de resultaten van dit onderzoek met eerder onderzoek overeenkomen. Vandaar dat gekozen is om de resultaten van eerdere onderzoeken, met betrekking tot de effecten die een oorlogsmetafoor teweeg kan brengen, in deze paragraaf te beschrijven.

Een recentelijk voorbeeld van dit metafoorgebruik was de campagne van ALS Nederland, waar patiënten werden afgebeeld met de zin: “*Ga door met mijn strijd.*” In dit voorbeeld wordt het hebben van de spierziekte ALS *geframed* als het vechten in een oorlog. Het voornaamste doel van het gebruiken van strijd- of oorlogsgerelateerde metaforen in de gezondheidscommunicatie wordt beschreven door Scherer, Scherer en Fagerlin (2014, p. 38), in een artikel over de invloed van metafoorgebruik in het nemen van medische besluiten. Scherer et al. (2014) stellen dat patiënten zich bij een ziekte als kanker vaak machteloos voelen en het gevoel hebben dat zij hier niks tegen kunnen doen. Door het schetsen van een beeld dat het overleven van de ziekte een ‘oorlog’ is, zullen patiënten niet langer een afwachterende rol aannemen maar actie ondernemen en terug ‘vechten’. Ondanks dat dit ook een positieve invloed kan uitoefenen op patiënten is er veel kritiek geweest op deze manier van *framing*. Het schetsen van een ziekte als iets wat ‘overwonnen’ kan worden duidt op een onrealistisch beeld. Genezen van een ziekte als kanker is iets wat buiten de macht van een patiënt ligt, ook al ‘vecht’ deze er nog zo hard tegen. Het afbeelden van kanker als een ‘strijd’ impliceert daarnaast dat diegene die deze ziekte niet kon overwinnen, er niet hard genoeg voor hebben ‘gestreden’ (Semino, Demjén, & Demmen, 2016, p. 7).

Het gebruik van deze metaforen kan dus ook een averechtse werking hebben en negatieve associaties oproepen bij patiënten. Semino et al. (2015, p. 5) onderzochten hoe patiënten hun ziektebeeld beschreven aan de hand van twee soorten metaforen: de ‘*journey* metafoor’ en de ‘*violence* metafoor’. De *violence* metafoor komt overeen met een oorlogsmetafoor en beeldt de ziekte uit als een gevecht, waar de *journey* metafoor de ziekte beschrijft als een lastige reis die de patiënt moet afleggen. Uit de resultaten van dit onderzoek bleek dat beide metaforen zowel positieve als negatieve associaties teweeg kunnen brengen. Patiënten putten kracht en betekenis uit het beschrijven van hun ziekte als een strijd die zij aangaan. Sommige patiënten meenden zelfs dat het een gevoel van trots teweegbracht om zichzelf in een aanvallende rol te plaatsen.

Een jaar later hebben Semino, Demjén en Emmen (2016, p. 17) een soortgelijk onderzoek gedaan, naar de uitdrukkingen die kankerpatiënten gebruiken wanneer zij over hun ziekte praten met anderen en welke gevoelens deze uitdrukkingen oproepen. De context waarin oorlogsmetaforen werden gebruikt, bleek essentieel te zijn voor de associatie die het opriep. Patiënten die ongeneeslijk ziek waren voelden zich vooral machteloos door het metafoorgebruik, waar herstellende patiënten aangaven dat deze metaforen juist een motiverende werking hadden. Uit deze resultaten blijkt dat oorlogsmetaforen een lezer in zowel positieve als negatieve zin kan beïnvloeden, wat het een krachtig overtuigingsmiddel maakt.

Bovengenoemde onderzoeken hebben uitgewezen dat (oorlogs)metaforen verschillende associaties kunnen oproepen en dat dit veelal te maken heeft met de context waarin deze gebruikt worden. Een positieve oorlogsmetafoor roept een positieve associatie op, bijvoorbeeld ‘overwinnen’. Een negatieve oorlogsmetafoor daarentegen roept negatieve associaties op, zoals ‘terroristen’. De neutrale oorlogsmetafoor daarentegen geeft enkel informatie, bijvoorbeeld ‘militaire opleiding’. De onderzoeken en bijbehorende resultaten die zijn aangehaald beperken zich echter alleen tot de gezondheidscommunicatie. Desastreuze ziekten zoals kanker lenen zich dan ook bijzonder goed om te beschrijven als een oorlog of strijd welke een patiënt aan moet gaan. Echter, oorlogsmetaforen zouden mogelijk ook succesvol kunnen worden toegepast in een andere context. Het vluchtelingen discours is gerelateerd aan het domein oorlog, aangezien het merendeel van de vluchtelingen een oorlogsachtergrond heeft of heeft moeten vluchten door een onveilig situatie in het thuisland. Het is daarom niet onwaarschijnlijk dat zij mede hierom in kranten beschreven worden als ‘slachtoffers’, ‘overwinnaars’ of als andere oorlogsgelateerde metaforische begrippen.

De overkoepelende hoofdvraag van dit onderzoek heeft betrekking tot verschillen in *framing* tussen twee soorten kranten. De hoofdvraag is opgedeeld in zes verschillende deelonderzoeken, die elk een eigen aspect van *framing* onderzoeken. De deelonderzoeken vullen elkaar aan, waardoor er een uitgebreidere vergelijking tussen de Volkskrant en Telegraaf kan worden gemaakt. Op dit moment is het echter nog niet mogelijk om een uitgebreide vergelijking tussen de twee kranten te maken wat betreft de (Nederlandse) berichtgeving over vluchtelingen, aangezien er vaak slechts een aspect van framing wordt onderzocht. Er is daarom gekozen voor een vraagstelling die de problematiek op een bredere manier benadert, namelijk:

Op welke manier verschillen Nederlandse kwaliteitskranten en populaire kranten in de framing van hun berichtgeving over vluchtelingen?

In de Volkskrant en De Telegraaf in 2016.

Het gebruik van oorlogsmetaforen van de Volkskrant en Telegraaf in de berichtgeving over vluchtelingen staat in dit onderzoek centraal. Om te onderzoeken of deze twee kranten daadwerkelijk verschillen in de berichtgeving over vluchtelingen, zal er een onderscheid gemaakt worden tussen positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen. De hoofdvraag van dit deelonderzoek luidt als volgt:

HV: *In hoeverre is er een verschil in het gebruik van positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen van de Volkskrant en Telegraaf?*

Deze hoofdvraag is opgedeeld in drie deelvragen:

1. *In hoeverre is er een verschil in het gebruik van positieve oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen van de Volkskrant en Telegraaf in 2016?*
2. *In hoeverre is er een verschil in het gebruik van negatieve oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen van de Volkskrant en Telegraaf in 2016?*
3. *In hoeverre is er een verschil in het gebruik van neutrale oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen van de Volkskrant en Telegraaf in 2016?*

3. Methode

3.1 Materiaal

Het corpus bestond uit 60 artikelen, waarvan er 30 gepubliceerd zijn in de Telegraaf en 30 in de Volkskrant. Hier is voor gekozen omdat de Telegraaf representatief is voor de categorie populaire kranten en de Volkskrant representatief is voor de kwaliteitskranten. Na het analyseren van de resultaten werd een vergelijking gemaakt tussen deze kranten op basis van het gebruik van *framing* in de berichtgeving over vluchtelingen.

De artikelen uit het corpus zijn afkomstig uit het jaar 2016 en zijn minimaal 450 tot maximaal 1000 woorden lang. Voor deze lengte is gekozen omdat dit de gemiddelde lengte is van het type berichtgeving dat onderzocht is in dit onderzoek. In 2016 was de vluchtelingencrisis op zijn hoogtepunt, vandaar de keuze voor een corpus bestaande uit krantenartikelen die in dit jaar werden gepubliceerd. Na het codeerproces zijn vier artikelen verwijderd uit het corpus omdat deze de voorgeschreven lengte overschreden. Alle artikelen zijn in maart 2018 verzameld en werden geclassificeerd als redactionele berichten en nieuwsberichten met als overkoepelend thema vluchtelingen. Ingezonden brieven of opiniestukken werden niet opgenomen in het corpus.

Dit onderzoek maakt onderdeel uit van een groter geheel, bestaande uit zes onderzoeken naar verschillende vormen van framing. Voor alle deelonderzoeken werd gebruik gemaakt van hetzelfde corpus. De selectie van het corpus was niet random omdat een artikel aan bovenstaande genoemde criteria moest voldoen. De online database LexisNexis werd gebruikt om naar geschikte artikelen te zoeken. De selectie van artikelen werd gedaan aan de hand van de volgende zoekwoorden: asielzoeker, migrant, gelukszoeker, vluchteling, bootvluchteling en immigrant. In totaal had het corpus een omvang van 35.818 woorden. In de appendix is een tabel bijgevoegd met alle artikelen per krant, de datum, titel, naam auteur en aantal woorden.

Het codeerproces in dit onderzoek focust op de aan- of afwezigheid van oorlogsmetaforen in krantenartikelen en de daaraan gekoppelde waarden. Zowel eenvoudige als meervoudige wordeenheden zijn in het corpus gecodeerd en geëvalueerd op basis van de volgende waardes: positief, negatief en neutraal.

3.2 Procedure

In dit onderzoek werd het metafoordomein ‘oorlog’ in de berichtgeving over vluchtelingen geanalyseerd. In het theoretisch kader is de oorlogsmetafoor gedefinieerd naar aanleiding van

bestaande literatuur. Er is gebruik gemaakt van een kwalitatieve methode welke onderbouwd wordt met een handmatig gecodeerde kwantitatieve analyse. Dit was noodzakelijk om de verschillen tussen de twee soorten kranten te onderzoeken. Verdere uitleg over het codeerproces is te vinden in de codeerinstructie, die bijgevoegd is in de appendix.

Alle artikelen werden geanalyseerd op basis van het aantal oorlogsmetaforische uitdrukkingen, waar vervolgens een waarde aan werd toegekend. Deze oorlogsmetaforische uitdrukkingen werden per artikel opgeteld. Zowel eenvoudige als meervoudige woordeenheden die gerelateerd zijn aan het domein “oorlog” zijn gecodeerd op basis van drie waarden: positief, negatief en neutraal. Een metafoor die eenvoudig of meervoudig was, kreeg geen extra codering, aangezien dit af te leiden is uit de metafoor zelf. De woorden of zinsdelen die gecodeerd zijn, behoren tot adverbia, predicaten, nomina of andere soorten zinsdelen. Als een woord in de context een positieve associatie had, bijvoorbeeld bij overwinnen, dan werd het gecodeerd als ‘positief’. Als een woord in de context een negatieve associatie had, bijvoorbeeld bij “vluchtelingen zijn op oorlogspad”, dan werd het gecodeerd als negatief. Ontbrak het bij een woord aan een specifieke negatieve of positieve associatie maar gaf het enkel informatie, bijvoorbeeld “militaire opleiding”, dan werd hier een neutraal oorlogsframe gebruikt. Als er geen oorlogsmetaforen werden gevonden in een artikel dan werd deze gecodeerd als ‘geen oorlogsmetaforen’. Deze variabele is van nominaal meetniveau.

Om het onderzoek betrouwbaar en valide te maken, is een intercodeur betrouwbaarheidstest gedaan waarbij twee codeurs 5 artikelen (4 afkomstig uit de Volkskrant en 1 uit de Telegraaf) hebben gecodeerd aan de hand van een codeerinstructie, die te bijgevoegd is in de appendix. Deze artikelen zijn geselecteerd door middel van een steekproef. Vervolgens is de intercodeur betrouwbaarheid berekend om te testen of de codeerinstructie duidelijk genoeg was en overeenstemming kon worden bereikt tussen de codeurs. De intercodeur betrouwbaarheid werd berekend op basis van het identificeren van oorlogsmetaforen en het toekennen van een waarde. Een positieve beoordeling kreeg het cijfer 2, een negatieve beoordeling cijfer 1 en neutraal het cijfer 0. Hierdoor is het kwantitatieve aspect van dit onderzoek goed meetbaar en kan het op een overzichtelijke manier in kaart worden gebracht. De intercodeur betrouwbaarheid is twee keer berekend en was twee keer onacceptabel, de eerste keer namelijk -0.3 en daarna 0.033. Een matig betrouwbare Cohen’s Kappa wordt pas bereikt vanaf 0.21. Aangezien deze test twee keer is uitgevoerd zal de lage score niet te wijten zijn aan een onduidelijke codeerinstructie. Het coderen van artikelen is uitermate subjectief, aangezien het beoordelen van uitdrukkingen als

wel of geen oorlogsmetafoor vooral gebaseerd is op een interpretatie en de duiding van waarde ook ambigu is. Hierdoor kon het gebeuren dat er weinig overlap tussen beide codeurs was waardoor de betrouwbaarheid niet voldoende was. Daarnaast kan de lage score mogelijk veroorzaakt zijn doordat beide codeurs niet alleen de oorlogsmetaforen moesten identificeren, maar er ook een waarde toegekend moest worden aan elke oorlogsmetafoor. Hierdoor konden codeurs op twee gebieden van elkaar verschillen, wat mogelijk een lagere Cohen's Kappa veroorzaakt heeft. Desondanks is de codeerinstructie na de tweede keer onveranderd gebleven, aangezien het interpretatieve gehalte van de oorlogsmetafoor een aannemelijke oorzaak kan zijn van de lage intercodeur betrouwbaarheid.

3.3 Statistische toetsen

Om aan te tonen of de Volkskrant en de Telegraaf van elkaar verschillen in het gebruik van oorlogsmetaforen zijn er na het codeerproces frequentietabellen opgesteld. Er is uitgerekend hoeveel oorlogsmetaforen er voorkwamen per 100 woorden voor beide kranten. Daarnaast is er getoetst of er een correlatie was tussen het aantal woorden per artikel en het aantal gebruikte metaforen. Tot slot werd er een Chi-kwadraat toets uitgevoerd om de mogelijke samenhang tussen de soort krant en het aantal gecodeerde oorlogsmetaforen te toetsen.

4. Resultaten

Alle verzamelde data werden verwerkt in Excel, waarna de berekeningen werden uitgevoerd in SPSS. Er is een Chi-kwadraat test uitgevoerd om te toetsen of de twee kranten significant van elkaar verschilden wat betreft de frequentie van het aantal gecodeerde positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen. Daarnaast focust dit onderzoek voornamelijk op soort, gebruik en de frequentie van metaforen en niet op kwantitatieve significantie, waardoor er minder statistische toetsen zijn uitgevoerd.

4.1 Verdeling oorlogsmetaforen Telegraaf en Volkskrant

Tabel 1. Verdeling oorlogsmetaforen deelcorpus Telegraaf en Volkskrant

	<i>Tot. metaforen</i>	<i>Tot. positief</i>	<i>Tot. neutraal</i>	<i>Tot. negatief</i>
Telegraaf	59	1	11	47
Volkskrant	100	3	17	80
Gehele corpus	159	4	28	127

Het deelcorpus van de Volkskrant telde 100 oorlogsmetaforen in totaal, waar het deelcorpus van de Telegraaf 59 oorlogsmetaforen telde. Desondanks zijn deze resultaten pas representatief als ze zijn gecorrigeerd naar de lengte van het gehele deelcorpus. De correctie is opgenomen in tabel 3, 4 en 5. In tabel 2 wordt het gemiddelde aantal metaforen per artikel en de bijbehorende standaarddeviatie weergegeven. Daarnaast werd er een correlatie berekend tussen het aantal woorden per artikel en het aantal metaforen.

Tabel 2. Gemiddeldes van metaforen per artikel voor TG en VK

	<i>Aantal artikelen</i>	<i>M</i>
Telegraaf	29	1.97
Volkskrant	27	3.43
Gehele corpus	56	2.70

Gemiddeld genomen kwamen er in artikelen van de Volkskrant ($M= 3.43$) meer oorlogsmetaforen voor dan in de artikelen van de Telegraaf ($M=1.97$), wat te zien is in tabel 2. Het gemiddelde van het hele corpus ($M= 2.70$) zit tussen deze twee waardes in.

4.2 Correlatie aantal woorden per artikel en aantal metaforen

Om aan te tonen of er een correlatie bestond tussen het aantal gecodeerde metaforen per artikel en de artikellengte, werd een correlatietest uitgevoerd. Uit de correlatie voor het aantal woorden per artikel en het totaal aantal metaforen per artikel bleek geen significant verband te bestaan ($r(56) = .048, p = .728$). Naarmate een artikel meer woorden had bleken er niet meer metaforen in voor te komen, wat de resultaten representatiever maakt. Het deelcorpus dat gemiddeld langere artikelen had hoeft dus niet meer metaforen te bevatten.

4.3 Aantal oorlogsmetaforen per 100 woorden voor de Volkskrant en Telegraaf

Tabel 3. Positieve oorlogsmetaforen per 100 woorden (absolute en procentuele aantallen) in de Volkskrant en Telegraaf

	<i>TG</i>	<i>Metaforen per 100</i>	<i>VK</i>	<i>Metaforen per 100</i>	<i>Totaal</i>
Positieve oorlogsmetaforen	1	.005	3	.017	4
Tekstlengte	18959	100	16859	100	35818

Het deelcorpus van de populaire krant Telegraaf, bestaande uit 18.959 woorden, telt ruim 2000 woorden meer dan het deelcorpus van de kwaliteitskrant Volkskrant (bestaande uit 16.859 woorden). In tabel 3 staan de uitkomsten van de berekeningen van het aantal positieve oorlogsmetaforen per 100 woorden, dit is gedaan om de twee kranten beter met elkaar te vergelijken. Na het coderen zijn er drie artikelen uit de Volkskrant en één artikel uit de Telegraaf verwijderd omdat deze de voorgeschreven lengte van artikelen overschreden, waardoor het deelcorpus van de Volkskrant minder woorden telt. In tabel 1 staat de verdeling van het aantal gecodeerde positieve oorlogsmetaforen van de twee kranten vermeld. In totaal zijn er vier positieve oorlogsmetaforen gevonden in 56 artikelen. Het aantal positieve oorlogsmetaforen per 100 woorden in de artikelen van de Telegraaf was extreem laag, namelijk 0.005. Voor de artikelen van het Volkskrant was dit aantal iets hoger, namelijk 0.017 positieve oorlogsmetaforen per 100 woorden. De Volkskrant gebruikte 3 keer zoveel positieve oorlogsmetaforen dan de Telegraaf.

Tabel 4. Neutrale oorlogsmetaforen per 100 woorden (absolute en procentuele aantallen) in de Volkskrant en Telegraaf

	<i>TG</i>	<i>Metaforen per 100</i>	<i>VK</i>	<i>Metaforen per 100</i>	<i>Totaal</i>
Neutrale oorlogsmetaforen	11	.058	17	.100	28
Tekstlengte	18959	100	16859	100	35818

In tabel 4 worden de gecodeerde neutrale oorlogsmetaforen weergegeven. Er werden in totaal 11 neutrale oorlogsmetaforen gevonden in het deelcorpus van de Telegraaf en 17 neutrale oorlogsmetaforen in de artikelen van de Volkskrant. De neutrale oorlogsmetaforen in het deelcorpus van de Volkskrant bedroegen 61% van het totaal aantal neutrale oorlogsmetaforen, wat het procentuele verschil tussen beide kranten in de gecodeerde neutrale oorlogsmetaforen 26% maakt. Het aantal metaforen per 100 woorden in het deelcorpus van de Volkskrant was .100, bijna twee keer zoveel als het aantal metaforen per 100 woorden in het deelcorpus van de Telegraaf. Het aantal metaforen per 100 woorden bedroeg namelijk in dit deelcorpus .058.

Tabel 5. Negatieve oorlogsmetaforen per 100 woorden (absolute en procentuele aantallen) in de Volkskrant en Telegraaf

	<i>TG</i>	<i>Metaforen per 100</i>	<i>VK</i>	<i>Metaforen per 100</i>	<i>Totaal</i>
Negatieve oorlogsmetaforen	47	.248	80	.474	127
Tekstlengte	18959	100	16859	100	35818

In het deelcorpus van de Telegraaf werden in totaal 47 negatieve oorlogsmetaforen gecodeerd. Het aantal metaforen per 100 woorden voor deze krant bedroeg .248. Het aantal negatieve oorlogsmetaforen in de Volkskrant was aanzienlijk hoger, er werden namelijk 80 metaforen gecodeerd. Het aantal metaforen per 100 woorden bedroeg .474. In de gecodeerde artikelen van de Volkskrant werden ruim 2 keer zoveel negatieve oorlogsmetaforen gevonden dan in de artikelen van de Telegraaf.

Tabel 6. Totaal aantal metaforen per 100 woorden voor het hele corpus

	<i>Totaal</i>	<i>Metaforen</i>	<i>Totaal</i>	<i>Metaforen</i>	<i>Totaal</i>	<i>Metaforen</i>	<i>Totaal</i>	<i>Metaforen</i>
		<i>per 100</i>	<i>positief</i>	<i>per 100</i>	<i>neutraal</i>	<i>per 100</i>	<i>negatief</i>	<i>per 100</i>
Aantal metaforen	159	0.444	4	0.011	28	0.078	127	.355
Tekstlengte	35818	100	35818	100	35818	100	35818	100

Voor het gehele corpus waren er .444 metaforen per 100 woorden. Het aantal positieve oorlogsmetaforen per 100 woorden bedroeg .011. Het aantal neutrale oorlogsmetaforen per 100 woorden was hoger, namelijk 0.078. Het aantal negatieve oorlogsmetaforen per 100 woorden bedroeg .355.

4.4 Chi-kwadraat toets

Om te toetsen of er een samenhang was tussen het soort krant (populaire of kwaliteitskrant) en het aantal gecodeerde oorlogsmetaforen werd er een Chi-kwadraat toets uitgevoerd. De resultaten van de χ^2 - toets tussen soort krant (Volkskrant of Telegraaf) en aantal oorlogsmetaforen toonden aan dat er geen significant verband was ($\chi^2(2) = .309, p = .857$). Deze uitkomst was te verwachten, aangezien er zowel eenwoordige als meerwoordige metaforen zijn gecodeerd en de score voor positieve oorlogsmetaforen minder dan vijf bedraagt.

Tabel 7. Resultaten Chi-kwadraat toets

Waarde	<i>Volkskrant</i>	<i>VK%</i>	<i>Telegraaf</i>	<i>TG%</i>	<i>Totaal</i>
Positief	3a	3	1a	1.7	4
Neutraal	17a	17	11a	18.6	28
Negatief	80a	80	47a	79.7	127
Totaal	100	100	59	100	159

4.5 Kwalitatieve analyse

De oorlogsmetaforen die werden gecodeerd bestonden voornamelijk uit dezelfde woorden. Uit alle negatieve oorlogsmetaforen werd ‘aanslag(en)’ het vaakst gecodeerd, namelijk 13 keer. ‘Terrorist(en)’ was ook een van de negatieve oorlogsmetaforen die vaak gecodeerd werd, namelijk 10 keer. Voorbeelden van neutrale oorlogsmetaforen waren ‘oorlogsvluchteling’ of ‘militair opgeleide personen’. Woorden gerelateerd aan ‘militair(e)’ waren neutrale oorlogsmetaforen die het vaakst gecodeerd werden. Er werden slechts vier positieve oorlogsmetaforen gecodeerd, namelijk: ‘overlevenden’ (twee keer), ‘vreedzame’ en ‘veiligheidstroepen’. Het artikel uit het corpus waar de meeste oorlogsmetaforen in werden gecodeerd telde er 33. Het gemiddeld aantal oorlogsmetaforen per artikel was 2.7.

5. Conclusie

Het doel van dit exploratieve onderzoek was om een patroon te kunnen herkennen in de berichtgeving over vluchtelingen van de Telegraaf en Volkskrant. De volgende onderzoeksvraag stond hierbij centraal:

“Op welke manier verschillen Nederlandse kwaliteitskranten en populaire kranten in de framing van hun berichtgeving over vluchtelingen?”

In de Volkskrant en De Telegraaf in 2016.

Met zes deelonderzoeken, uitgevoerd door verschillende studenten, is geprobeerd om verschillende aspecten hiervan te belichten en zo een uitgebreid beeld te schetsen van de verschillen tussen deze twee soorten kranten (Telegraaf en Volkskrant). Dit deelonderzoek focuste op het gebruik van oorlogsmetaforen en het verschil in het gebruik van positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen van de Volkskrant en Telegraaf. De deelvragen die bij dit onderzoek hoorden hadden als doel aan te tonen in hoeverre het gebruik van positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen in de berichtgeving over vluchtelingen van de Volkskrant en Telegraaf in 2016 van elkaar verschilden.

5.1 Verschil in gebruik positieve oorlogsmetaforen

In totaal werden er slechts 4 positieve oorlogsmetaforen gecodeerd in het hele corpus. Drie van deze oorlogsmetaforen waren afkomstig uit artikelen in de Volkskrant en één uit de Telegraaf. De positieve oorlogsmetafoor kwam weinig voor in de gecodeerde artikelen, maar wel drie keer vaker in de Volkskrant dan in de Telegraaf. In zoverre leken beide kranten wel van elkaar te verschillen, maar de Chi-kwadraat toets toonde aan dat er geen significant verschil was.

5.2 Verschil in gebruik neutrale oorlogsmetaforen

In totaal werden 28 neutrale oorlogsmetaforen gecodeerd, waarvan 17 in de artikelen van de Volkskrant en 11 in de artikelen van de Telegraaf. Er werden wederom meer neutrale oorlogsmetaforen gecodeerd in het deelcorpus van de Volkskrant dan in het deelcorpus van de Telegraaf, desondanks is er geen significant verschil gevonden. Het aantal metaforen per 100 woorden in het deelcorpus van de Volkskrant lag bijna twee keer zo hoog (.100) dan het aantal metaforen per 100 woorden in het deelcorpus van de Telegraaf (.058).

5.4 Verschil in gebruik negatieve oorlogsmetaforen

In totaal werden er 127 negatieve oorlogsmetaforen gevonden in de artikelen. In het deelcorpus van de Volkskrant werden er 80 negatieve oorlogsmetaforen gecodeerd en in het deelcorpus van de Telegraaf 47. De negatieve oorlogsmetafoor werd van de drie verschillende oorlogsmetaforen het meest gecodeerd en wederom ook vaker in het deelcorpus van de Volkskrant dan in het deelcorpus van de Telegraaf. Het aantal metaforen per 100 woorden in de Volkskrant was .474, in de Telegraaf was dit .248.

5.5 Correlatie lengte artikel en aantal metaforen

Uit de correlatie test bleek geen verband te bestaan tussen het aantal woorden per artikel en het aantal metaforen. De lengte van een artikel bleek geen invloed te hebben op hoeveel metaforen er in een artikel gebruikt werden.

5.6 Verschil in gebruik oorlogsmetaforen

Ondanks dat er in de Volkskrant meer positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen werden gevonden en het gemiddeld aantal metaforen per artikel in het deelcorpus van de Volkskrant hoger was (3.43) dan in het deelcorpus van de Telegraaf (1.97), werden er naar aanleiding van de Chi-kwadraat toets geen significante verschillen gevonden. Het gebruik van verschillende soorten oorlogsmetaforen in de Volkskrant en Telegraaf bleek niet significant van elkaar te verschillen. De hoofdconclusie van dit onderzoek luidt daarom: *Er bleek statistisch geen verschil te zijn in de berichtgeving over vluchtelingen van de Telegraaf en Volkskrant in 2016 wat betreft het gebruik van positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen.*

6. Discussie

6.1 Verklaring gevonden resultaten

Er zijn in dit onderzoek voornamelijk negatieve oorlogsmetaforen gecodeerd, hoewel beide kranten niet significant van elkaar verschilden wat betreft het gebruik van oorlogsmetaforen. Negatieve *framing* bleek volgens Shen en Dillard (2007) negatievere gevoelens teweeg te brengen dan positieve *framing*. Ondanks dat er geen significant verschil was in het gebruik van oorlogsmetaforen in beide kranten, zou het een mogelijkheid kunnen zijn dat de negatieve bewoordingen en *frames* in beide kranten alsnog de attitude van lezers ongunstig hebben beïnvloed.

Bakker en Scholten (2009) onderscheiden populaire en kwaliteitskranten op onder andere de onderwerpen van berichtgeving. Een populaire krant bericht ook over ‘amusement’, zoals (inter)nationale evenementen, showbizz en sport. Een kwaliteitskrant daarentegen beperkt de berichtgeving voornamelijk tot informatieve artikelen met een hoge nieuws waarde. Op basis van deze uitspraak zou verondersteld kunnen worden dat er mogelijk meer positieve en negatieve oorlogsmetaforen in de Telegraaf dan in de Volkskrant gebruikt zouden worden, omdat deze metaforen zich beter lenen voor het doel van een populaire krant en beter passen bij de sensationele manier van schrijven die populaire kranten hanteren. Deze verwachting kwam alleen niet overeen met de resultaten van deze corpusanalyse, waar geen significant verschil werd gevonden in het gebruik van oorlogsmetaforen in beide kranten en waar meer positieve en negatieve eenheden gecodeerd werden in de Volkskrant. Dit zou terug te leiden kunnen zijn naar de subjectiviteit van een corpusanalyse, waardoor de representativiteit van de resultaten verslechterd is.

Kussendrager en van der Lugt (2007) stellen dat artikelen in kwaliteitskranten worden gekenmerkt door meer diepgang, een moeilijkere woordkeuze en een kritische benadering. Op basis van deze uitspraak zou gesuggereerd kunnen worden dat de Volkskrant minder gebruik zou maken van negatieve en positieve oorlogsmetaforen en meer van neutrale oorlogsmetaforen, omdat deze krant het nieuws op een zo informatief mogelijke wijze beoogt te brengen aan lezers. Het aantal gecodeerde neutrale eenheden in de Volkskrant ondersteunde deze veronderstelling, hoewel hier geen uitspraken over gedaan kunnen worden doordat er geen significant verschil werd gevonden. Daarnaast valt het te betwisten of er wel echt een neutrale oorlogsmetafoor bestaat. Dit omdat de meeste neutrale oorlogsmetaforen die

gecodeerd zijn nog steeds gerelateerd zijn aan het domein ‘oorlog’, bijvoorbeeld ‘militair opgeleide personen’ of ‘wapen’, en daardoor mogelijk ook negatieve associaties oproepen.

Semino et al. (2015) toonden aan dat een oorlogsmetafoor zowel negatieve als positieve associaties kan oproepen. De ziekte kanker werd soms door patiënten als een ‘moordenaar’ beschreven, maar soms portretteerden zij zichzelf ook als ‘vechters’ tegen de ziekte. Laatstgenoemde roept een positievere associatie op en kan daarom gezien worden als een positieve oorlogsmetafoor. In dit onderzoek werden zowel positieve, negatieve als neutrale oorlogsmetaforen gecodeerd, wat ook overeen kwam met de bevindingen van Semino et al. (2016, pp. 16-17). Semino et al. (2016) maakte ook gebruik van een vergelijkende corpusanalyse en vonden dat de oorlogsmetafoor in gezondheidscommunicatie meerdere vormen aan kan nemen (bijvoorbeeld strijd, gevecht) en zowel positieve als negatieve associaties op kan roepen. De resultaten uit dit deelonderzoek waren deels vergelijkbaar met de resultaten van Semino et al. (2016), de gecodeerde oorlogsmetaforen kwamen namelijk ook in verschillende vormen voor en ook konden hier verschillende waarden (positief, negatief of neutraal) aan verbonden worden. Deze verschillende waarden kunnen vervolgens bij een lezer voornamelijk (in het geval van dit deelonderzoek) negatieve associaties oproepen. Desondanks zijn de resultaten van Semino et al. (2016) niet volledig generaliseerbaar naar dit onderzoek, aangezien beide corpusanalyses teksten bevatten die van elkaar verschillen in functie, taal en genre. Het corpus van Semino et al. (2016) bestond uit posts van kankerpatiënten in online fora en was met 500.134 woorden vele malen groter dan het corpus dat onderzocht werd in dit onderzoek (35.818 woorden).

Ondanks dat er in dit deelonderzoek ook een aantal positieve, neutrale en negatieve oorlogsmetaforen werden gevonden, zijn deze resultaten niet geheel valide. De positieve en neutrale oorlogsmetaforen in dit deelonderzoek behoren zoals gezegd tot een minderheid in vergelijking met de hoeveelheid gecodeerde negatieve oorlogsmetaforen. Dit suggereert dat de discours over vluchtelingen vaker vanuit een negatiever perspectief beschreven wordt. Een oorzaak hiervoor kan echter ook zijn dat de vluchtelingencrisis op zichzelf een negatiever onderwerp is, aangezien het veelal gerelateerd is aan gevaar, dreiging en oorlog. Daarnaast roept de oorlogsmetafoor eerder negatieve connotaties op dan positieve met betrekking tot de vluchtelingencrisis. De resultaten van dit onderzoek betreffende positieve oorlogsmetaforen zijn erg zwak, wat ook twijfel oproept over het daadwerkelijke bestaan van de positieve oorlogsmetafoor. Net als bij de neutrale metafoor, kan een positieve metafoor als ‘overlevenden’ mogelijk positievere associaties oproepen, maar doordat het gerelateerd is aan het domein ‘oorlog’ valt te betwisten hoe positief deze associaties daadwerkelijk zijn.

Een van de mogelijke oorzaken waarom de resultaten van dit onderzoek verschillen van andere onderzoek is dat Semino et al. (2015) een experiment gebruikten om de onderzoeksvraag te toetsen. Door het gebruiken van een experiment kon in dit onderzoek variabelen als aantrekkelijkheid, overtuigingskracht en begrijpelijkheid ordinaal gemeten worden. In dit deelonderzoek werd gefocust op variabelen die geschikt zijn om te meten met een corpusanalyse met nominale waarden, waardoor de resultaten mogelijk kunnen verschillen.

Tot slot beperken de aangehaalde onderzoeken naar oorlogsmetaforen zich voornamelijk tot de gezondheidscommunicatie. Deze discours beschrijft vaak complexere concepten en richt zich op een specifiek publiek dan het discours over vluchtelingen, waardoor de resultaten van elkaar kunnen afwijken. Ondanks dat eerdergenoemd onderzoek dezelfde methode hanteerde, maakt dit de resultaten niet volledig generaliseerbaar doordat de corpora aanzienlijk verschillen wat betreft functie, omvang en genre. Echter blijkt uit de resultaten dat de analyse in zekere zin vergelijkbaar is, aangezien in beide onderzoeken oorlogsmetaforen een sturende rol spelen in de framing van het probleem.

6.2 Beperkingen onderzoek

Een van de beperkingen van dit onderzoek was het codeerproces. Aangezien het coderen naar eigen inschatting van de codeur wordt gedaan, maakt dat het erg subjectief. Dat was ook een van de oorzaken voor de lage intercodeurbetrouwbaarheid, omdat de codeurs verschillende eenheden herkenden als oorlogsmetaforen of dat codeurs verschilden in de waardes die werden toegekend aan de metaforen. Dit resulteerde in een lagere betrouwbaarheid en maakt dit onderzoek minder representatief.

Bij het samenstellen van het corpus is gezocht naar artikelen over vluchtelingen gepubliceerd in 2016 door de Volkskrant en Telegraaf. Aangezien er slechts naar twee kranten is gekeken, een kwaliteitskrant en een populaire krant, zijn de resultaten minder representatief voor de volledige berichtgeving over vluchtelingen in alle kranten. Hierdoor zijn de resultaten niet te generaliseren naar andere kranten in deze categorieën. Daarnaast zijn artikelen over alle soorten aspecten van de vluchtelingencrisis in het corpus opgenomen, wat maakt dat sommige artikelen meer oorlog gerelateerd zijn dan andere. Een artikel dat bericht over de erbarmelijke tocht van vluchtelingen uit bijvoorbeeld Syrië naar Nederland zal mogelijk meer begrippen gerelateerd aan het domein oorlog gebruiken dan een artikel dat bericht over integratie van vluchtelingen in de samenleving. Hierdoor bevatten sommige artikelen mogelijk meer metaforen dan anderen, waardoor de resultaten meer zeggen over het

gebruik van oorlogsmetaforen dan over de waarde die de kranten toekennen aan de komst van vluchtelingen naar Nederland. Een suggestie om dit probleem te voorkomen zou het opnemen van artikelen met hetzelfde onderwerp uit beide kranten in het corpus zijn.

Tot slot bestond het corpus slechts uit 56 artikelen, 27 uit de Volkskrant en 29 uit de Telegraaf. Dit is niet voldoende representatief voor alle artikelen over vluchtelingen die gepubliceerd zijn door deze kranten in het jaar 2016. Een suggestie om in vervolgonderzoek tot resultaten te komen met een hogere betrouwbaarheid is om meer artikelen op te nemen in het corpus.

6.3 Suggesties vervolgonderzoek

Het doel van dit onderzoek was om kenmerken, in dit deelonderzoek oorlogsmetaforen, te identificeren in het discours over vluchtelingen in de Telegraaf en Volkskrant. Dit is een van de eerste onderzoeken naar oorlogsmetaforen in een ander domein dan gezondheidscommunicatie, wat mogelijkheden biedt voor vervolgonderzoek. Naast het onderzoeken van de discours over vluchtelingen zouden ook andere domeinen onderzocht kunnen worden. Onderzoek zou zich bijvoorbeeld kunnen richten op de berichtgeving over oorlogen in het algemeen. Om te garanderen dat deze onderzoeken worden uitgevoerd met een verbeterde betrouwbaarheid, is het essentieel om een corpus op te stellen dat bestaat uit artikelen gepubliceerd door meerdere kranten. Daarnaast is het van belang om enkel vergelijkbare artikelen op te nemen over (ongeveer) hetzelfde onderwerp om valide uitspraken over de representativiteit te kunnen formuleren.

Een andere interessante suggestie voor vervolgonderzoek is het uitvoeren van een experiment om het verschil tussen twee kranten aan te tonen wat betreft het gebruik van oorlogsmetaforen en het effect hiervan. Op deze manier kunnen constructen als aantrekkelijkheid, begrijpelijkheid en overtuigingskracht worden gemeten. Daarnaast biedt dit exploratieve onderzoek mogelijkheid tot het uitgebreider onderzoeken van metafoorgebruik, met bijvoorbeeld de Metafoor Identificatie Procedure (MIP) methode, ontwikkeld door de Pragglejaz Group (2007). Deze methode biedt een *framework* om metaforen te identificeren in een tekst, wat de mogelijkheid biedt om resultaten te genereren over een groter corpus, bestaande uit artikelen uit meerdere kranten, dan bij dit onderzoek gehanteerd is. Deze methode is niet gebruikt in dit onderzoek omdat het een kleinschalig en exploratief onderzoek was, waardoor codeurs eenvoudig zelf de eenheden konden coderen. Daarnaast vormt dit onderzoek slechts een basis voor verdere onderzoeken.

Indien journalisten meer kennis verkrijgen over welke manier van *framing* het best bij een type (kwaliteit of populair) krant past en welke effecten dit teweeg brengt, kunnen zij gerichter artikelen schrijven. Daarnaast bereiken zij eerder het achterliggende doel van een artikel (informerende, overtuigende) wanneer er kennis is over welke soort metafoor het best kan worden toegepast, afgaande op de doelgroep van een krant. Een eventuele suggestie op basis van de resultaten zou zijn om voornamelijk in een populaire krant (oorlogs)metaforen toe te passen, omdat het veelvuldig gebruik van metaforen zich mogelijk beter leent voor de berichtgeving in een populaire krant.

Al met al schetst dit onderzoek een duidelijk beeld over het gebruik van positieve, negatieve en neutrale oorlogsmetaforen in de Volkskrant en Telegraaf. Ondanks dat de resultaten niet significant waren en het onderzoek slechts betrekking had tot twee kranten, biedt dit interessante mogelijkheden voor vervolgonderzoek. Met name journalisten hebben belang bij dit soort onderzoek naar het gebruik van oorlogsmetaforen in kranten, aangezien zij deze kennis kunnen gebruiken om bewuster te worden van de sturende kracht van metaforen over vluchtelingen of een ander onderwerp. Om journalisten echter een compleet advies voor te kunnen leggen over de effecten die het gebruik van oorlogsmetaforen teweeg brengt, is verder onderzoek vereist.

7. Bibliografie

- Bakker, P., & Scholten, O. (2009). *Communicatiekaart van Nederland*. Kluwer.
- Charteris-Black, J. (2011). *Politicians and rhetoric. The persuasive power of metaphor*. Palgrave & Macmillan.
- Elliott, C. S., & Hayward, D. M. (1998). The expanding definition of framing and its particular impact on economic experimentation. *Journal of Socio-Economics*, 229-243.
- Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Europa Nu. (2017). *Europese Aanpak Vluchtelingencrisis*. Maart 2018, van Europa Nu: https://www.europa-nu.nl/id/vhcmelu5xgfm/europese_aanpak_vluchtelingen_crisis
- Group, P. (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphors and Symbol*, 1-39.
- Hall, S. (1992). The West and the rest: discourse and power. *The Indigenous Experience: Global Perspective*, 201.
- Immigratie- en Naturalisatiedienst. (2016). *Asieltrends 2015*. Opgeroepen op Maart 2018, van Immigratie- en Naturalisatiedienst, Ministerie van Justitie en Veiligheid: <https://ind.nl/over-ind/Cijfers-publicaties/Paginas/Asieltrends-2015.aspx>
- Kussendrager, N., & Lugt, v. d. (2007). *Basisboek journalistiek: achtergronden, genres, vaardigheden*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- N.b. (1969, Mei 3). *Internationaal verdrag betreffende de status van vluchtelingen*. Van CGVS: http://www.cgvs.be/sites/default/files/content/download/files/verdrag_van_geneve.pdf

- Olsman, E. (2017). Metaforen in palliatieve zorg. *Multidisciplinair Tijdschrift over Palliatieve Zorg*, 21-23.
- Pan, Z., & Kosicki, G. (1993). Framing analysis: an approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55-75.
- Rothman, A., Bartels, R., Wlaschin, J., & Salovey, P. (2006). The strategic use of gain- and loss-framed messages to promote healthy behavior: how theory can inform practice. *Journal of Communication*, 202-220.
- Schaap, G., & Pleijter, A. (2012). Het sensatiegehalte van voorpaginafoto's: een inhoudsanalyse van populaire en kwaliteitskranten in Nederland. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 71-86.
- Scherer, A. M., Scherer, L. D., & Fagerlin, A. (2014). Getting ahead of illnesses: using metaphors to influence medical decision making. *Medical Decision Making*, 37-45.
- Semino, E., Demjén, Z., & Demmen, J. (2016). An integrated approach to metaphor and framing in cognition, discourse, and practice, with an application to metaphors for cancer. *Applied Linguistics*, 1-22.
- Semino, E., Demjén, Z., Demmen, J., Koller, V., Payne, S., Hardie, A., & Rayson, P. (2015). The online use of violence and journey metaphors by patients with cancer as compared with health professionals: a mixed methods study. *BMJ Supportive & Palliative Care*, 1-7.
- Shadid, W. (2005). Berichtgeving over moslims en de islam in de Westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 330-346.
- Shen, L., & Dillard, J. (2007). The influence of behavioral inhibition/approach systems and message framing on the processing of persuasive health messages. *Communication Reserach*, 433-467.
- Steen, G. (2008). The paradox of metaphor: why we need a three-dimensional model of metaphor. *Metaphor and Symbol*, 213-241.

- Tversky, A., & Kahneman, D. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk . *Econometrica*, 263-291.
- van Dijk, T. (2010). Critical discourse analysis. In *The Handbook of Discourse Analysis* (pp. 466-479). Oxford: Blackwell Publishers.
- Van 't Riet, J., Ruiter, R., Werrij, M. Q., Candel, M., & de Vries, H. (2010). Distinct pathways to persuasion: the role of affect in message-framing effects. *European Journal of Social Psychology*, 1261-1276.
- VluchtelingenWerk Nederland. (2013). *Wanneer ben je een vluchteling?* Maart 2018, van Vluchtelingenwerk: <https://www.vluchtelingenwerk.nl/feiten-cijfers/wanneer-ben-je-vluchteling>
- VluchtelingenWerk Nederland. (2015, September 2). *Vluchtelingen in Getallen 2015*. Van VluchtelingenWerk: <https://www.vluchtelingenwerk.nl/sites/public/Vluchtelingenwerk/Cijfers/VLUCHTELINGEN%20IN%20GETALLEN%202015%20definitiefst%20OO%2002092015.pdf>

Appendix I: codeerinstructie

Het gebruik van oorlogsmetaforen in krantenberichten over vluchtelingen in 2016

Lonneke Oosterbaan, *Radboud Universiteit Nijmegen, Communicatie- en informatiewetenschappen*. Tel: 06286768421 (Datum laatste versie 19-04-2018)

Doel van het onderzoek: In 2016 kwam de vluchtelingencrisis tot een hoogtepunt en verschenen er bijna wekelijks berichten over in de media. Ook al berichten de kranten over

veelal dezelfde gebeurtenissen, toch wordt vaak nog een ander standpunt ingenomen. Dit heeft te maken met de *framing* van een artikel. Een metafoor is een vorm van framing en kan ervoor zorgen dat de mening van de lezer wordt beïnvloedt en hierdoor veranderd. Metaforen uit het oorlogsdomein worden veel gebruikt in vormen van gezondheidscommunicatie. Dit onderzoek maakt onderzoek uit van een groter geheel, wat onderzoekt of er een verschil is in framing in de berichtgeving over vluchtelingen in de Volkskrant en Telegraaf in 2016. In dit deelonderzoek ligt de focus op het oorlogsdomein en of deze ook voorkomt in de berichtgeving over vluchtelingen en er wordt onderzocht of er een verschil zit in het gebruik van deze metafoor voor de Volkskrant en Telegraaf in 2016.

Je gaat krantenartikelen coderen welke gepubliceerd zijn in 2016 in de Volkskrant en Telegraaf. De krantenartikelen gaan over de vluchtelingencrisis. Oorlogsmetaforen kunnen in verschillende vormen voorkomen en kunnen bestaan uit een of meerdere woorden. Het doel is om de oorlogsmetaforen uit de artikelen te coderen en te evalueren (positief-negatief-neutraal).

Lees de codeerinstructie aandachtig, er staan voorbeelden bij.

Oorlogsmetaforen Codeerinstructie

Lonneke Oosterbaan, *Radboud Universiteit Nijmegen, Communicatie-en informatiewetenschappen*

De taak voor dit onderzoek is om de teksten op oorlogsmetaforen te coderen. Metaforen kunnen bestaan uit een of meerdere woorden welke een frame gebruiken om een ander domein te beschrijven dan het domein van de zin. Metaforen kunnen een uitspraak versterken of conceptualiseren. Een oorlogsmetafoor is verbonden aan het domein ‘oorlog’. Denk hierbij aan ‘iets overwinnen’, ‘een strijd leveren’ of ‘wapens’.

Oorlogsmetaforen kunnen positief, negatief of neutraal zijn. Als er geen oorlogsmetafoor gevonden wordt in een tekst, kan dit gecodeerd worden als “geen”. Metaforen kunnen dus zowel één of meerwoordige units zijn.

Domein	Voorbeelden
Positief	Iets overwinnen, overleven, overlevenden
Negatief	Vijand, verslagen, bezetter, leger, aanvallen, aanslag, slachtoffer
Neutraal	Een gevecht leveren, strijden, vechten, wapens, kogels, soldaten

Appendix II: alle artikelen corpus

Nr	Student (afk)	Blad (afk)	Titel	Auteur	Datum (JJ-MM-DD)	Aantal woorden (incl. de
----	---------------	------------	-------	--------	------------------	--------------------------

						titel 500-1000)
1	FK	VK	Doel is bereikt, althans op papier	Marc Peepkorn	19-03-16	888
2	FK	TG	Asieltsunami gestopt	Ronald van Gessel	19-03-16	524
3	FK	VK	Turkije wil alle niet-Syrische migranten terugnemen	Marc Peepkorn	04-03-16	558
4	FK	TG	EU en Ankara dicht bij deal asielzoekers	-	04-03-16	454
5	FK	VK	Steeds meer migranten vertrekken vrijwillig	Joost de Vries	19-01-16	694
6	FK	TG	Ze worden gek van de lange procedure'; Voor niets gekomen Irakezen komen hier niet zomaar meer weg	Johan	19-01-16	476
7	FK	VK	Vluchteling moet woning delen	Jeroen Visser	27-07-16	663
8	FK	TG	Noodopvang op handrem	-	28-07-16	968
9	FK	VK	Terreurverdachten uit asielcentrum geplukt	Sterre Lindhout	14-09-16	567
10	FK	TG	Terreurtrio vast	-	14-09-16	564
11	MT	VK	De verdachten? Dat zijn de loodgieter, de schilder en de timmerman	Lisa van de Velden	28-01-16	503
12	MT	TG	Zwaardere eisen voor bestormen asielopvang; OM wil een duidelijk signaal afgeven	Saskia Belleman	28-01-16	504
13	MT	VK	Ruilhandel	Bert Wagendorp	08-03-16	578
14	MT	TG	Ruilhandel' over rug vluchtelingen	Ronald van Gessel	08-03-16	504
15	MT	VK	Utrecht: Asielzoeker direct binden	Charlotte Huisman	27-04-16	691
16	MT	TG	Beperk opvang migrant'	René van Zwieten	29-04-16	552
17	MT	VK	We zullen nooit het exacte aantal doden kennen'		30-05-16	495
18	MT	TG	Opnieuw migrantendrama	Ronald van Gessel	30-05-16	544
19	MT	TG	Nederland is veel te naïef	Eline Verburg	13-07-16	548
20	MT	VK	Toch IS-strijders tussen asielzoekers	Janny Groen	12-07-16	895
21	NV	VK	Turkije stuurt 34 Syriërs naar Nederland	Arie Elshout & Anneke Stoffelen	05-04-16	589
22	NV	TG	Vluchtelingencarrousel van start	Ronald van Gessel	05-04-16	454
23	NV	VK	Migranten lijden, maar wij ook'	Peter Giesen	06-09-16	816

24	NV	TG	Protest tegen de 'jungle'	Eveline Bijlsma	06-09-16	466
25	NV	VK	Huisarrest in azc, want 'ik beslis'	Mark Misérus	28-12-16	905
26	NV	TG	Bijval voor aanpak Weert	-	29-12-16	564
27	NV	VK	De boten worden steeds gammeler	Carlijne Vos	01-06-16	957
28	NV	TG	Marine redt vluchtelingen	Niels Rigter	26-06-16	707
29	NV	VK	Keulse politie stond machteloos in oudejaarsnacht	Sterre Lindhout	08-01-16	1090
30	NV	TG	Kop rolt in Keulse krimi; Belastende informatie weggemoffeld over aanvallen van op seks beluste asielzoekers	Jan Albert Sterkman	09-01-16	753
31	LL	VK	Asielzoekers weigeren werk door eigen bijdrage opvang	Anneke Stoffelen	11-11-16	601
32	LL	TG	Mes in 'oprotpremie'	-	16-11-16	482
33	LL	VK	Waar blijven die asielzoekers	Charlotte Huisman	09-09-16	674
34	LL	TG	Veel geschreeuw weinig echt beleid	-	09-12-16	553
35	LL	VK	Tijd voor een slimmer EU-migratiebeleid	Henk van Houtum en Leo Lucassen	14-12-16	647
36	LL	TG	Loont niet om te komen'	Jorn Jonker	22-03-16	648
37	LL	VK	Vluchtelingen verdacht van oorlogsmisdaden	Jeroen Visser	01-03-16	515
38	LL	TG	Veiligheid	Frank van Vliet	24-09-16	463
39	LL	VK	Wanneer wordt een lone wolf een terrorist?	Sterre Lindhout	25-07-16	802
40	LL	TG	Blij zijn met wat je krijgt	-	15-03-16	538
41	LO	TG	Gelukszoekers blijven hangen in Nederland	Alexander Bakker	27-04-16	587
42	LO	VK	De kustwacht vist alweer Pakistanen op	Kees Elenbaas	05-04-16	738
43	LO	TG	Kerstmis van hoop	-	24-12-16	1413
44	LO	VK	Toch eens proberen in Nederland	Sahir Khader, Anneke Stoffelen	20-12-16	1775
45	LO	TG	Mooi ze op weg te helpen	-	24-09-16	939
46	LO	VK	Ze kon geen papieren laten zien, die zijn tijdens haar vlucht geroofd	Anneke Stoffelen	10-07-16	1236
47	LO	TG	Het is geen luilekkerland	-	12-02-16	540
48	LO	VK	Fijn carnaval, ook in het Arabisch	Peter de Graaf	04-02-16	927

49	LO	TG	Ik heb helemaal geen problemen	Martijn Klerks	30-07-16	519
50	LO	VK	In Syrie is de patient niet zo mondig	Sakir Khader, Anneke Stoffelen	08-09-16	951
51	NZ	VK	Vluchteling moet aan het vrijwilligerswerk	Jeroen Visser	15-08-16	772
52	NZ	VK	Laat nieuwkomer eerder meedoen	Mardjan Seighali	01-11-16	651
53	NZ	VK	Laat asielzoeker meteen beginnen met inburgeren	Sander Terphuis	20-01-16	733
54	NZ	VK	Gelukszoekers zijn we in wezen allemaal	Maurits Kok	16-08-16	599
55	NZ	VK	Wél vingerafdruk, maar geen asielaanvraag	Lisa van der Velden	14-05-16	550
56	NZ	TG	VVD: enkeltje terug voor gelukszoekers		15-03-16	535
57	NZ	TG	Gelukszoeker meteen weg	Coosje Hiskemulle r	28-04-16	542
58	NZ	TG	Die andere helpt asielzoekers	Annemarie van Gaal	02-05-16	914
59	NZ	TG	Pannenkoeken	Marcel Peereboom Voller	02-11-16	482
60	NZ	TG	Trump pakt profiteurs aan	Herman Stam	22-10-16	535

Bijlage A. Verklaring geen fraude en plagiaat

Print en onderteken dit *Verklaring geen fraude en plagiaat* formulier en voeg dit formulier als laatste bijlage toe aan de eindversie van de bachelorscriptie die in papieren versie wordt ingeleverd bij de eerste begeleider.

Ondergetekende
[Voornaam, achternaam en studentnummer],

Lonneke Oosterbaan, s4605756

Bachelorstudent Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Letterenfaculteit van de Radboud Universiteit Nijmegen, verklaart met ondertekening van dit formulier het volgende:

- a. Ik verklaar hiermee dat ik kennis heb genomen van de facultaire handleiding (www.ru.nl/stip/regels-richtlijnen/fraude-plagiat), en van artikel 16 “Fraude en plagiaat” in de Onderwijs- en Examenregeling voor de BA-opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen.
- b. Ik verklaar tevens dat ik alleen teksten heb ingeleverd die ik in eigen woorden geschreven heb en dat ik daarin de regels heb toegepast van het citeren, parafraseren en verwijzen volgens het Vademecum Rapporteren.
- c. Ik verklaar hiermee ook dat ik geen teksten heb ingeleverd die ik reeds ingeleverd heb in het kader van de tentaminering van een ander examenonderdeel van deze of een andere opleiding zonder uitdrukkelijke toestemming van mijn scriptiebegeleider.
- d. Ik verklaar dat ik de onderzoeksdata, of mijn onderdeel daarvan, die zijn beschreven in de BA-scriptie daadwerkelijk empirisch heb verkregen en op een wetenschappelijk verantwoorde manier heb verwerkt.

Plaats + datum Nijmegen, 15 juni 2018 Handtekening