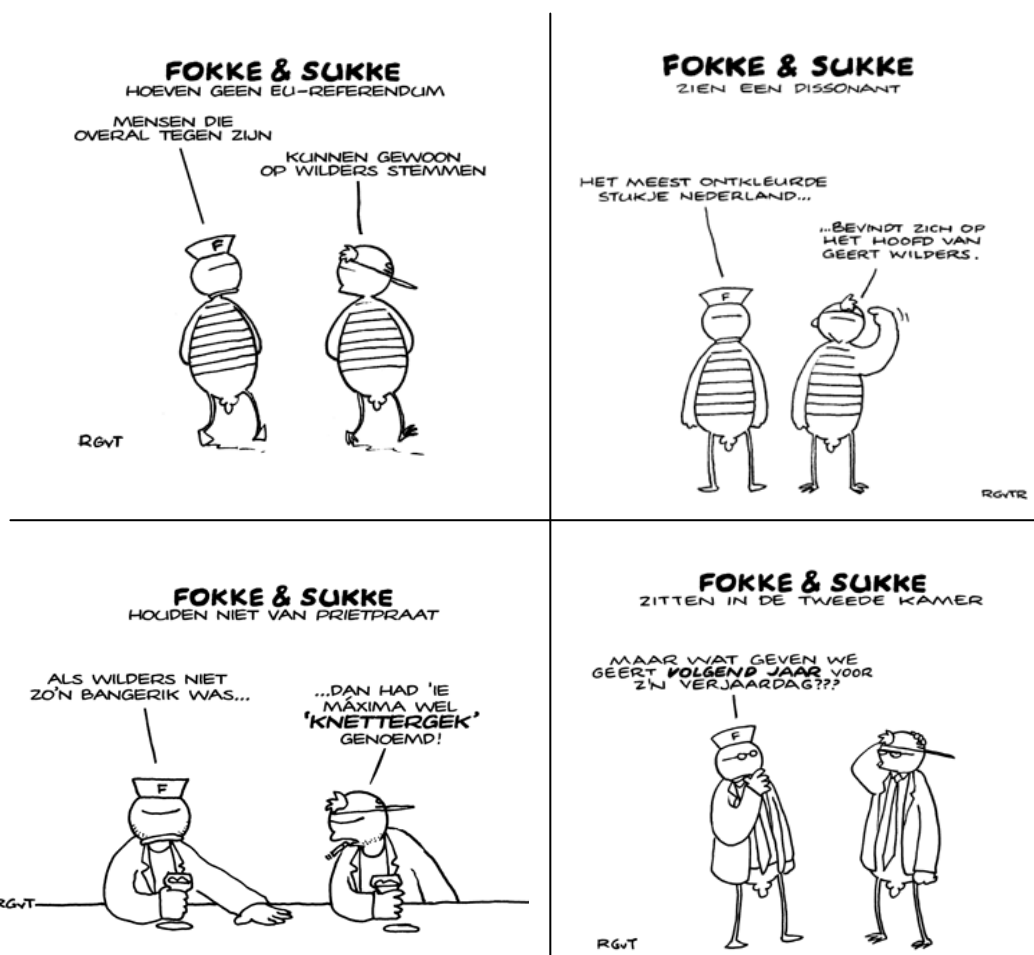


Wilders' wereld in het nieuws

Een onderzoek naar tien jaar berichtgeving over Geert Wilders en zijn politieke partij in de Nederlandse dagbladen



Marjolein den Dekker

0420654

Masterscriptie

Afdeling Communicatiewetenschap (Nieuws & Informatie)

Drs. Bregje van Groningen

3 oktober 2007



Samenvatting

De opvallende aanwezigheid van Geert Wilders in het politieke nieuws is de aanleiding geweest om de berichtgeving over deze politicus en zijn partij te analyseren. In dit onderzoek is gekeken op welke wijze Geert Wilders en zijn politieke partij zijn weergegeven in de berichtgeving van 1998 tot 2007 in vier Nederlandse dagbladen. De manier waarop onderwerpen door de media worden gebracht, is een soort inkadering en een keuze van de journalistiek. Het perspectief waarin de boodschap door de bron of de journalist gegoten is, wordt ook wel framing genoemd (McQuail, 2000). Er is gekeken of in de berichtgeving over Wilders sprake is van bepaalde journalistieke invalshoeken, de zogenoemde frames, die betrekking hebben op personalisering, conflict- en wedstrijdelementen, populisme en de waarde van het nieuws.

De beginjaren van de politieke carrière van Wilders kennen relatief weinig berichtgeving. Dit verandert in 2004, wanneer Wilders zich afsplitst van de VVD en met zijn eenmansfractie in de Tweede Kamer komt. Vanaf die tijd is er ongekend veel aandacht voor Wilders en zijn partij. Een groot gedeelte van deze media-aandacht bestaat uit opinies en meningen over Wilders. De verschillen in de berichtgeving tussen de populaire en kwaliteitskranten zijn niet erg groot.

De onderwerpen die centraal staan in de berichtgeving beperken zich slechts tot enkele issues. Immigratie kan beschouwd worden als het enige politiek inhoudelijke issue, maar voornamelijk als het eigen issue van de PVV. Naast het immigrantenissue, is er veel aandacht voor issues die met Wilders persoonlijk te maken hebben. Het gaat dan om de beveiliging en veiligheid van de politicus. Vooral individuele (uiterlijke) kenmerken en het privéleven van de politicus worden benadrukt in de berichtgeving. In het nieuws wordt er elf keer vaker over Wilders als persoon bericht dan dat over zijn politieke partij wordt bericht. Dit wijst op het human interest-frame. De conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat de nadruk in de berichtgeving op Wilders als persoon in plaats van op zijn politieke partij ligt.

Een andere belangrijke uitkomst van het onderzoek is dat meer dan de helft van de berichtgeving gekenmerkt wordt door conflicten. De conflictueuze berichtgeving is ten tijde van de Tweede Kamerverkiezingen in 2006 gefocust op voorspellingen van verkiezingssucces en benadrukt specifiek de positie van Wilders in de verkiezingsstrijd. Het horse race-frame, waarin dit wedstrijdnieuws centraal staat, komt echter alleen in verkiezingsperiode van 2006 voor. Conflicten daarentegen, zijn van alle tijden en hebben vooral te maken met politici van andere politieke partijen en gaan grotendeels over het immigrantenissue. Het lijkt alsof Wilders vijanden probeert te vinden of zelfs creëert om zijn beleid te rechtvaardigen en zijn carrière te bevorderen.



De simplistische oplossingen voor vaak complexe problemen waarmee Wilders vervolgens in de berichtgeving wordt geassocieerd duiden op populisme. Populisme is een politieke communicatiestijl die typerend is voor leiders van (extreem)rechtse partijen. Kenmerkend voor populisme is de focus op issues die te maken hebben met immigratie, belasting, criminaliteit en nationalisme (Taggart, 2000). Deze issues staan ook centraal in Klare Wijn, het politieke program van de PVV. In dit onderzoek is alleen gekeken of Wilders en zijn partij populistisch zijn weergegeven in de Nederlandse pers.

Enerzijds manifesteert populisme zich in het nieuws door Wilders' stigmatisering van sommige delen van de populatie. Er is veel aandacht in de berichtgeving voor immigranten die door Wilders als zondebok worden beschouwd en verantwoordelijk worden gehouden voor problemen waarmee de Nederlandse bevolking te maken heeft. Anderzijds wordt populisme gekarakteriseerd door diezelfde populatie te beschouwen als een homogene categorie zonder interne verschillen: één volk. Dit komt tot uitdrukking in berichtgeving over Wilders die zich tot de bevolking richt. Hierin wordt vooral zijn antihouding geaccentueerd. Een anti-elitaire houding die de afstand en vervreemding tussen het volk en de elite benadrukt. Hiermee zet Wilders zich af tegen het huidige bewind en de traditionele politiek.

De personalisering van Wilders, de associatie met conflict- en wedstrijdnieuws en de populistische kenmerken in de berichtgeving bevatten over het algemeen meer negatieve dan positieve elementen. Ook is er in het nieuws meer aandacht voor kritiek dan steun vanuit bijvoorbeeld opposerende partijen en andere maatschappelijke actoren. De valentie van de berichtgeving, ofwel de toegekende waarde of betekenis, kan meer slecht dan goed beschouwd worden en is hierdoor niet volledig gebalanceerd.

Samengevat is de berichtgeving over Wilders en zijn partij de afgelopen tien jaar vooral gericht op conflicten en ligt de nadruk op Wilders als persoon in plaats van Wilders als politicus. Naast de issues die betrekking hebben op Wilders als mens, kan immigratie als hét eigen issue van de PVV beschouwd worden. Wilders' anti-elitaire houding in de berichtgeving en het nieuws waarin Wilders immigranten verantwoordelijk houdt voor problemen, duiden op een populistisch frame. Tot slot kan over de gehele berichtgeving gezegd worden dat deze niet volkomen gebalanceerd is.



Voorwoord

Na het lezen van "De schepping van de wereld in het nieuws" (Van Ginneken, 1996) was ik verbijsterd. Enerzijds ontgoocheld door de macht van de media en de invloed op de vorming van ons wereldbeeld, anderzijds gegrepen door de grillen van de journalistiek. Het boek was voor mij een *eye opener*, een van de redenen om Communicatiewetenschap te gaan studeren. In mijn master raakte ik geïnspireerd door het vak *Politics of News* van Claes de Vreese en Hajo Boomgaarden, waarin mijn belangstelling voor politiek werd gewekt. Maar op welke manier moest ik mijn interesses voor journalistiek en politiek vertalen in een behapbaar onderzoek voor een scriptie?

Tijdens de Tweede Kamerverkiezingen van 2006 was mij één politicus in het bijzonder opgevallen: Geert Wilders. Een paar jaar geleden nog een relatief onbekend Kamerlid, tegenwoordig beroemd of misschien wel berucht. In meerdere opzichten is Wilders een opvallende verschijning: met zijn markante haardracht en opmerkelijke ideeën een veelbesproken persoon in de media. Kortom, een interessant onderzoeksobject.

Zo interessant dat het beëindigen van dit onderzoek misschien nog wel moeilijker was dan de opstartproblemen in het begin. De gezegdes "alle begin is moeilijk" en "een gebed zonder einde" zijn wat mij betreft wetenschappelijk bewezen. Toen ik in de zomer van 2007 ruim driehonderd krantenberichten zat te coderen, was Wilders continu in het nieuws. De Nederlandse zomer kende dit jaar geen 'komkommertijd'. Kwam het doordat de zon niet scheen of doordat de radiostations geen zomerhit hadden om te draaien? Wilders was hét onderwerp van gesprek in het nieuws. Hij kwam met voorstellen om burqa's en de Koran te verbieden, maakte minister Vogelaar uit voor "knettergek" en noemde uitspraken van prinses Maxima "prietpraat". Het leek onmogelijk om dit boeiende onderzoek af te ronden, maar door mijn toelating tot de master Journalistiek & Media aan de UvA werd ik gedwongen om er in september een punt achter te zetten.

Tevreden en trots blik ik terug op deze 'kroon op mijn werk'. Uiteraard heb ik dat niet alleen gedaan. Allereerst wil ik mijn trouwe supporters, mijn ouders en zus, bedanken. Mijn moeder die me altijd wist te verrassen met krantenknipsels en mijn vader die met zijn kalme woorden "het komt goed, het is altijd nog goed gekomen" de rust wist te bewaren. Verder is een woord van dank op zijn plaats voor iedereen die direct of indirect betrokken is geweest bij mijn scriptie. Speciale dank voor mijn tweede lezers Carolien en Berber, hulpcodeur Maartje, vriendinnen, studie- en huisgenoten, met wie ik liters koffie heb gedronken en tegen wie ik altijd even aan mocht mopperen. Tot slot bedank ik Bregje van Groningen, mijn begeleidster, met wie ik vele uren in de Coffee Company heb doorgebracht. Haar flexibele, maar ook kritische houding heeft mij iedere keer weer weten te enthousiasmeren en gebracht tot dit eindresultaat.



Inhoudsopgave

H1	Inleiding	6
1.1	Aanleiding	6
1.2	Vraagstelling	7
1.3	Relevantie.....	8
H2	Achtergrond	10
2.1	Politieke historie	10
2.2	(Extreem)rechtse partijen	11
2.3	Geert Wilders	12
H3	Theoretisch kader	13
3.1	Nieuws.....	13
3.1.1	<i>Nieuwsfuncties</i>	14
3.1.2	<i>Agendabuilding</i>	15
3.1.3	<i>Agendasetting</i>	15
3.1.4	<i>Priming</i>	16
3.2	Framing	16
3.2.1	<i>Functies van framing</i>	17
3.2.2	<i>Framingeffecten</i>	18
3.2.3	<i>Issue ownership</i>	19
3.3	Soorten frames	21
3.3.1	<i>Conflictframe</i>	23
3.3.2	<i>Horse race-frame</i>	23
3.3.3	<i>Valentiefame</i>	24
3.3.4	<i>Human interest-frame</i>	24
3.3.5	<i>Populistisch frame</i>	25
H4	Methode	27
4.1	Inhoudsanalyse.....	27
4.2	Onderzoekspopulatie	27
4.3	Onderzoekperiode.....	27
4.4	Onderzoekseenheden	28
4.5	Operationalisatie.....	29
4.5.1	<i>Eigenschappen artikel</i>	29
4.5.2	<i>Issues en actoren</i>	30
4.5.3	<i>Conflictframe</i>	31



4.5.4	<i>Horse race-frame</i>	31
4.5.5	<i>Valentiefame</i>	31
4.5.6	<i>Human interest-frame</i>	32
4.5.7	<i>Populistisch frame</i>	32
4.6	Intercodeurbetrouwbaarheid	33
4.7	Factoranalyse	34
H5	Resultaten	37
5.1	Aandacht in kranten	37
5.2	Aandacht voor issues	39
5.2.1	<i>Aandacht voor actoren</i>	40
5.2.2	<i>Samenhang issues en actoren</i>	41
5.3	Valentie	41
5.3.1	<i>Goede valentie</i>	42
5.3.2	<i>Slechte valentie</i>	43
5.4	Nieuwsframes	44
5.4.1	<i>Conflictframe</i>	45
5.4.2	<i>Horse race-frame</i>	46
5.4.3	<i>Human interest-frame</i>	47
5.4.4	<i>Populistisch frame</i>	48
H6	Conclusie	51
6.1	Populisme	51
6.2	Conflict	53
6.3	Personalisering	54
6.4	Verschillen in kranten	55
6.5	Samengevat	56
H7	Discussie	57
7.1	Beperkingen	57
7.2	Aanbevelingen	58
	Literatuurlijst	59
Bijlage 1	Codeboek	68
Bijlage 2	Intercodeurbetrouwbaarheid	73
Bijlage 3	Overzicht figuren en tabellen	75



H1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Een "blonde engel" met "spijkerharde ideeën" die "meteen de aanval te kiest" in de Tweede Kamer. Zo wordt op 13 maart 1999 in De Telegraaf voor het eerst over Geert Wilders geschreven in de Nederlandse dagbladen (De Jong, 1999). Tot dusver een onbekend, voor velen onzichtbaar VVD-Kamerlid. Bijna een decennium later is Wilders niet meer weg te denken uit het politieke debat en de politieke berichtgeving.

Wanneer de extreemrechtse partij Centrum Democraten (CD) met politiek leider Hans Janmaat eind jaren tachtig het politieke speelveld in Nederland heeft verlaten, is Pim Fortuyn de eerste politicus die met de Lijst Pim Fortuyn (LPF) issues met betrekking tot immigratie weer onder de aandacht brengt. Na de dood van Fortuyn in 2002, zijn er weinig politici die de 'rechtse' thema's van de LPF in de publieke belangstelling weten te brengen. Totdat na de moord op Theo van Gogh in november 2004 uit het niets de ster van Geert Wilders in de opiniepeilingen rijst (Kleinnijenhuis, Scholten, Van Atteveldt, Van Hoof, Krouwel, Oegema, et al., 2007). Als eenmansfractie Groep Wilders, en later de Partij Voor de Vrijheid (PVV), schuift Wilders zijn mening niet onder stoelen of banken. Van het begin af aan ligt het accent op "het bestrijden van de islam, het pleiten voor assimilatie van allochtonen aan de Nederlandse *Leitkultur* en het tegengaan van migratie" (Wansink, 2007).

Wilders wordt sinds 2003 regelmatig bedreigd vanwege zijn opvallende uitspraken, maar hij weigert "te capituleren voor doodsb bedreigingen" (Wiggers, 2003). Hoofddoekjes lust hij "rauw" (Moerland, 2004), hij wil "een verbod op dubbele nationaliteiten" ("Wilders wil verbod...", 2006) en hij vreest "een tsunami van moslims in Nederland" (Ten Hove, 2006). Zeker in de aanloop naar, en gedurende de Tweede Kamerverkiezingen in november 2006, staat Wilders in het middelpunt van de belangstelling. De punten uit zijn politieke program Klare Wijn, doen veel stof opwaaien in de politiek én in de media. Er is veel media-aandacht voor de politicus en zijn partij. Tijdens de verkiezingen, maar ook na de overwinning met negen zetels voor de Partij Voor de Vrijheid, lijkt de politieke berichtgeving gericht te zijn op enkele issues. Wilders en zijn partij zouden zich voornamelijk richten op thema's die met een harde aanpak van immigratie en integratie te maken hebben. In het program Klare Wijn staan echter naast het immigratie- en integratiethema nog tien kernpunten centraal, die gegroepeerd zijn rond de thema's belastingverlaging en beter onderwijs (Klare Wijn, 2006).

Na de formatie van het nieuwe kabinet op 22 februari 2007 is Wilders veel aanwezig in de politieke debatten. De lijsttrekker van de PVV neemt geen blad voor de mond en tast de grenzen van de regels van het politieke debat af. Kranten koppen met "Koekje van eigen deeg voor Wilders" (Wiggers, 2007), "Wilders' waanzinnige kruistocht



behoeft geen navolging" (Melssen & Haagsma, 2007) en "Wilders wordt net als Janmaat gedemoniseerd" (Fennema, 2007). Sommige kranten bestempelen Wilders als een 'populist' ("Populist Wilders op verkiezingsjacht", 2005) en maken vergelijkingen met Filip Dewinter, de politiek leider van het extreemrechtse Vlaams Belang die "lonkt" naar Wilders (Dirks, 2005).

België heeft al langer te maken met (extreem)rechtse politieke partijen. In Vlaanderen zijn noch de politieke partijen, noch de media in de jaren negentig gediend van nieuwkomer Filip Dewinter met zijn partij het Vlaams Blok (nu Vlaams Belang). Daarom heeft de Vlaamse politiek begin jaren negentig een *cordon sanitaire* tot de partij afgekondigd, ofwel niemand sluit coalities met de tot racisme veroordeelde partij. Opvallend is het hierop volgende *cordon médiatique* van de media. Dit houdt in dat de media afstand houden. In praktijk betekent dit weinig tot geen aandacht voor de rechtse volkspartij in de media. Zo worden verkiezingsadvertenties van het Vlaams Belang in sommige dagbladen geweigerd (Dekker, 2007). In Nederland is een soortgelijke discussie in de zomer van 2007 opgelaaid: moeten de Nederlandse media Wilders eigenlijk wel een podium geven? De discussie in de Nederlandse media over een *cordon médiatique* en de veelvuldige aanwezigheid van Wilders in het nieuws zijn de aanleiding om de berichtgeving over Wilders en zijn politieke partij nader te analyseren.

1.2 Vraagstelling

Bij de berichtgeving over Wilders wordt het nieuws door de media op meerdere manieren gepresenteerd. Het perspectief waarin de boodschap door de bron of de journalist gegoten is, wordt ook wel framing genoemd (McQuail, 2005). Diverse invalshoeken, de zogenoemde frames, in de berichtgeving kunnen leiden tot verschillen of juist een bepaalde regelmaat. Een blik op krantenkoppen over de politicus en zijn partij, leidt tot een gevoel dat de berichtgeving over Wilders eenzijdig is en dat zijn partij met steeds dezelfde issues in verband wordt gebracht. Is er eigenlijk wel zoveel berichtgeving over Wilders in de Nederlandse pers en welke onderwerpen en personen spelen hierin een rol? Wat zijn de terugkerende frames in de berichtgeving over Wilders en zijn politieke partij? Wordt Wilders echt als een populist neergezet? Wordt hij vooral in verband gebracht met conflicten en hierbij als winnaar of verliezer gepresenteerd? Gaat de berichtgeving over de politicus of juist de persoon Geert Wilders? Al deze vragen hebben geleid tot de volgende probleemstelling:

Op welke wijze is Geert Wilders en/of zijn Partij Voor de Vrijheid en/of Groep Wilders in de periode van januari 1998 tot juli 2007 in de berichtgeving in de Nederlandse dagbladen weergegeven?



Het doel van dit onderzoek is te achterhalen op welke wijze Wilders en zijn politieke partij in de Nederlandse dagbladen zijn gepresenteerd. Kranten maken, ondanks dalende oplages en internetontwikkelingen, nog altijd een omvangrijk onderdeel uit van de nieuwsmedia. Bakker & Scholten (2003) beschouwen Nederland zelfs als een krantenlezende natie. Ook worden kranten meer beschouwd als een betrouwbare bron van informatie dan televisie (Kiousis, 2001). Daarom zijn de media in dit onderzoek beperkt tot het analyseren van dagbladen. Dit zal onder andere gedaan worden door de aanwezigheid van bepaalde frames in de berichtgeving in dagbladen aan te tonen. Ook wordt gekeken of andere factoren zoals de tijdsperiode, de krant, algemene kenmerken van het bericht en de aanwezigheid van bepaalde issues en actoren samenhangen met de aanwezigheid van de eventuele frames.

1.3 Relevantie

In het verleden hebben verschillende onderzoekers studies gedaan naar de wijze waarop de media politieke berichten framen (De Vreese & Boomgaarden, 2003; Ter Wal, D'Haenens & Koeman, 2005; Valkenburg, Semetko & De Vreese, 1999). Dit onderzoek is wetenschappelijk relevant omdat er gekeken is naar bestaande frames die in mediaberichtgeving gebruikt worden (zoals het conflictframe, horse race-frame, valentiefame en human interest-frame), maar ook is er specifieke aandacht voor de mogelijke aanwezigheid van een populistisch frame. Het populistisch frame is gebaseerd op onderzoeken naar het Vlaams Belang (Jagers & Walgrave, 2007; Walgrave & De Swert, 2006) en kan een ondersteuning zijn van bestaande theorieën over framing of de basis vormen voor de ontwikkeling van nieuwe theorieën.

Populisme en (extreem)rechtse politieke partijen zijn veel onderzocht in het vakgebied van de politicologie, maar nog weinig onderzocht in relatie tot de media. In de Nederlandse communicatiewetenschap wordt er wel onderzoek gedaan naar politieke partijen in het nieuws tijdens verkiezingsperioden (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder, Van Hoof & Vliegthart, 2003; Kleinnijenhuis et al., 2007), maar de kennis over framing van (extreem)rechtse partijen in kranten ontbreekt in Nederland. Omdat de onderzoeksperiode bijna tien jaar beslaat, zal dit onderzoek een duidelijk en compleet beeld geven van de opkomst van Wilders en zijn politieke partij en de wijze waarop hij geportretteerd is in de Nederlandse dagbladen. Hieraan kan worden toegevoegd dat Wilders in het huidige politieke debat nog steeds een grote rol speelt en onderzoek naar de berichtgeving over de politicus en zijn partij om die reden dus actueel is.

De media spelen met betrekking tot nieuwsvoorziening een steeds belangrijkere rol in de samenleving. Het beeld dat het publiek van de politiek heeft, is voor een groot gedeelte gebaseerd op informatie uit de media (Dearing & Rogers, 1993). Door te onderzoeken of



er in de berichtgeving over Wilders sprake is van bepaalde patronen in het framen van de politicus en zijn partij, is het van maatschappelijk belang de journalistiek, de politiek en het publiek bewust te maken van de werking van de media en de pers in het bijzonder. In dit onderzoek gaat de aandacht specifiek uit naar berichtgeving in kranten.

Het stemgedrag van het Nederlandse publiek is voor een groot gedeelte gebaseerd op informatie die zij uit de media halen (Kleinnijenhuis et al., 2007). Indicatoren om op (extreem)rechtse of populistische partijen te stemmen zijn politiek cynisme, algemene ontevredenheid met de regering en de populariteit van de charismatische leider (Van Holsteyn & Irwin, 2003). Cynisme of ontevredenheid blijkt onder meer uit de 'proteststem' die veel kiezers uitbrengen. Zij sluiten traditionele partijen uit omdat deze partijen de issues negeren die de nieuwe, vaak (extreem)rechtse, populistische partijen wel aan de kaak stellen. Een andere belangrijke reden om te stemmen op een populistische partij is de dikwijls charismatische leider die de partij bestuurd (Van der Brug & Mughan, 2007).

De hoeveelheid berichtgeving en de wijze waarop de media aandacht besteden aan bepaalde issues, politieke partijen en hun leiders zijn van invloed op de politieke voorkeur van de kiezer. Het laatste nieuws functioneert als een katalysator van oude denkbeelden, wat betekent dat de kiezer zijn keuze in het stemlokaal voornamelijk baseert op de onderwerpen die recent in het nieuws zijn geweest (Iyengar & Kinder, 1987, in: Kleinnijenhuis et al., 2007, p.12). Behalve voor de kiezers, is het met name voor de media relevant om zichzelf af en toe een spiegel voor te houden. Specifiek de journalisten van de Nederlandse dagbladen zien op deze manier hoe de politieke nieuwsberichtgeving in kranten werkt en hoe dit wellicht verbeterd of veranderd kan worden.



H2 Achtergrond

2.1 Politieke historie

Het begin van de Nederlandse democratie ligt in het einde van de zestiende eeuw toen na de Spaanse overheersing de Republiek der Zeven Verenigde Provinciën is ontstaan. Volksvertegenwoordigers uit de verschillende Gewesten en een centraal gezag, de Generale Staten, besturen het land samen met een vorstelijk persoon zonder macht. De vertegenwoordigers van de Gewesten vormen een centraal ambtelijk apparaat, de huidige Tweede Kamer (Chaljaard, 1997). De Nederlandse politieke geschiedenis bestaat uit veelkleurige politieke stromingen: van links naar rechts zijn dat communisten, sociaaldemocraten, christelijken (katholieken, gereformeerden, hervormden), liberalen en fundamentalen (Chaljaard, 1997). Na de Tweede Wereldoorlog is Nederland een tweestromenland van christendemocraten en sociaaldemocraten. De opkomst van de VVD betekent dat Nederland in de jaren vijftig verandert in een driestromenland. In de jaren zestig en zeventig neemt de populariteit van de christelijke partijen af en komen er zowel links als rechts nieuwe partijen op. Nederland begint steeds meer op een vijfstromenland te lijken (Kleinnijenhuis et al., 2007).

In 1980 wordt in Nederland onder leiding van Hans Janmaat de eerste extreemrechtse politieke partij opgericht: de Centrum Partij. Vier jaar later wordt de partij omgedoopt tot de Centrum Democraten (Boomgaarden, 2006). In de jaren tachtig worden klein links en klein rechts teruggedrukt en ontstaat er een driestromenland van liberalen, christendemocraten en sociaaldemocraten. Vanaf 1994 wisselt het beeld bij elke verkiezing. Vergeleken met de voorgaande verkiezingen is de politieke vitaliteit, het aantal Kamerzetels dat van de ene naar de andere partij verschuift, erg groot (Kleinnijenhuis et al., 2007).

In 1994 en 1998 is Nederland een paars tweestromenland, totdat in 2002 voor korte tijd een vijfstromenland ontstaat met een grote Lijst Pim Fortuyn (LPF). Deze partij ontstaat in 2001 onder leiding van Pim Fortuyn, die door acht jaar paars af te schilderen als een puinhoop, ruimte voor nieuwe politieke partijen aan de (extreem)linkse en rechtse kant in het politieke spectrum creëert (Lucardi & Voerman, 2003). De persoonlijke onvrede die Fortuyn met de huidige politiek heeft, wordt omgezet in persoonlijke onvrede van de kiezer waardoor Fortuyn een groot deel van het Nederlandse volk aanspreekt (Van Holsteyn & Irwin, 2003). Een paar dagen voor de verkiezingen van 2002 wordt hij vermoord, wat de populariteit van zijn partij vergroot. Nederlandse kiezers brengen voor het eerst hun stem uit op een individuele persoon in plaats van op een politieke partij. Het kabinet, waarvan de LPF met 26 zetels onderdeel is geworden, is ongekend impopulair en valt nog geen jaar later. Nederland wordt weer een driestromenland van CDA, VVD en D66 (Kleinnijenhuis et al., 2007).



2.2 (Extreem)rechtse partijen

In de laatste twee decennia zijn er in Europa steeds meer rechtse partijen in de gevestigde democratieën actief geworden. In landen waar het werkloosheidscijfer hoog is en het aantal immigranten omvangrijk, is de steun voor extreemrechtse partijen vaak groter (Lubbers, Gijsbrechts & Scheepers, 2002). Extreemrechtse partijen hebben in Europa een nieuwe politieke agenda gecreëerd die vooral de bezorgdheid van de burger over criminaliteit en buitenlanders omvat. De gestegen interesse voor internationale migratie heeft deels te maken met het grote aantal mensen dat de afgelopen jaren asielt heeft aangevraagd in de Europese Unie. In de periode van 1990 tot 2002 is het totale aantal van asielaanvragen meer dan vijf miljoen (Zimelis, 2005). Extreemrechtse beleidsmakers presenteren deze kwesties als de oorzaak van de problemen van vandaag de dag in Europa. In de aanloop naar verkiezingen is het presenteren van immigranten als zondebokken voor alle problemen in de maatschappij, een mogelijkheid om als leider doelen en kansen in het politieke landschap te bereiken (Zimelis, 2005).

Rechtse partijen verschillen van andere politieke partijen vanwege de populistische en charismatische karakteristieken van de partij. Deze karakteristieken zijn gecentraliseerd leiderschap, sterke loyaliteit aan de leider, geminimaliseerde bureaucratie en een antibeleid naar andere politieke groeperingen (Kritzinger, Klemmensen & Chari, 2004). Van der Brug en Fennema (2003) noemen de ontwikkeling van rechtse partijen een verschuiving van puur charismatische partijen naar ondernemende issuepartijen. Bij charismatische partijen is de leider de enige boodschap, waardoor de partij sterk afhankelijk is van de leider voor het behalen van verkiezingssucces. Een ondernemende issuepartij wordt gekenmerkt door sterke en unieke beleidsposities ten aanzien van verschillende issues en is daardoor minder sterk afhankelijk van de leider (Kritzinger et al., 2004).

Wanneer het over rechtse of populistische partijen gaat, zijn de leiders vaak flamboyante, charismatische en uitgesproken personen die geïnteresseerd zijn in politieke macht (Zimelis, 2005). Volgens de theorie van Max Weber is charisma geen kenmerk van de leider zelf, maar maakt het deel uit van de kwaliteit van de relatie tussen leider en zijn gevolg (Van der Brug & Mughan, 2007). Een charismatische leider inspireert zijn gevolg niet vanwege gebruiken of wettelijke verplichtingen, maar vanwege zijn geloofwaardigheid. Het is een bijzondere kwaliteit, macht of talent waarmee de partijleider bedeed is. Charisma wordt vaak toegekend aan leiders van populistische partijen, nadat blijkt dat de populistische partijen positief in de opiniepeilingen staan. Daarnaast spelen ook andere persoonlijke eigenschappen, zoals rivaliteit en charmantheid, van de charismatische leider een rol (Van der Brug & Mughan, 2007).



2.3 Geert Wilders

Na de moord op Theo van Gogh op 4 november 2004 rijst uit het niets de ster van Geert Wilders in de opiniepeilingen (Kleinnijenhuis et al., 2007). Sinds begin jaren negentig is Wilders beleidsmedewerker sociale zaken en sociaal-economisch beleid voor de VVD, maar vanaf 1998 wordt hij voor deze thema's actief als VVD-Kamerlid. Op 2 september 2004 stapte Wilders uit de VVD en gaat als onafhankelijk Kamerlid verder onder de naam Groep Wilders (Personalia Wilders, z.d.). De reden hiervoor is dat VVD-fractievoorzitter Van Aartsen Wilders het zwijgen op wil leggen over diens felle afwijzing ten aanzien van de toetreding van Turkije tot de EU.

De campagne van de regering voor het referendum van 1 juni 2005 over de Europese Grondwet is geen succes (Kleinnijenhuis et al., 2007). De media besteden voornamelijk aandacht aan de geldontwaarding door de komst van de euro en de campagnevoering van de regering. De drie kleine partijen die zich tegen het referendum keren, waaronder Groep Wilders, 'winnen' omdat Nederland massaal 'nee' stemt. De partij van Wilders groeit en begin 2006 verandert hij de naam van zijn partij Groep Wilders in de Partij Voor de Vrijheid (PVV). De kiezer, die in 2005 'nee' heeft gestemd in het referendum over de Europese Grondwet, zou spijt hebben gehad van de kabinetten-Balkenende en zo ontstaat er in 2006 een vijfstromenland met links een sterke SP en rechts een stevige PVV (Kleinnijenhuis et al., 2007). De veranderingen in het politieke landschap kunnen worden verklaard doordat partijen, om verkiezingen te winnen, bepaalde standpunten innemen die aansluiten bij wat een grote meerderheid van de kiezers wil (Laver, 2005, in: Kleinnijenhuis et al., 2007, p. 16).

De verkiezingsstrijd van 2006 kent geen uitgesproken onderwerpen, al vormt het immigratie- en integratiethema een uitermate belangrijk onderdeel van het debat. Dit valt te verklaren door de posities die de kleine rechtse partijen innemen tegen de islam en immigratie (Kleinnijenhuis et al., 2007). Voornamelijk de PVV neemt extreme posities in. In het verkiezingspamflet Klare Wijn worden lange lijsten met maatregelen genoemd om criminaliteit en terrorisme hard aan te pakken, een immigratiestop te bereiken en burgers meer invloed te geven (Klare Wijn, 2006). Het standpunt dat Wilders op 7 oktober 2006 in De Volkskrant maakt, dat "de tsunami van islamitische immigranten gestopt moet worden", wordt door D66 lijsttrekker Pechtold scherp aangevallen.

Bij de landelijke verkiezingen in 2006 boekt de PVV een winst van negen zetels. Dit succes is grotendeels te danken aan de kritiek van tegenstanders, vooral van Pechtold. Verder hebben interne perikelen rond het partijleiderschap van de VVD ertoe geleid dat de kleine (rechtse)partijen zich beter tegenover elkaar hebben kunnen profileren. Door de dominante rol van Wilders op rechts, proberen de directe concurrenten van de PVV zich alsnog links van hem te onderscheiden. Dit geeft Wilders bijna het alleenrecht op rechts (Kleinnijenhuis et al., 2007).



H3 Theoretisch kader

3.1 Nieuws

Door het grote aanbod van nieuws wordt er door de media een selectie van het nieuws gemaakt. Dit proces wordt ook wel aangeduid met de metafoor *gatekeeping* om aan te duiden welke selecties er worden gemaakt om bepaald nieuws wel of niet de *gates* van een nieuwsmedium te laten passeren (McQuail, 2000). De vraag die hier eerst gesteld moet worden is: wat is nieuws? Galtung en Ruge vroegen zich in 1965 al af hoe gebeurtenissen nieuws worden (Harcup & O'Neill, 2001). Zij hebben twaalf nieuwsfactoren opgesteld die indicatoren zijn voor de nieuwswaarde van gebeurtenissen.

De twaalf nieuwsfactoren lijken van groot belang in de selectie van nieuws door de media. De frequentie van een gebeurtenis, maar ook de betekenis, ondubbelzinnigheid en onverwachtheid van een gebeurtenis zijn factoren die iets tot nieuws maken. Wanneer gebeurtenissen refereren aan elitenaties, elitepersonen, bekende personen of iets negatiefs, is de kans groot dat het nieuws wordt. Harcup en O'Neill (2001) hebben het onderzoek van Galtung en Ruge recentelijk herhaald en vonden deels dezelfde factoren. Zij hebben deze twaalf indicatoren teruggebracht tot tien nieuwsfactoren. Deze nieuwsfactoren worden bepaald door gebeurtenissen die te maken hebben met de machtige elite, beroemdheden en entertainment. Onverwachte, relevante en grote gebeurtenissen, goed en slecht nieuws, vervolgverhalen en nieuws dat thuishoort op de agenda van de nieuwsorganisatie zijn de overige factoren voor nieuwswaardigheid (Harcup & O'Neill, 2001). Deze factoren geven een indicatie welk nieuws daadwerkelijk nieuws wordt.

Volgens Uce, Schueremans & De Swert (2006) bestaat nieuws enerzijds uit hard nieuws en anderzijds uit soft nieuws en sensationeel nieuws. Hard nieuws omvat alle nieuwsitems die betrekking hebben op politiek, oorlogen, internationale betrekkingen, economie, financiën, wetenschap en defensie. Soft nieuws bestaat uit nieuwsitems over concerten, muziek, het weer, toerisme, beroemdheden en koningshuizen. In de categorie sensationeel nieuws vallen alle items over criminaliteit, verkeersongevallen, terroristische aanslagen en rampen.

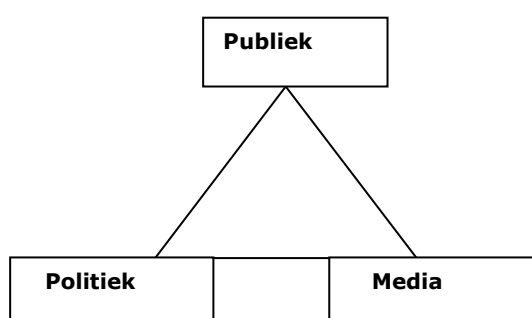
Politieke berichtgeving trekt binnen het harde nieuws de grootste aandacht naar zich toe. Hét politieke nieuws bestaat niet. Het nieuws waarin politieke partijen of politici een rol spelen wordt daarom door Kleinnijenhuis et al. (2007) onderverdeeld in drie nieuwstypen. Allereerst is dat issuenieuws, ofwel inhoudelijk en vooral feitelijk nieuws over bepaalde issues. Het nieuws dat de kiezers laat zien hoe de partijen zich verhouden tot elkaar, tot de media en tot de maatschappij wordt conflictnieuws genoemd. Dit nieuws wordt ook wel steun- en kritieknieuws genoemd en kan verdeeld worden in steun en kritiek vanuit de eigen gelederen van de partij, opposerende partijen en andere

maatschappelijke actoren (onderzoeksinstituten, vakbonden, werkgevers, milieuclubs). Het laatste type politiek nieuws is wedstrijdnieuws. Dit is nieuws dat de kiezer informeert over machtsverhoudingen omtrent vermoedelijke winnaars en verliezers in bijvoorbeeld verkiezingstijd. Het nieuws gaat over succes en falen, waarbij opiniepeilingen een veelgebruikt middel zijn (Kleinnijenhuis et al., 2007).

3.1.1 Nieuwsfuncties

Nieuws heeft verschillende functies. In de eerste plaats is dit een informatiefunctie, nieuws verstrekt feitelijke informatie. Ook heeft nieuws een kritiekfunctie, hiertoe behoort het creëren en beïnvloeden van de publieke opinie door middel van oordelende beschouwingen van personen, zoals inwoners en (lokale) politici, die hun standpunt geven. Tot slot biedt nieuws ruimte voor de mening van het publiek over issues of personen in brieven of op fora en weblogs (Van Cuilenburg, Scholten & Noomen, 1994).

In de samenleving voorziet voornamelijk de media het publiek van nieuws. Dearing en Rogers (1993) beschouwen de verhouding tussen burgers, overheid en media als een driehoeksrelatie (zie figuur 1). Op het eerste hoekpunt van de driehoeksrelatie staat de politiek, op de tweede het publiek en op de derde staan de media. De politiek wordt beschouwd als de wijze waarop in een samenleving belangenverschillen van groepen en individuen tot hun recht komen, meestal op basis van onderhandelingen, op de verschillende bestuurlijke en maatschappelijke niveaus (Politiek, 2007). Het publiek wordt gedefinieerd als iedereen in de samenleving die op welke manier dan ook direct of indirect zijn of haar mening geeft over een issue, met uitzondering van de makers van een medium (D'Haenens & De Lange, 2001). De media bestaan uit journalisten, redacties, mediabedrijven, etc. Tussen deze drie hoeken bevindt zich het speelveld van het publieke domein: de plaats waar burgers elkaar ontmoeten, maar ook in contact met machthebbers kunnen treden. Het is een plaats voor debat en confrontatie en de plaats waar kennis wordt opgedaan. Deze driehoeksrelatie vormt een van de uitgangspunten bij media-analyses naar invloed en de gevolgen daarvan (RMO, 2003).



Figuur 1. Driehoeksrelatie publiek, politiek en media.



3.1.2 Agendabuilding

In de communicatiewetenschap staat met betrekking tot nieuws een viertal begrippen centraal. Dit zijn agendabuilding, agendasetting, priming en framing. Het proces tot aan de boodschap wordt agendabuilding genoemd (De Boer & Brennecke, 1999). Volgens Scheufele (2000) gebeuren er in dit proces drie dingen. Allereerst worden sommige gebeurtenissen of issues door de media benadrukt. Ten tweede wordt de gebeurtenis door de media gekoppeld aan bepaalde symbolen zodat het onderdeel van het (politieke) landschap wordt. Tot slot noemt Scheufele de rol van woordvoerders en spindoctors, die een belangrijke functie spelen in het promoten van gebeurtenissen, symbolen en feedback om het issue te laten bestaan.

In agendabuilding proberen de media gebeurtenissen te interpreteren en prioriteiten voor deze gebeurtenissen te stellen. Dat laatste kan gezien worden als het bouwen van de media-agenda. De media-agenda wordt bepaald door de hoeveelheid ruimte of tijd die aan onderwerpen wordt besteed. De publieksagenda wordt bepaald door de onderwerpen die door het publiek als belangrijk worden ervaren (McCombs & Shaw, 1972). Voor politiek nieuws geldt dat de aandacht die de media aan partijen besteden niet alleen van partij tot partij verschilt, maar ook in de loop der tijd kan veranderen. Nieuws is dynamisch: gebeurtenissen op steeds weer andere terreinen kunnen ervoor zorgen dat een partij of een persoon het ene moment midden in de belangstelling komt te staan, terwijl men het volgende moment niets meer over de betreffende partij of persoon verneemt (Kleinnijenhuis et al., 2007).

3.1.3 Agendasetting

Agendasetting is een proces van bewuste of onbewuste media-invloed op de mate van belangrijkheid van nieuwsgebeurtenissen, issues of publieke personen en hoe deze worden gepresenteerd in de nieuwsberichtgeving (Graber, 1993). De media zijn misschien niet in staat om ontvangers een bepaalde opinie op te dringen, maar ze bepalen wel de onderwerpen waarover het publiek zich een opinie vormt (De Boer & Brennecke, 1999). Er wordt van agendasetting gesproken als een zodanige causale relatie tussen de inhoud van de media en de issues op de publieke agenda valt te constateren dat deze niet op toeval gebaseerd kan zijn (Scheufele, 2000).

De agendasetting-theorie kent een tweetal niveaus. Binnen het eerste niveau bepalen de media waarover mensen praten. De media zetten de onderwerpen waar men over spreekt op de 'agenda'. Wanneer agendasetting is gebaseerd op de media-agenda is er sprake van een macroniveau. Het tweede niveau gaat verder dan het eerste niveau. De essentie van dit niveau is dat gevoelens en waarden geactiveerd worden door de media. Aan de hand hiervan nemen mensen bepaalde ideeën aan. De media bepalen niet alleen waarover gesproken wordt, maar ook hoe het publiek denkt. Agendasetting op



microniveau betekent dat agendasetting gebaseerd is op de publieksagenda (Scheufele, 2000). Dit wordt framing genoemd. Dit concept komt later uitgebreid aan bod.

Volgens Scheufele (2000) is er een aantal persoonlijke factoren van invloed op agendasetting. Allereerst de mate waarin iemand politiek geïnteresseerd en betrokken is als bijvoorbeeld lid van een politieke partij. Een andere factor is het mediagebruik, zoals de afhankelijkheid van de krant als nieuwsbron voor iemand en de tevredenheid met deze krant. Voor politici kan het dus interessant zijn om het proces van agendasetting toe te passen op de interpretatie van issues door het publiek. De werking van agendasetting kan gebruikt worden omdat politieke actoren op deze manier kunnen beïnvloeden waar het publiek over denkt en uiteindelijk creëren hoe het publiek denkt over maatschappelijke problemen en oplossingen (Smith, McCarthy, McPhail & Augustyn, 2001).

3.1.4 Priming

De media maken sommige issues opvallender dan andere issues. Opvallendheid is een optelsom van interactie tussen boodschap en ontvanger en de aanwezigheid van frames in een boodschap, maar geeft niet de garantie dat de media het denken van het publiek beïnvloeden (Entman, 1993). Deze opvallendheid wordt omschreven als 'salliantie'. Dit betekent dat de media bepaalde informatie beter opmerikbaar, zichtbaar of betekenisvol voor het publiek maken. Een verhoogde opvallendheid geeft de mogelijkheid dat ontvangers de informatie ontvangen, er een mening over vormen en het op deze wijze in hun geheugen opslaan. Dit proces staat ook wel bekend als priming. Priming is de impact die agendasetting heeft op de manier waarop individuen evaluaties vormen om publieke personen te beoordelen (Scheufele, 2000). Dit betekent dat de massamedia daarmee tevens de wijze beïnvloeden waarop overheden, presidenten, beleid en kandidaten worden geëvalueerd door het publiek. Politieke issues die het meest opvallend of toegankelijk zijn in iemands geheugen zullen de meest sterke invloed hebben op de perceptie van politieke actoren en figuren (Kleinnijenhuis, et al., 2007; Scheufele, 2000).

3.2 Framing

Agendabuilding en agendasetting bepalen de opmaak van de media-agenda en geven op die manier ook richting aan de publieksagenda. Priming bepaalt welke van de issues op deze agenda's het snelst herinnerd worden bij het publiek. Behalve dat de media bepalen waar het publiek over denkt, kunnen de media ook bepalen hoe het publiek over deze issues denkt. De manier waarop onderwerpen door de media worden gebracht, is een soort inkadering en een keuze van de journalistiek. Deze inkadering kan bepalen vanuit welk perspectief het publiek het betreffende onderwerp gaat bekijken, ofwel hoe



het publiek het onderwerp definieert (McQuail, 2000). Het perspectief waarin de boodschap door de bron of de journalist gegoten is, wordt ook wel framing genoemd. Framesetting wordt beschreven als het tweede niveau van agendasetting. Waarbij agendasetting het belang van de issues centraal staat, gaat het bij framing om het belang van de manier waarop issues worden gebracht. Met behulp van frames kan een bepaald verhaal in een ruimere context worden geplaatst en er betekenis aan worden gegeven (Scheufele, 1999).

In framingonderzoeken wordt de definitie van Entman veelvuldig gehanteerd. Daarom wordt in dit onderzoek framing in navolging van Entman (1993) als volgt gedefinieerd: "To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/ or treatment recommendation" (p. 52). Framing is dus het selecteren van sommige aspecten van de waargenomen realiteit, waarin deze aspecten op een zodanige manier opvallend gemaakt worden in een communicatietekst.

Er zijn verschillende factoren van invloed op de media die bepalen waarom het nieuws wordt zoals het wordt. Deze factoren kunnen de selectiekeuze van nieuwsberichten, waar nieuwswaarden een cruciale rol spelen, beïnvloeden. Dit is framebuilding. Volgens Scheufele (1999) is er in de eerste plaats een aantal journalistieke invloeden. Hieronder worden de ideologische of politieke achtergrond, sociale waarden en normen en de houding van de journalist verstaan. Verder worden journalisten beïnvloed door de organisationele routine van het medium. Het type media en de politieke oriëntatie van het medium, de werkcultuur, hiërarchieën en sociale processen op de redactie vormen elementen van deze journalistieke routine. Tot slot beïnvloeden externe invloeden het nieuws. Hiertoe behoren de werking van de vaak concurrerende markt waar het medium zich in bevindt, maar ook de druk vanuit politieke actoren, autoriteiten, belangengroeperingen en elitegroepen.

3.2.1 Functies van framing

Een frame heeft vier functies: problemen, oorzaken, evaluaties en oplossingen voor een gebeurtenis selecteren en accentueren. Allereerst definieert een frame problemen en bepaalt het voor- en nadelen in termen van culturele waarden. Ten tweede stelt een frame oorzaken vast en identificeert het factoren die het probleem creëren. Verder schrijven frames morele oordelen voor. Dit betekent dat in het frame aan de hand van normen en waarden wordt geoordeeld over bijvoorbeeld de effecten van het probleem. Tot slot suggereert het frame oplossingen. Het frame biedt methoden aan om problemen op te lossen en voorspelt eventuele effecten hiervan (Van Gorp, 2006).



De functies van frames komen vervolgens op vier locaties in het communicatieproces voor: bij de zender, de boodschap, de ontvanger en cultuur (Entman, 1993). Zo maakt de zender bewust of onbewust keuzes in wat ze wil overbrengen. Schemata ondersteunen het nemen van deze keuzes. Schemata zijn sociale gedeelde cognitieve structuren die individuen helpen informatie te verwerken, organiseren en gebruiken om de wereld te begrijpen (Ter Wal et al., 2005). Hierin zijn effecten van framing vastgelegd die de denkwijze van de ontvanger organiseren. Een boodschap bevat frames die zich uiten in de aanwezigheid of juist afwezigheid van verschillende woorden, standaardzinnen, stereotype beelden, informatiebronnen en zinnen die feiten of oordelen bevatten. De frames die het denken van de ontvanger sturen, zijn al dan niet een reflectie van de frames in de tekst en de frames van de zender. De oorsprong van veel gebruikte frames ligt in de cultuur van een samenleving. Cultuur kan gedefinieerd worden als een geheel van verschillende frames die in het discours van de meeste mensen in sociale groepen voorkomt. Een discours schept onze interpretatie van teksten en beelden en structureert zowel onze zin voor realiteit als onze notie van de eigen identiteit (Mills, 1998).

3.2.2 Framingeffecten

In dit onderzoek ligt de nadruk op frames die gebruikt zijn in de mediaboodschap. Door middel van framing kan er aan gebeurtenissen een bepaalde interpretatie worden gegeven. Gesteld wordt dat een frame moet worden gezien als een perspectief gegoten in een boodschap, die bijdraagt aan de opvallendheid van bepaalde geselecteerde delen van informatie boven andere delen (Van Groningen, 2005). Door te framen wordt de aandacht voor sommige aspecten van de werkelijkheid getrokken, terwijl andere elementen worden weggelaten. Wanneer bronnen informatie beschikbaar stellen aan nieuwsmedia, zal er vaak een frame ontstaan dat past binnen de principes van de bron en is het onwaarschijnlijk dat dit dan puur objectief is (McQuail, 2000).

In de wetenschap heerst verdeeldheid over de effecten van framing van politieke onderwerpen. Sommige onderzoekers beweren dat nieuwsframes van politieke onderwerpen geen zichtbaar effect op het publiek hebben in relatie tot de overheid of de media. De meeste theorieën over framing gaan ervan uit dat de manier waarop informatie wordt gepresenteerd of het perspectief dat in de boodschap wordt aangenomen, de reacties die individuen hebben kunnen beïnvloeden (Nabi, 2003). Door veranderingen in de presentatie van nieuwsberichten door te voeren, heeft dit ook effect op de waarneming van gebeurtenissen en issues, evenals de gedachten, het geheugen en de stemming van het publiek over deze kwesties. Door in de berichtgeving over een specifiek probleem bijvoorbeeld de nadruk op de oorzaken of veroorzakers van het



probleem te leggen, kan het zijn dat het publiek ook de aandacht richt op de oorzaken of veroorzakers van het probleem (Zillmann, Chen, Knobloch & Callison, 2004).

De toegankelijkheid van frames, het eerder genoemde framesetting, bepaalt hoe mensen over een bepaald onderwerp denken. Framesetting heeft gevolgen op individueel en op maatschappelijk niveau. Op individueel niveau kan framesetting ertoe leiden dat het proces van informatieverwerking van mensen wordt beïnvloed en dat attitudes over een onderwerp veranderen. Op maatschappelijk niveau kunnen frames sociale processen als politieke socialisatie, beleidsbeslissingen en collectief gedrag beïnvloeden (De Boer & Brennecke, 2003).

Politici zoeken steun bij het publiek en worden min of meer gedwongen om te concurreren met elkaar en met journalisten over nieuwsframes. Framing speelt een grote rol in de politieke macht en een frame in een nieuwsbericht is een waarborg van deze macht. In een frame kan de identiteit van de actoren of interesses die concurreren om de boodschap te domineren, worden geconstateerd. De sociale kracht van het frame kan even groot zijn als die van de taal. Wanneer een bepaalde term breed geaccepteerd is, is het noemen van een andere term een groot risico, omdat de ontvanger de zender onbetrouwbaar zou kunnen vinden of zelfs niet begrijpt waar de zender het over heeft (Entman, 1993). Framing kan dus de manier waarop het publiek denkt over politieke onderwerpen beïnvloeden en hoe ze deze onderwerpen herinneren. De media-agenda kan daardoor de publieke agenda bepalen en door middel van de manier waarop het is gepresenteerd beïnvloeden hoe het publiek denkt en reageert. Cynisme en wantrouwen tegenover de politiek zouden bijvoorbeeld gevolgen kunnen zijn (D'Haenens & De Lange, 2001).

3.2.3 Issue ownership

Om frames in politieke nieuwsberichtgeving te herkennen, wordt er in onderzoeken gekeken met welke kwesties of issues een bepaalde politieke partij in verband wordt gebracht en op welke wijze dit gebeurt. Een issue kan alleen prioriteit krijgen door andere issues van de agenda te verstoren. Volgens Patterson (1993, in: D'Angelo, 2005, p. 200) hebben nieuwsmedia in verkiezingstijd niet alleen een aanzienlijke macht in het bepalen wat het publiek leert over het persoonlijke karakter van de kandidaten, issues en het campagneproces, maar ook in het kiezen van frames dat via de media strategische manipulatie tot gevolg kan hebben. De issue ownership-theorie suggereert dat een politieke kandidaat de problemen in een land op een zodanig succesvolle wijze weet te framen dat hij hier beter mee om kan gaan dan de opponent, wat een voordelig effect in het stemgedrag van het publiek heeft (Petrocik, 1996). Het doel van de kandidaat is om de politieke agenda dusdanig te manipuleren dat hij problemen weet aan te dragen die daadwerkelijk de zorgen van het publiek behelzen, en waarvan de



kiezer zijn stemkeuze laat afhangen. Partijen zijn geloofwaardig en betrouwbaar wanneer ze zich constant om enkele issues bekommeren. Hoe meer kiezers zich laten leiden door deze issues in plaats van ideologische affiniteit of loyaliteit aan de partij, hoe sterker het wapen van issue ownership tijdens de verkiezingen is (Walgrave & De Swert, 2006).

Omdat in westerse democratieën een lange partijtraditie bestaat, kan worden aangenomen dat zowel aandacht voor personen als voor issues zal groeien (Kleinnijenhuis, Maurer, Kepplinger & Oegema, 2001). De politieke overtuiging van mensen is relatief stabiel, de perceptie over het belang van issues verandert echter steeds. Dit is zeker zo bij kiezers die niet voor bepaalde kandidaten, ideologie of het imago van de partij kiezen, maar juist tegen iets zoals de huidige regering, het systeem of andere partijen stemmen. Volgens Walgrave & De Swert (2006) kan negatieve en cynische berichtgeving de antipolitieke gevoelens in het publiek vergroten. De media kunnen aan het succes van een politieke partij bijdragen door de partij of de politici veel (positieve) aandacht geven, de issues van de partij overmatig in het nieuws aan bod te laten komen of in het voordeel van de partij te framen. Een partij die geschikt is om problemen op te lossen met betrekking tot belangrijke issues, die vaak in het nieuws is, heeft ook een verhoogde kans om op gestemd te worden (Kleinnijenhuis et al., 2001). Als radicalere standpunten meer aandacht krijgen, dan zullen vaker dan voorheen kiezers, die de richting hiervan onderschrijven, voor een radicale in plaats van voor een gematigde partij gaan kiezen (Aarts, MacDonald & Rabinowitz, 1999).

Issue ownership gecombineerd met agendasetting betekent dat de media het stemgedrag van de kiezer kunnen beïnvloeden. De verschillende effecten hiervan worden verklaard aan de hand van de priming-theorie. Media-aandacht voor een issue prikkelt de bekendheid van het issue in het geheugen wat bevorderlijk is voor de eigenaar van het issue. De hieraan gekoppelde public choice-theorie neemt aan dat nieuws over een positieve of negatieve ontwikkeling met betrekking tot het issue, bijvoorbeeld stijging of daling in werkgelegenheid of criminaliteit, de steun voor de partij zal doen toe- of afnemen. Hier is het niet de vraag wie de eigenaar van het issue is, maar welke coalitiepartij de gelukkige is die geassocieerd wordt met actuele ontwikkelingen die belangrijk geacht worden door de kiezers (Kleinnijenhuis et al., 2001). Er is sprake van een 'eigen issue' of 'huisthema' als een groot deel van de kiezers denkt dat een partij ten aanzien van een bepaald issue een gunstige reputatie heeft. Het kan dus voordelig zijn voor een partij als er veel nieuws komt over een thema ten aanzien waarvan de partij al een positieve reputatie bij het publiek heeft (Kleinnijenhuis et al., 2007).

Bepaalde economische omstandigheden, zoals hoge werkloosheid en immigratie en het politieke systeem, zoals het aantal politieke partijen en de drempel om het parlement te betreden, betekenen mogelijkheden voor issue ownership (Boomgaarden &



Vliegenthart, 2006). Volgens Kleinnijenhuis et al. (2001) wordt van deze rechtse partijen geacht dat zij zich bekwaam zullen inzetten voor lagere belastingen, van linkse partijen wordt verwacht dat zij sociale veiligheid hoog op de agenda hebben staan. Vaak zijn het historische verschillen zoals klasse en religie die issue ownership bepalen. Issues worden niet altijd beheerst door één partij. Een nieuwe politieke partij zal proberen om zich vast te bijten in een nieuw issue, zoals immigratie, door het issue gedurende de campagne te benadrukken (Kleinnijenhuis et al., 2001).

Immigratie kan beschouwd worden als een 'makkelijk issue' waarover iedereen goed geïnformeerd is en geen deskundigheid vereist is om beslissingen over te maken (Mooney, 2001, in: Zimelis, 2005, p. 13). Deze 'makkelijke issues' beslaan een breed scala aan problemen, zoals werk, salaris en zorg, en worden gekenmerkt door de hoge media-aandacht vanwege de veronderstelde simpelheid van het issue (Zimelis, 2005). In Europa komt dit tot uitdrukking in het succes van de extreemrechtse en populistische partijen zoals het Vlaams Blok (tegenwoordig het meer gematigde Vlaams Belang) in België, de FPÖ in Oostenrijk en het Front Nationale in Frankrijk. De standpunten met betrekking tot immigranten, hebben in de jaren negentig veel media-aandacht en tot gevolg dat dit soort partijen eigenaar van het immigrantenissue worden (Boomgaarden & Vliegenthart, 2006). De vraag is of dit ook geldt voor de Partij Voor de Vrijheid in Nederland.

Onderzoeksvraag 1: Wordt de PVV in de berichtgeving weergegeven als een 'one issue' partij en zo ja welk issue is dit dan?

3.3 Soorten frames

In kwalitatieve journalistiek is nieuwswaardigheid het principe waarop nieuws geselecteerd zou moeten worden. Nieuwswaardigheid is niet onafhankelijk van framing, of beter gezegd, is vaak een functie van framing. Een bericht kan gekozen worden vanwege de nieuwswaardigheid, maar het is waarschijnlijk dat de journalist al een frame in gedachte heeft (Liebes, 2000). Framing kan volgens Van Gorp (2006) op twee manieren. Enerzijds door de media, anderzijds via de media. Bij framing door de media representeert de journalist de gebeurtenis in een bepaald frame. De keuze voor een bepaald frame vindt vaak al plaats vóór de selectie van het nieuwsbericht. Belangrijke gebeurtenissen uit het verleden, waardoor eerder toegepaste frame gebruikt worden, geven richting aan de perceptie van de journalist, de nieuwsselectiecriteria en de verdere manier van verslag doen. Omdat de verschillende media elkaars bronnen gebruiken, kunnen frames worden versterkt. Naast framing door de media, kunnen frames ook worden verwerkt in communicatie-uitingen van andere actoren, zoals in de antwoorden van politici op vragen van journalisten (Van Gorp, 2006).



Om effecten van framing effectief te kunnen onderzoeken wordt er in de communicatiewetenschap onderscheid gemaakt tussen verschillende frames. Scheufele (1999) spreekt van media- of nieuwsframes en van individuele of publieke frames. Een nieuwsframe is een centraal georganiseerd idee of verhaal dat betekenis geeft aan een gebeurtenis of kwestie in de media. Vaak is er sprake van routine door journalisten om de boodschap efficiënt te verpakken voor het publiek. De eerder genoemde schemata, kennisstructuren die individuen helpen om informatie te verwerken, staan gelijk aan het individuele of publieksframe. Een individueel frame kan een globale, lange termijn politieke kijk of een korte termijn, issue gerelateerde kijk hebben. Schemata hebben effect op de manier waarop mensen interpreteren, evalueren en oordelen (Shen, 2004).

In dit onderzoek wordt gekeken naar mediaframes. In een mediaframe bewerken de media een idee of verhaallijn op zo'n manier dat er een bepaalde mening aan gegeven wordt. Het frame bepaalt waar de controversie of de essentie van het verhaal zit (Gamson & Modigliani, 1987, in: Scheufele, 1999, p. 106). Er zijn verschillende soorten mediaframes die gebruikt worden in nieuwsberichtgeving: feitelijke, generieke en toegepaste frames. Bij het feitelijke frame worden alleen feiten besproken (Zillmann et al., 2004). In een generiek frame komt een breed scala aan onderwerpen van thematisch, culturele of tijdsbependingen aan bod, terwijl in toegepaste frames wordt gekeken naar een specifiek onderwerp in publiek discours met betrekking tot een frame (Van Gorp, 2006). Het toegepaste frame van Van Gorp (2006) komt overeen met het issuespecifieke frame van De Vreese & Boomgaarden (2003), dat relevant is voor specifieke issues of gebeurtenissen. Bijvoorbeeld door een visie te geven op de verkiezingen waarin kandidaten een constructieve dialoog over issues aangaan, waarom deze problemen bestaan, wat oplossingen zouden kunnen zijn en wat de consequenties zijn wanneer deze problemen niet worden opgelost (D'Angelo, 2005).

Valkenburg, Semetko en De Vreese (1999) benoemen een vijftal issuespecifieke mediaframes. Dit zijn het conflictframe, human interest-frame, economisch frame, moraliteitsframe en verantwoordelijkheidsframe. In het Nederlandse nieuws komt het verantwoordelijkheidsframe het meeste voor. Dit valt te verklaren omdat Nederland een sociale welzijnsstaat is, waarin van de overheid verwacht wordt dat deze sociale problemen oplost. Omdat er altijd een systeem is geweest met een meerpartijenregering en een meerpartijenoppositie, komt het conflictframe ook regelmatig terug. Er is niet alleen sprake van conflicten tussen de regering en oppositie, maar ook tussen de partijen binnen de coalitie en oppositie (Valkenburg et al., 1999). In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van bovenstaand conflictframe, het horse race-frame gebaseerd op onder andere De Vreese (2005) en Kleinnijenhuis et al. (2007), het eerder genoemde human interest-frame, het valentiefame van De Vreese (2003) en een populistisch



frame dat op basis van Jagers en Walgrave (2007), Walgrave en De Swert (2006) en Zimelis (2005) is samengesteld.

3.3.1 Conflictframe

In het conflictframe wordt een conflict tussen individuen, groepen of instituten uitgemeten. Het frame is gerelateerd aan berichtgeving over strategie. In deze berichtgeving wordt een onenigheid of conflict expliciet genoemd, zijn er twee of meer kanten van de gebeurtenis of issue, wordt de nadruk gelegd op winnen en verliezen en is de taal conflictueus door het gebruik van woorden die te maken hebben met strijd. De nadruk ligt op het optreden en stijl van een groep of individu (Jamieson, 1992, in: De Vreese, 2005, p. 284). Een belangrijk proces in politiek leiderschap is het vinden of creëren van vijanden die nodig zijn om beleid te rechtvaardigen en carrière te bevorderen. Bij (extreem)rechtse partijen geven politieke leiders vaak simplistische oplossingen voor complexe problemen (Edelman, 1988, in: Zimelis, 2005, p. 8). Dit laatste kan ook weer tot conflicten leiden. De rechtse positie van Wilders en zijn partij in het politieke speelveld vraagt antwoord op de vraag of conflicten aanwezig zijn in de berichtgeving.

Onderzoeksvraag 2: Wordt de PVV als partij of Wilders als individu in de berichtgeving geassocieerd met conflicten?

3.3.2 Horse race-frame

In het verlengde van het conflictframe ligt het strategisch of horse race-frame. In het nieuws over bijvoorbeeld verkiezingstijd, worden de verkiezingen weergegeven als een wedstrijd, de acties van de kandidaten als (politieke) manoeuvres (Kerbel, 2000). De wedstrijd refereert aan strategieën en voorspellingen van verkiezingssucces, benadrukt de positie van de kandidaten in de verkiezingsstrijd. Het nieuws is gefocust op winnen en verliezen, wordt gedreven door taal die met 'oorlog en strijd' te maken heeft, concentreert zich op de stijl van de kandidaat en geeft betekenis aan opiniepeilingen (Jamieson, 1992, in: De Vreese, 2005, p. 284). Het horse race-frame presenteert de persoonlijke kenmerken van de kandidaat en geeft het publiek een blik op de verkiezingen waarin de kandidaten als winnaars of verliezers van de verkiezingen worden geportretteerd (D'Angelo, 2005). In de verkiezingen van november 2006 wordt de strijd tussen Bos en Balkenende breed uitgemeten (Kleinnijenhuis et al., 2007). De vraag is hoe Wilders en zijn partij in deze berichtgeving naar voren komt.

Onderzoeksvraag 3: Wordt Wilders en/of de PVV in de berichtgeving als een winnaar of verliezer gepresenteerd en verschilt dit per (verkiezings)periode?



3.3.3 Valentieframe

De Vreese & Boomgaarden (2003) voegen aan de frames van Valkenburg et al. (1999) het valentiefraam toe, dat door middel van het uitdragen van (impliciet) positieve of negatieve elementen duidt op 'goede' en 'slechte' waarden. De simplistische labels van 'goed' en 'slecht' zijn nogal breed gedefinieerd. Schuck & De Vreese (2006) onderscheiden in hun onderzoek valentiefraam daarom een risicofraam en een opportuniteitsfraam. Het risicofraam bevat risico of gevaar en in het fraam worden eventuele negatieve consequenties benadrukt. Het opportuniteitsfraam legt nadruk op hoop en vertrouwen en benadrukt eventuele positieve gevolgen van kansen (Schuck & De Vreese, 2006). Valentie kan ook beschouwd worden als steun of kritiek vanuit de eigen gelederen van de partij, maar evenzo van opposerende partijen en andere maatschappelijke actoren (Kleinnijenhuis et al., 2007).

Onderzoeksvraag 4: Wat is de valentie van de berichtgeving over Wilders en/of de PVV?

3.3.4 Human interest-frame

In het human interest-frame wordt een emotioneel aspect van een verhaal van een individu extra belicht. Een bepaald individu, familie of groep mensen wordt gezien als een illustratie van een grotere kwestie zoals een ongeluk of een ramp. De nadruk ligt dan op de slachtoffers, in termen van het verliezen van bezittingen, gezondheid of leven. Het fraam benadrukt vaak menselijke leed dat veroorzaakt wordt door ongelukken of gedurende een ramp die ze meemaken. In het fraam wordt gesproken over slachtoffers in emotionele termen (Zillmann et al., 2004).

In politiek nieuws gaat het in dit fraam niet zo zeer om slachtoffers, maar over personalisering van bijvoorbeeld politici. In Nederland is media-aandacht voor persoonlijkheden van groot belang in politieke berichtgeving en specifiek in verkiezingstijd. Een partij met een populaire kandidaat die vaak in het nieuws is, heeft een verhoogde kans dat er op hem of haar gestemd gaat worden (Kleinnijenhuis et al., 2003). In hoeverre gaat het nieuws over personen of partijen? Er is sprake van personalisering als een partij niet zelf als actor genoemd wordt, maar wordt gerepresenteerd door een persoon, in de regel door politici en bewindspersonen. Politiek wordt dan meer een strijd tussen personen dan tussen organisaties omdat de persoonlijkheid van de politicus erbij betrokken wordt. Deze personalisering kan op verschillende manieren worden opgevat: individuele (uiterlijke) kenmerken, het privéleven van de politicus en het optreden van de politici in entertainment- en talkshows (Kleinnijenhuis et al., 2003).

Onderzoeksvraag 5: Gaat de berichtgeving over Wilders als politicus en partijleider van de PVV of over Wilders als persoon?



3.3.5 Populistisch frame

Populisme is een moeilijk te definiëren begrip en wordt vaak omschreven als een politieke communicatiestijl. Wanneer politieke partijen te maken hebben met een terugloop van partijgangers en een plotselinge omwenteling in het kiesgedrag, kan populisme hulp bieden (Jagers & Walgrave, 2007). Populisme identificeert zich met het publiek en kan voor politici aantrekkelijk zijn omdat zij zo trachten te spreken vanuit de naam van het volk. Het belangrijkste in deze politieke stijl is de inhoud van het discours. Er wordt uitsluitend over het volk gepraat in relatie tot politieke eenheid (Jagers & Walgrave, 2007).

Nieuwrechts populisme is de bekendste vorm van populisme, dat in de jaren zeventig is ontstaan uit protest tegen de traditionele politiek die ervan beschuldigd werd zelfingenomen te zijn en systematisch de echte wensen van de mensen te negeren. Kenmerkend voor nieuwrechts populisme is de focus op issues die te maken hebben met immigratie, belasting, criminaliteit en nationalisme (Taggart, 2000). Deze thema's komen overeen met die van nieuwe (extreem)rechtse partijen, die ook een populistisch en antipolitiek discours gebruiken (Ignazi, 1992, in: Jagers & Walgrave, 2007, p. 319). Bovenstaande heeft geleid tot de laatste onderzoeksvraag.

Onderzoeksvraag 6: Is de berichtgeving over Wilders en/of de PVV populistisch?

Populisme wordt volgens Jagers & Walgrave (2007) getypeerd door drie elementen. Allereerst refereert populisme altijd naar een populatie die gedefinieerd kan worden als het publiek, een groep mensen met als kenmerk een constante verkiezingsinteresse. Het volk kan in directe termen omschreven worden als de mensen, het publiek, de burger, de kiezer, de belastingbetaler, de inwoner en de consument. Indirect moet gedacht worden aan termen als publieke opinie, politieke participatie, democratie en de wil van de mensen (Jagers & Walgrave, 2007).

Onderzoeksvraag 6a: Wordt uit de berichtgeving duidelijk of Wilders zich direct dan wel indirect tot het volk richt?

Het tweede element waar populisme aan ten grondslag ligt, is de anti-elitaire houding die de afstand en vervreemding tussen het volk en de elite benadrukt. Elite kan politieke elite (partijen, regering, ministers), de media (mediatyconen, journalisten), de staat (het kabinet, de sociale zorg), intellectuelen (universiteiten, schrijvers, professoren) of economische machten (multinationals, werkgevers, handelsorganisaties, kapitalisten) zijn (Jagers & Walgrave, 2007).

Onderzoeksvraag 6b: Wordt uit de berichtgeving duidelijk of Wilders een anti-elitaire houding heeft?



Het laatste typerende element van populisme is dat mensen worden beschouwd als een homogene categorie zonder interne verschillen, waarin sommige delen van de populatie worden gestigmatiseerd. Deze groepen worden als zondebok beschouwd en verantwoordelijk gehouden voor alle problemen die de hele populatie heeft getroffen. In het verantwoordelijkheidsframe wordt een verhaal op zo'n manier wordt gebracht dat de verantwoordelijkheid voor een gebeurtenis bij een groep of individu wordt gelegd (Valkenburg et al., 1999). Etnische minderheden worden in de media vaak gepresenteerd als een *out group* en worden geassocieerd met conflict, drama, tegenstellingen, geweld en criminaliteit (Ter Wal, 2005). De kiezers van populistische partijen stemmen op deze issues in plaats vanuit een bepaald motief. Populistische leiders definiëren problemen en oplossingen op een zeer overtuigende manier. De zittende partijen zullen immigranten niet zo snel als een issue onder de aandacht brengen en immigranten beschuldigen van de problemen in de maatschappij, terwijl extreemrechtse partijen hun ideeën op een bepaalde manier voor een groot publiek weten te verpakken die een oplossing verwachten (Kleinnijenhuis, 2001; Zimelis, 2005).

Volgens Fennema (1997) ligt de algemene overlap tussen racisme en extreemrechtse partijen in het feit dat deze politieke partijen allemaal het migratiebeleid van de overheid aanvallen. Wilders' bezwaren tegen de toetreding van Turkije tot de Europese Unie hebben zijn vertrek bij de VVD tot gevolg gehad. Zijn plannen voor een immigratiestop, verbod op dubbele nationaliteit en een bouwstop voor moskeeën en islamitische scholen hebben zijn afkeer tegen niet-westerse culturen duidelijk gemaakt.

Onderzoeksvraag 6c: Wordt uit de berichtgeving duidelijk of Wilders immigranten verantwoordelijk houdt voor problemen?



H4 Methode

4.1 Inhoudsanalyse

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Binnen de communicatiewetenschap staat inhoudsanalyse vooral bekend als onderzoekstype voor het empirisch onderzoeken van mediamateriaal met de bedoeling vragen te beantwoorden over de invloed, rol of functie van de massamedia in de samenleving (Wester, 2004). Een inhoudsanalyse geeft de mogelijkheid om aan te geven welke onderwerpen, personen of argumenten aandacht krijgen in de media. Daarnaast kan het inzicht geven in de wijze waarop hieraan wordt vormgegeven (Floor, 2006).

4.2 Onderzoekspopulatie

Er is gekozen voor het analyseren van kranten, omdat kranten meer worden beschouwd als een betrouwbare bron van informatie dan televisie (Kiousis, 2001). Ook is het eenvoudig om de inhoud van dagbladen te verkrijgen via de database van LexisNexis Academic, een online database die toegang biedt tot circa 1300 internationale dagbladen en tijdschriften. Het is een tekstarchief van Nederlandse en buitenlandse dagbladen en tijdschriften, bedrijfsinformatie, wetgeving en rechtzaken (Handleiding LexisNexis Academic, z.d.). De kranten die gebruikt zijn voor dit onderzoek zijn de vier grootste en betaalde Nederlandse dagbladen: de Volkskrant, het NRC Handelsblad, De Telegraaf en het Algemeen Dagblad. De twee laatst genoemde kranten worden als populaire kranten beschouwd met meer nadruk op amusement en minder op politieke informatie. Terwijl de Volkskrant en het NRC Handelsblad als kwaliteitskranten kunnen worden beschouwd met meer aandacht voor politieke informatie en minder amusement (Bakker & Scholten, 1999).

4.3 Onderzoekperiode

De onderzoeksperiode beslaat de periode van 1 januari 1998 tot 1 juli 2007. In 1998 maakt Wilders zijn entree in de Tweede Kamer voor de VVD. Voor die tijd is hij ook al werkzaam in de politiek, maar nog niet zichtbaar voor het publiek. Zes jaar lang is Wilders een vrij onbekend Tweede Kamerlid voor de VVD, maar als op 1 juni 2004 het referendum over de Europese Grondwet gehouden wordt, waar Wilders fel tegenstander van is, escaleert de situatie binnen de partij. VVD-fractievoorzitter Van Aartsen wil Wilders het zwijgen opleggen over zijn felle afwijzing van de toetreding van Turkije tot de EU, waarna Wilders opstapt. In september 2004 gaat Wilders verder als onafhankelijk kamerlid met Groep Wilders. Na anderhalf jaar met een eenmansfractie in de Tweede Kamer te hebben deelgenomen, wordt op 22 februari 2006 de Partij Voor de Vrijheid (PVV) opgericht. Met deze partij neemt Wilders deel aan de verkiezingen van 22



november 2006. Met negen zetels kan Wilders als één van de winnaars van de verkiezingen worden beschouwd. De onderzoeksperiode loopt tot juli 2007, wanneer de 100 dagenperiode van het in februari 2007 beëdigde Kabinet Balkenende IV eindigt. Deze einddatum is gekozen omdat hier het zomerreces in de Tweede Kamer start. Dit betekent doorgaans het begin van de 'komkommertijd'. Komkommertijd is een aanduiding voor de rustige zomerperiode, waarin weinig nieuws en weinig handel is. Het woord wordt tegenwoordig vooral gebruikt in de media, die er bovendien inhoud aan geven door berichten te brengen die buiten de komkommertijd geen nieuwswaarde zouden hebben (Onze Taal, z.d.). Het eerder genoemde zomerreces betekent doorgaans weinig politiek inhoudelijk nieuws. Uit de steekproef van de afgelopen tien jaar zal blijken dat alle gebeurtenissen in de carrière van Wilders van invloed zijn op de hoeveelheid berichtgeving.

4.4 Onderzoekseenheden

Het onderzoek richt zich op artikelen met politiek nieuws dat betrekking heeft op Geert Wilders en/of zijn politieke partij. De gehanteerde zoektermen in LexisNexis Academic zijn 'Wilders' en/of 'Partij Voor de Vrijheid' en/of 'PVV'. Een van deze woorden moet in de titel van het krantenartikel staan. Op deze manier is het vrijwel zeker dat het artikel inhoudelijk over Wilders en/of zijn partij gaat. Uit het aanbod van bijna tien jaar berichtgeving blijkt een omvangrijk aantal van 624 artikelen een titel te hebben die over Wilders en/of zijn partij gaat. Alle artikelen zijn voorzien van een ID, nummer 1 t/m 624, en door middel van een systematische steekproef is ieder tweede artikel geselecteerd. Voor de inhoudsanalyses zijn alle artikelen met een even nummer gekozen, dat een totaal van 312 krantenberichten heeft opgeleverd. Voordat de artikelen zijn geanalyseerd, is gekeken of het aan de volgende criteria voldoet.

- Het artikel gaat inhoudelijk echt over politicus Geert Wilders en/of zijn partij;
- Het artikel is een journalistiek stuk. Opinies of meningen worden niet geanalyseerd, maar wel tot de steekproef gerekend, omdat het media-aandacht voor Wilders betekent.

Deze criteria in achtving genomen, levert een steekproef (n=293) op die redelijk gelijkmatig over de dagbladen is verspreid. De Volkskrant heeft met 86 de meeste berichten, waarvan 19,8% een opiniestuk is. Met 61 berichten heeft het NRC Handelsblad de minste berichten, maar met 24,6% opiniërende stukken de meeste meningen. Er zijn 79 artikelen in het Algemeen Dagblad verschenen, waarvan 13,9% opinies zijn. Van de 67 artikelen in De Telegraaf is slechts 1,5% opiniërend.



4.5 Operationalisatie

De wijze waarop Wilders en zijn partij de afgelopen tien jaar zijn weergegeven in de Nederlandse dagbladen laat zich vertalen in allereerst de hoeveelheid media-aandacht. Daarnaast wordt er gekeken welke actoren en issues hierbij betrokken zijn. Tenslotte wordt de manier waarop de berichtgeving invulling heeft gekregen geanalyseerd aan de hand van vijf mediaframes die betrekking hebben conflict- en wedstrijdnieuws, de valentie van het nieuws, personalisering en populisme. Om een inhoudsanalyse te kunnen doen, is er een codeboek opgesteld (zie Bijlage 1). Het codeboek voor deze analyse is opgesteld op basis van inhoudsanalyses van eerdere soortgelijke onderzoeken (Jagers & Walgrave, 2007; Schuck & De Vreese, 2006; Valkenburg et al., 1999).

4.5.1 Eigenschappen artikel

Op de eerste plaats wordt een aantal algemene eigenschappen van mediateksten gemeten. Zoals eerder bij paragraaf 4.2 is aangegeven, is er gekozen voor twee populaire en twee kwaliteitskranten: het Algemeen Dagblad en De Telegraaf en het NRC Handelsblad en de Volkskrant. Ervan uitgaande dat een dagblad zijn krant opmaakt in volgorde van de meest nieuwswaardige berichten, de belangrijkste artikelen de meeste woorden krijgen en dat het artikel zondig wordt versterkt met een foto of illustratie, kunnen deze drie eigenschappen iets zeggen over de belangrijkheid van het artikel. De lengte van het artikel is te verdelen in kort, minder dan 150 woorden; middel, 151 tot 450 woorden; lang, 451 tot 1000 woorden en zeer lang, meer dan 1001 woorden. Er is hiervoor gekozen omdat deze vier categorieën meer zeggen dan losse aantallen woorden. De lengte van het artikel is een andere belangrijke eigenschap. Onderzoek van de D'Haenens en Bosman (2003) heeft uitgewezen dat de lengte van teksten van invloed is op de aanwezigheid van frames. Zo zouden langere artikelen meer in staat zijn om nieuws te framen dan kortere artikelen.

Het journalistieke genre is de laatste eigenschap van een mediatekst. Aan de hand van het Stijlboek van NRC Handelsblad (z.d.) is er onderscheid gemaakt in de journalistieke genres nieuwsbericht, achtergrondverhaal, reportage, portret of profiel, interview en opinie. Onder een nieuwsbericht wordt een ongewoon feit of een ongewone gebeurtenis verstaan. Waar en wanneer het nieuwsfeit zich heeft afgespeeld, wordt voorin het korte bericht vermeld, de rest van het bericht is gewijd aan de vraag: hoe? Een achtergrondverhaal is de uitgewerkte versie van het nieuwsbericht. Er worden verschillende bronnen aangehaald en er is een duidelijkere invalshoek dan in een nieuwsbericht. Een reportage is een langer verslag uit een spanningsgebied waar nieuwswaardige situaties van nabij beschreven worden. De reportage weerspiegelt de dagelijkse realiteit. Persoonlijke stijl, gevoel en de waarnemingen van de journalist op locatie staan voorop in de reportage. Wanneer één bepaald persoon centraal staat in een



artikel is er sprake van een interview, portret of profiel. Een interview is een uitgewerkt gesprek met een persoon in een dialoog of vraag en antwoordmodel. Een portret geeft antwoord op de 'gebruikelijke' journalistieke vragen: wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe ten aanzien van het leven van de betrokkene en voegt hier een interpretatie van de journalist aan toe. Het profiel is een portret dat wordt opgebouwd uit informatie die in de eerste plaats van derden wordt verkregen. Het geeft antwoord op de vraag hoe de geportretteerde in zijn leven en streven wordt waargenomen. Soms komt de geprofileerde zelf nog aan het woord. Ten slotte staat in een opiniestuk de mening van de lezer van de krant centraal. Dit kunnen ingezonden brieven van 'gewone' lezers zijn, maar ook wetenschappelijk onderbouwde artikelen van geleerden of mensen uit het bedrijfsleven.

4.5.2 Issues en actoren

Om issue ownership te herkennen in de berichtgeving, wordt in de artikelen gekeken naar de inhoud. Op basis van eerder verkiezingsonderzoek van Kleinnijenhuis et al. (2003) en Kleinnijenhuis et al. (2007) is een lijst van issues opgesteld om te kijken waarmee Wilders en zijn partij worden geassocieerd (zie tabel 1). Deze issues zijn gebruikt in het codeboek.

Tabel 1. Overzicht issues

Linkse issues	Neutrale issues	Rechtse issues
Emancipatie	Christelijke normen en waarden	Criminaliteitsbestrijding
Gezondheidszorg	Europese integratie	Economische groei
Onderwijs	Internationale interventie	Immigranten
Overheidsfinanciering	Kabinet-Balkenende	Infrastructuur
Sociale zekerheid	Kabinet-Bos	Terreurbestrijding
Bestuurlijke vernieuwing	Milieu	

Naast het soort issue dat in het artikel centraal staat, is ook de eigenaar van het issue belangrijk. Daarom wordt gekeken naar de actoren die een rol spelen in het artikel. Dit zijn: Geert Wilders, (een andere politicus van) de PVV of Groep Wilders, (een politicus van) de VVD, (een politicus van) een andere politieke partij, een overheidsinstelling, een bedrijf, een NGO, de media of een andere (groep) perso(o)n(en). De belangrijkheid van de actoren is te herleiden aan het aantal quotes, een gehele uitspraak of citaat van de actor tussen dubbele aanhalingstekens; het aantal parafraseringen, een klein gedeelte van een uitspraak of citaat van de actor tussen enkele aanhalingstekens; en hoe vaak de actor (bijvoorbeeld door andere actoren) wordt genoemd.



4.5.3 Conflictframe

Het conflictframe slaat terug op het politieke nieuws over Wilders dat met conflicten te maken heeft. Het frame wordt gemeten door drie vragen die zijn gebaseerd op framingonderzoek van Valkenburg et al. (1999).

- C1. Weerspiegelt het verhaal een meningsverschil, onenigheid of welke vorm van conflict dan ook, waarbij Geert Wilders en/of de PVV betrokken is?
- C2. Beschuldigt de ene actor de andere actor?
- C3. Refereert het verhaal naar twee of meer kanten van het conflict?

De vragen worden beantwoord met 0=nee of 1=ja.

4.5.4 Horse race-frame

De horse race-frame verwijst naar berichtgeving waarin het politieke spel als een wedstrijd gezien wordt. Het frame refereert aan strategieën en voorspellingen van verkiezingssucces, benadrukt de positie van de kandidaten in de verkiezingsstrijd en wordt niet vaak toegepast op nieuws over andere publieke beleidsissues (Jamieson, 1992, in: De Vreese, 2005, p. 284). Het frame wordt gemeten door vier vragen afgeleid van bovenstaande bron.

- D1. Refereert het verhaal naar winnaars en verliezers?
- D2. Wordt Wilders en/of de PVV in de berichtgeving als een winnaar gepresenteerd?
- D3. Wordt in het artikel gerefereerd aan een opiniepeiling?
- D4. Refereert het verhaal aan taalgebruik of metaforen waarin strijd en spel voorkomen?

De vragen worden beantwoord met 0=nee of 1=ja.

4.5.5 Valentieframe

Het valentieframe geeft waarde aan de manier waarop Wilders weergegeven wordt of wat de lading is van uitspraken die actoren over Wilders doen. Is dit positief, negatief of gebalanceerd? Positief nieuws legt een dominante focus op positieve punten, de nadruk ligt op succes, opgeloste problemen of succesvolle oplossingen en op basis van De Vreese (2003) en Schuck & De Vreese (2006) zijn onderstaande vragen gemaakt:

- E1. Bevat het verhaal uitingen die pro-Wilders en/of de PVV zijn?
- E2. Geeft het verhaal argumenten of feiten die steun aan Wilders en/of de PVV geven?

Bij negatief nieuws ligt de dominante focus op negatieve punten, mislukkingen of onopgeloste problemen die evenals gemeten worden door twee vragen afgeleid van De Vreese (2003) en Schuck & De Vreese (2006):

- E3. Bevat het verhaal uitingen die contra-Wilders en/of de PVV zijn?



E4. Geeft het verhaal argumenten of feiten die kritiek op Wilders en/of de PVV geven?

Wanneer positieve en negatieve aspecten elkaar balanceren, er evenveel focus is op zowel negatieve als positieve punten, de nadruk ligt op de verdiensten van de actor, maar ook op zijn negatieve kanten, is er sprake van gebalanceerd nieuws (Schuck & De Vreese, 2006).

E5. Indien E1 en E3 beiden met ja of beiden met nee zijn beantwoord, is de berichtgeving dan meer negatief dan positief?

Alle vragen worden beantwoord met 0=nee of 1=ja.

4.5.6 Human interest-frame

Het human interest-frame laat zien in hoeverre er sprake is van personalisering van Wilders in het nieuws. Het frame wordt gemeten door drie vragen die afkomstig zijn het eerder genoemde onderzoek van Valkenburg et al. (1999).

F1. Geeft het verhaal een menselijk voorbeeld of verbindt het een menselijk gezicht aan Wilders?

F2. Gaat het verhaal in op het privé of persoonlijke leven van Wilders?

F3. Benoemt het verhaal wat Wilders persoonlijk voor individuen en groepen betekent?

De vragen worden beantwoord met 0=nee of 1=ja.

4.5.7 Populistisch frame

Het populistisch frame wordt gemeten door drie deelvragen die respectievelijk uit één, drie en vier items bestaan. Populisme blijkt allereerst uit woordgebruik dat direct of indirect op het volk slaat (Jagers & Walgrave, 2007).

G1. Wordt in de berichtgeving duidelijk of Wilders en/of de PVV zich direct dan wel indirect tot het volk richt door middel van bepaald woordgebruik?

Een tweede kenmerk van populisme is de anti-elitaire houding van de politicus (Jagers & Walgrave, 2007) die gemeten wordt door:

G2. Heeft Wilders en/of de PVV een houding die antistaat is?

G3. Heeft Wilders en/of de PVV een antipolitieke houding?

G4. Heeft Wilders en/of de PVV een houding die antimedia is?

Tot slot wordt populisme gekenmerkt door een negatieve houding ten opzichte van immigranten en het verantwoordelijk houden van deze groep voor problemen. Dit wordt door vier vragen gemeten die overeenkomen met het verantwoordelijkheidsframe van Valkenburg et al. (1999), maar inhoudelijk gebaseerd zijn op Zimelis (2005).

G5. Wordt er gebruik gemaakt van woorden die refereren aan geschiedenis, moederland, vreemdeling, wij of zij?



G6. Suggereert het verhaal dat iemand of een groep verantwoordelijk is voor problemen in Nederland?

G7. Suggereert het verhaal oplossingen voor het immigratieprobleem?

G8. Suggereert het verhaal dat Wilders en/of de PVV vindt dat er direct actie moet worden ondernomen om het immigratieprobleem te lijf te gaan?

De vragen worden beantwoord met 0=nee of 1=ja.

4.6 Intercodeurbetrouwbaarheid

Om de betrouwbaarheid van de metingen na te gaan is het codeboek aan een tweede codeur voorgelegd om te kijken of de instructies duidelijk en uitvoerbaar zijn. Hoe meer overeenstemming in de scores per variabele en hoe minder toevallige fouten, hoe hoger de mate van betrouwbaarheid ('t Hart, Van Dijk, De Goede, Jansen & Teunissen, 1996). Dit is de intercodeurbetrouwbaarheid. Het geeft de mate aan waarin de resultaten van metingen verricht door verschillende codeurs bij dezelfde onderzochte variabelen overeenkomen (Baarda & De Goede, 1999). Gezien het aantal variabelen en de intensiteit van het coderen, is vijf procent van het totale aantal artikelen dubbel gecodeerd. De artikelen zijn willekeurig geselecteerd (n=15) door artikel 40, 80, 120, 160, etc. te nemen.

De betrouwbaarheid van het codeboek te gemeten door:
$$B = \frac{2 M}{N_1 + N_2}$$

M staat voor het aantal codeerbeslissingen waarover de twee codeurs overeenstemming hebben. N1 en N2 staan voor het aantal codeerbeslissingen dat door codeur 1 en codeur 2 genomen is. De uitkomst van de formule is B, de betrouwbaarheidscoëfficiënt. Deze maatstaf kan waarden aannemen tussen 0 'geen overeenstemming' en 1 'perfecte overeenstemming' (Van Cuilenburg et al., 1994).

In Bijlage 2 is de betrouwbaarheid per variabele weergegeven. De mate van betrouwbaarheid per variabele ligt tussen de 33,3% en 100,0%. Het overeenstemmingspercentage van alle variabelen is 74,7%. De mate van overeenstemming is onderhevig aan kansfactoren, die voor nominale variabelen berekend kan worden in de Cohen's Kappa. Bij waarden tussen de .40 en .75 kan worden aangenomen dat het codeboek een redelijk tot goede betrouwbaarheid heeft. Voor de variabelen op intervalniveau is een correlatiecoëfficiënt berekend, waarbij 1 'een perfecte samenhang' en 0 'geen samenhang' betekent (Baarda & De Goede, 1999). De Cohen's Kappa komt alleen voor bij de variabele Krant en heeft een waarde van 1.00. Bij de andere nominale variabelen is geen Cohen's Kappa berekend omdat de volgorde waarmee issues en actoren zijn gecodeerd geen symmetrische tabel vormen. De gemiddelde correlatiecoëfficiënt komt uit op .65 en varieert tussen de .18 en 1.00.



Sommige variabelen bevatten constanten waardoor er geen correlatiecoëfficiënt berekend is. Zowel het overeenstemmingspercentage van ($P=74.7$), als de gemiddelde correlatiecoëfficiënt ($r=.65$) is hoog, waardoor de mate van intercodeurbetrouwbaarheid van het onderzoek aanvaardbaar is.

4.7 Factoranalyse

Om de dimensionale structuur te onderzoeken van de items C1 tot en met G8, die respectievelijk een conflictframe, een horse race-frame, een valentiefame, een human interest-frame en een populistisch frame zouden moeten vormen, is er over deze 23 items een factoranalyse met varimax rotatie uitgevoerd. Deze factoranalyse vormt in eerste instantie zes componenten. Het item G4 (antimedia) is verwijderd omdat deze niet sterk genoeg laadt op één van de componenten. De factoranalyse heeft vervolgens vijf componenten gevormd, waarvan de ladingen van de items in tabel 2 staan. De totale variantie in de framing items wordt voor 67,3% door deze vijf componenten verklaard.

Tabel 2. Factoranalyse

Framing items	1. Populisme/ Immigratie	2. Horse race	3. Conflict/ Human interest	4. Valentie	5. Anti
G8. Suggereert het verhaal dat Wilders vindt dat er direct actie moet worden ondernomen?	.915				
G7. Suggereert het verhaal oplossingen voor het immigratieprobleem?	.915				
G6. Suggereert het verhaal dat iemand of een groep verantwoordelijk is?	.897				
G5. Wordt er gebruik gemaakt van woorden die refereren aan anti-immigratie?	.888				
G1. Wordt in de berichtgeving duidelijk of Wilders zich direct dan wel indirect tot het volk richt?	.675				
F3. Benoemt het verhaal wat Wilders persoonlijk direct voor individuen en groepen betekent?	.668				
D1. Refereert het verhaal naar winnaars en/of verliezers?		.833			
D2. Wordt Wilders in de berichtgeving als een winnaar gepresenteerd?		.768			
D4. Refereert het verhaal aan taalgebruik of metaforen waarin strijd en spel voorkomen?		.686			
D3. Wordt in het artikel gerefereerd aan een opiniepeiling?		.680			



Framing items	1. Populisme/ Immigratie	2. Horse race	3. Conflict/ Human interest	4. Valentie	5. Anti
E3. Bevat het verhaal uitingen die contra-Wilders of negatief zijn?			.830		
E1. Bevat het verhaal uitingen die pro-Wilders of positief zijn?			.821		
C1. Weerspiegelt het verhaal een conflict, waarbij Geert Wilders en/of de PVV betrokken is?			.669		.429
F1. Geeft het verhaal een menselijk voorbeeld aan Wilders?			.555		
F2. Gaat het verhaal in op het privé of persoonlijke leven van Wilders?			.459		
E5. Indien E1/E3 beiden ja of nee is, is de berichtgeving dan: gebalanceerd				.752	
E4. Geeft het verhaal argumenten of feiten die kritiek aan Wilders geven?				.705	
C3. Refereert het verhaal naar meer dan twee kanten van het conflict?				.681	
E2. Geeft het verhaal argumenten of feiten die steun aan Wilders geven?				.543	
G2. Heeft Wilders een houding die anti staat is?					.664
C2. Beschuldigt de ene actor de andere actor?					.578
G3. Heeft Wilders een anti politieke houding?	.423				.462
Eigenwaarde	6.62	2.79	2.32	21.95	1.11
Variantie (in %)	30.1	12.7	10.6	8.9	5.0

Per gevonden factor is de Cronbach's alpha berekend (zie tabel 3). Om een betrouwbaar frame te vormen dient de waarde van de alpha hoger te zijn dan .60. De eerste en tweede factor, het populistisch/immigratieframe en horse race-frame hebben een hoge alpha van respectievelijk .85 en .73. Het horse-race frame is helemaal in tact gebleven met de vier items D1 t/m D4. Het populistisch/immigratieframe is samengesteld uit bijna alle oorspronkelijke populistische items, maar is aangevuld met F3 (betekenis Wilders voor individuen) en de antivariabelen (G2 t/m G4) zijn verwijderd. Alle items hebben betrekking op immigratie, waardoor dit frame verder het immigratieframe genoemd wordt. De derde factor heeft in eerste instantie een lage alpha van .50 waardoor item E1 (pro-Wilders) verwijderd is. Verder is deze factor op inhoudelijke basis gesplitst in een human interest en conflictframe. Het human interest-frame wordt nu gemeten door twee items: F1 (menselijk voorbeeld aan Wilders) en F2 (privéleven Wilders). Ook het conflictframe wordt door twee items gemeten, namelijk C1 (aanwezigheid conflict) en E3



(contra-Wilders). Zowel het human interest- als het conflictframe heeft een minimale Cronbach's alpha, maar is voldoende om een betrouwbaar frame te vormen. De vierde factor, valentie, heeft een hoge alpha ($\alpha=.75$), maar inhoudelijk kunnen de items geen frame vormen. De variabelen refereren naar zowel steun als kritiek, naar gebalanceerde berichtgeving en naar twee kanten van het verhaal, dat het onmogelijk maakt één frame te vormen die dezelfde inhoud naar dezelfde richting meet. Het valentiefame zal dus niet worden gebruikt als nieuwsframe. De vijfde factor vormt een nieuw frame: het antiframe. Bij deze factor is het item (C2) verwijderd om een betrouwbare schaal te vormen. Het antiframe bestaat uit G2 (antistaat) en G3 (antipolitiek) en heeft een alpha van .61.

Tabel 3. Cronbach's alpha

Nieuwsframe	Items (n)	Cronbach's alpha (α)	M	SD
Immigratieframe	6	.85	1.62	1.97
Horse race-frame	4	.73	.51	.98
Human interest-frame	2	.60	1.13	.80
Conflictframe	2	.62	1.30	.81
Antiframe	2	.61	.72	.82

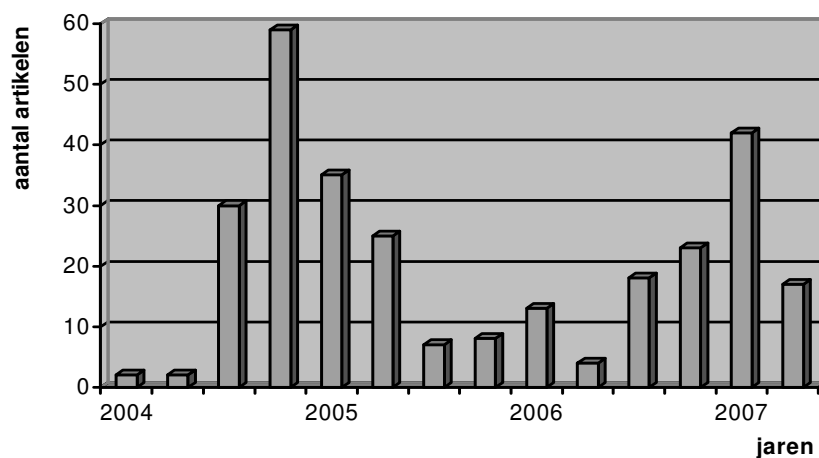
Voor alle vijf de frames zijn schalen gemaakt door de gemiddelde scores van de items die één frame vormen op te tellen. De waarden zijn gerangschikt van .00 (frame in zijn geheel niet aanwezig) tot 1.00 (frame in zijn geheel aanwezig). Een score van 1.00 impliceert dat alle items die het frame meten beantwoord zijn met 'ja' en er dus een aannemelijk bewijs is dat de berichtgeving over Wilders inderdaad in het desbetreffende frame wordt weergegeven.

H5 Resultaten

5.1 Aandacht in kranten

In de vier grootste Nederlandse dagbladen zijn er in de periode van januari 1998 tot juli 2007 duizenden artikelen verschenen waarin Wilders en/of zijn politieke partij voorkomen. Om een selectie te kunnen maken is er gekeken naar de ruim zeshonderd artikelen waarin (Geert) Wilders en/of Groep Wilders en/of de Partij Voor de Vrijheid in de titel van het artikel staat. Een systematische steekproef, waarbij ieder tweede artikel geselecteerd is, en een tweetal criteria in acht zijn genomen, namelijk dat het een journalistiek artikel is die inhoudelijk Geert Wilders en/of zijn partij gaat, hebben een uiteindelijke onderzoekspopulatie van $n=293$ opgeleverd.

Uit de verdeling van de artikelen blijkt dat er van 1998 tot en met 2003 nauwelijks artikelen zijn verschenen over Wilders. Om die reden is de verdeling van de berichtgeving (zoals te zien in figuur 2) pas weergegeven vanaf 2004. Vanaf dat jaar, dat samenvalt met het vertrek van Wilders uit de VVD, is er geleidelijk steeds meer berichtgeving die eind 2004 een hoogtepunt bereikt. In 2005 en 2006 schommelt de hoeveelheid berichtgeving, met een kleine opleving in het eerste kwartaal van 2006. In die periode doopt Wilders zijn eenmansfractie Groep Wilders om in de Partij Voor de Vrijheid. De hoeveelheid berichtgeving neemt in de zomer van 2006 weer toe. Op dat moment starten de campagnes voor de Tweede Kamerverkiezingen die in november van dat jaar gehouden worden. Tijdens de verkiezingen, maar vooral daarna, wordt er veel over Wilders gepubliceerd. Het succes van negen zetels voor de PVV leidt opnieuw tot een hoogtepunt in de berichtgeving in het eerste kwartaal van 2007. Daarna wordt er wel minder bericht over Wilders, maar tot en met de zomer van 2007 blijven Wilders en zijn partij zichtbaar in het nieuws.



Figuur 2. Berichtgeving Wilders (2004-2007)



De berichtgeving over Wilders is redelijk gelijkmatig verdeeld over de vier Nederlandse dagbladen. De Volkskrant heeft de meeste ($P=29.4$) en over de jaren een redelijk constante berichtgeving over Wilders. Het NRC Handelsblad bericht het minst over Wilders en/of zijn politieke partij ($P=20.8$). Uit de verdeling van het aantal berichten per krant en de kenmerken van de artikelen (zie tabel 5.1.2) blijkt dat Wilders de afgelopen tien jaar gemiddeld niet vaak voorpaginanieuws geweest is ($M=7.15$, $SD=10.12$). Opvallend is de hoge standaarddeviatie. Aan het gemiddelde aantal woorden van de krantenberichten te zien ($M=313.18$, $SD=402.52$), zijn er veel korte berichten verschenen. Dit zullen voornamelijk nieuwsberichten zijn geweest. Ook hier is de standaarddeviatie erg hoog. Opmerkelijk is dat de populaire kranten Algemeen Dagblad en De Telegraaf aanmerkelijk kortere artikelen hebben gepubliceerd dan de kwaliteitskranten NRC Handelsblad en de Volkskrant. In de twee kwaliteitskranten zijn meer foto's verschenen dan in de twee populaire dagbladen (zie tabel 4).

Tabel 4. Kenmerken artikelen per krant

Krant	Aantal artikelen (n)	n (in %)	Pagina-nummer (M)	Pagina-nummer (SD)	Aantal woorden (M)	Aantal woorden (SD)	Aanwezigheid foto (in %)
Algemeen Dagblad	79	27,0	5.96	6.51	228.04	172.96	12,7
NRC Handelsblad	61	20,8	7.84	11.76	644.69	448.80	26,2
De Telegraaf	67	22,9	8.77	12.36	239.93	152.97	4,5
de Volkskrant	86	29,4	6.51	9.62	461.84	504.71	25,6
Totaal	293	100	7.15	10.12	383.18	402.52	17,0

Naast de discrepantie in de hoeveelheid en de lengte van berichtgeving per krant, bestaan er ook grote verschillen in de inhoud van de artikelen (zie tabel 5). Een redelijke hoeveelheid van de berichtgeving bestaat uit opinieartikelen ($P=15.0$). Omdat dit meningen zijn en niet per definitie journalistieke stukken, zijn alleen de algemene gegevens van deze artikelen gecodeerd en is niet gekeken naar de inhoud over issues, actoren en frames. Deze opinieartikelen komen het meest voor in de Volkskrant ($P=19.8$), maar NRC Handelsblad ($P=14.6$) en Algemeen Dagblad ($P=13.9$) bieden ook veel ruimte voor de mening van de lezer. Opmerkelijk is dat de populaire kranten Algemeen Dagblad ($P=72.2$) en De Telegraaf ($P=88.1$) voornamelijk nieuwsberichten over Wilders hebben gepubliceerd, dit in tegenstelling tot de kwaliteitskranten NRC Handelsblad ($P=32.8$) en de Volkskrant ($P=51.2$). In de kwaliteitskranten NRC Handelsblad en de Volkskrant is veel aandacht besteed aan achtergrondverhalen ($P=18.0$ resp. $P=16.3$) en interviews ($P=18.0$ resp. $P=5.8$).

Tabel 5. Artikelen per krant in percentages

Soort artikel	n	(in %)	Algemeen Dagblad	NRC Handelsblad	De Telegraaf	de Volkskrant
Nieuwsbericht	180	61,4	72,2	32,8	88,1	51,2
Achtergrondverhaal	33	11,3	6,3	18,0	4,5	16,3
Reportage	11	3,8	2,5	4,9	4,5	3,5
Interview	20	6,8	5,1	18,0	0	5,8
Profiel	2	0,7	0	1,6	0	1,2
Opinie	44	15,0	13,9	14,6	1,5	19,8
Anders	3	1,0	0	0	1,5	2,3
Totaal	293	100	100	100	100	100

5.2 Aandacht voor issues

In deze paragraaf wordt gekeken welke issues en actoren een rol spelen in de berichtgeving over Wilders. De eerste onderzoeksvraag luidt: *Wordt de PVV in de berichtgeving weergegeven als een 'one issue' partij en zo ja welk issue is dit dan?*

Zoals te zien in tabel 6 is de bedreiging van Wilders is het meest voorkomende issue in de berichtgeving ($P=26.0$). Verder is er redelijk veel geschreven over de oprichting van de PVV ($P=10.2$) en over de PVV in de verkiezingen ($P=13.2$). Ook het vertrek van Wilders uit de VVD ($P=8.1$) en zijn veiligheid ($P=8.9$) hebben geleid tot talloze berichten. Bovengenoemde issues zijn echter geen politiek inhoudelijke issues, maar issues die over Wilders als persoon of ontwikkelingen rond zijn partij gaan.

Tabel 6. Issue I per krant in percentages

Issue	n	(in %)	Algemeen Dagblad	NRC Handelsblad	De Telegraaf	de Volkskrant
Criminaliteitsbestrijding	1	0,4			1,5	
Economische groei	1	0,4			1,5	
Immigranten	43	17,5	23,5	15,2	13,8	16,4
Infrastructuur	1	0,4	1,5			
Terreurbestrijding	4	1,6			1,5	4,5
Gezondheidszorg	1	0,4			1,5	
Overheidsfinanciering	2	0,8	1,5	2,2		
Sociale zekerheid	4	1,6		4,3	1,5	1,5
Europese integratie	12	4,9	2,9	8,7	4,6	4,5
Kabinet Balkenende	1	0,4	1,5			
Bedreiging Wilders	64	26,0	36,8	21,7	23,1	20,9
Veiligheid Wilders	22	8,9	5,9	8,7	12,3	9,0
Vertrek Wilders VVD	20	8,1	5,9	6,5	9,2	10,4
Oprichting PVV	25	10,2	2,9	21,7	7,7	11,9
Verkiezingen PVV	32	13,2	13,2	8,7	13,8	14,9
Anders	13	5,3	4,4	2,2	7,7	6,0
Totaal	293	100	100	100	100	100



De verschillen tussen de dagbladen zijn klein, maar NRC Handelsblad besteedt met 21,7% de meeste aandacht aan de oprichting van de PVV. De veiligheid van Wilders is een favoriet onderwerp van De Telegraaf ($P=12.3$) en bedreigingen zijn hét issue van het Algemeen Dagblad ($P=36.8$).

De issues die meer inhoudelijke waarde bevatten en standpunten vormen in politieke debatten, komen in mindere mate voor. Het issue immigranten staat met 17,5% aan de top van deze berichtgeving. Hieraan besteedt voornamelijk het Algemeen Dagblad beduidend meer aandacht ($P=23.5$) dan de overige kranten. Het immigrantenissue wordt gevolgd door het protest van Wilders tegen Europese integratie ($P=4.9$). Andere politieke issues komen nauwelijks voor. De sporadische aanwezigheid van een tweede issue betekent dat in de artikelen vaak één issue centraal staat. Wanneer er wel een tweede issue aanwezig is, gaat het over immigranten, onderwijs, Europese integratie of de oprichting van de PVV. Uit bovengenoemde kan opgemaakt worden dat de PVV inderdaad als een 'one issue' partij beschouwd kan worden.

5.2.1 Aandacht voor actoren

Geert Wilders is de belangrijkste actor. In meer dan driekwart van de berichtgeving wordt Wilders als eerste actor beschouwd (zie tabel 7). Logischerwijs steekt hij met kop en schouders boven de andere actoren uit omdat in alle artikelen Wilders en/of zijn partij sowieso in de titel staan. Opmerkelijk is dat er ruim elf keer vaker over Wilders als persoon wordt bericht dan dat over zijn politieke partij wordt bericht. Met respectievelijk 6,1% en 4,9% volgen (politici van) de VVD en andere politieke partijen als eerste actor.

Tabel 7. Frequentieverdeling Actor I en II

Actor	Actor I (n)	Actor I (in %)	Actor II (n)	Actor II (in %)
Geert Wilders	191	77,6	29	14,7
(politici van de) PVV of Groep Wilders	17	6,9	9	4,6
(politici van de) VVD	15	6,1	20	10,2
(politici van een) andere politieke partij	12	4,9	47	23,9
Overheidsinstelling	5	2,0	34	17,3
Bedrijf	0	0,0	8	4,1
Media	1	0,0	7	3,6
Bart Jan Spruyt	1	0,4	4	2,0
Wetenschapper	0	0,0	5	2,5
Bedreiger	1	0,4	25	12,7
Burger	1	0,4	7	3,6
Andere (groep) personen	0	1,2	2	1,0
Totaal	246	100	197	100



In tegenstelling tot de sporadische aanwezigheid van een tweede issue, is er wel regelmatig sprake van een tweede actor. In bijna een kwart van de berichtgeving worden (politici van) een andere politieke partij genoemd als Actor II ($P=23.9$). Andere actoren die vaker genoemd worden, zijn overheidsinstellingen ($P=17.3$), bedreigers ($P=12.7$) en (politici van) de VVD ($P=10.2$).

5.2.2 Samenhang issues en actoren

Interessant zijn de eventuele verbanden tussen issues en actoren. Tussen Actor I en Actor II is er sprake van een redelijke en significante samenhang ($V=.35$; $p<.001$). Wanneer er twee actoren aanwezig zijn, wordt Wilders in 80,9% van de berichtgeving in combinatie met (politici van) andere politieke partijen genoemd, in 91,2% met de overheid, in 96,0% met een bedreiger en in 100% met (politici van) de VVD.

Tussen Actor I en Issue I blijkt een redelijke samenhang te zijn, deze is echter niet significant ($V=.26$; $p>.05$). Deze samenhang komt tot uitdrukking in de berichtgeving waar Wilders wordt genoemd in combinatie met bedreigingen ($P=87.5$), zijn eigen veiligheid ($P=86.4$), de oprichting van de PVV ($P=84.0$) en de PVV in de verkiezingen ($P=62.5$). Met het issue 'vertrek uit de VVD' worden vanzelfsprekend zowel Wilders ($P=50.0$) als (politici van) de VVD genoemd ($P=45.0$). Het immigrantenissue wordt vaak in combinatie met Wilders ($P=76.7$) genoemd. Dit is in overeenstemming met het eerder genoemde resultaat dat immigratie het enige issue van de PVV is en op die manier als een 'one issue' partij beschouwd kan worden.

Wanneer wordt gekeken naar de relatie tussen Actor II en Issue I, blijkt dat deze samenhang redelijk sterk en significant is ($V=.37$; $p<.001$). Wilders als tweede actor hangt in meer dan de helft van de berichtgeving samen met zijn vertrek uit de VVD ($P=55.6$). Als (politici van) andere politieke partijen Actor II zijn, is er in 56,8% een samenhang met het immigrantenissue zichtbaar. Voor de overheid geldt dat zij als tweede actor in een kwart van de berichtgeving wordt genoemd met bedreigingen aan het adres van Wilders ($P=24.1$).

5.3 Valentie

De items die de valentie van de berichtgeving meten, ofwel de aanwezigheid van positieve of negatieve elementen, vormen samen geen frame. Om die reden wordt de volgorde van de onderzoeksvragen niet aangehouden en de valentie eerst in deze paragraaf besproken voordat in paragraaf 5.4 de onderzoeksvragen over de nieuwsframes behandeld. Omdat er geen valentiefraam is en om onderzoeksvraag vier toch te kunnen beantwoorden is gekeken naar de frequenties van de op zichzelf staande items E1 t/m E4 en de samenhang van deze items met andere variabelen. Onderzoeksvraag 4: *Wat is de valentie van de berichtgeving over Wilders en/of de PVV?*



De valentie wordt bepaald door positieve en steunende of negatieve en kritische elementen. Een hoog 'ja' percentage bij positief of steun betekent dat er een aannemelijk bewijs is dat de valentie van de berichtgeving 'goed' is. Een laag 'nee' percentage bij positief of steun betekent echter niet automatisch dat de valentie 'slecht' is. Dit kan pas worden gesteld als bij negatief en kritiek een hoog 'ja' percentage staat. Alleen dan is er een aannemelijk bewijs dat de valentie van de berichtgeving 'slecht' is. Ook hier geldt dat een laag 'nee' percentage bij negatief of kritiek wil zeggen dat de valentie 'goed' is. De valentie van de berichtgeving van de afgelopen tien jaar wijst meer op 'slechte' dan op meer 'goede' waarden (zie tabel 8).

Tabel 8. Valentie van de berichtgeving per krant in percentages

Valentie (in %)	Totaal ja	Totaal nee	AD ja	AD nee	NRC ja	NRC nee	TG ja	TG nee	VK ja	VK nee
Positief	48,8	51,2	50,0	50,0	47,8	52,2	46,2	53,8	50,7	49,3
Steun	30,5	69,5	22,1	77,9	32,6	67,4	29,2	70,8	38,8	61,2
Negatief	60,6	39,4	61,8	38,2	76,1	23,9	58,5	41,5	50,7	49,3
Kritiek	34,6	65,4	25,0	75,0	47,8	52,2	30,8	69,2	38,8	61,2

* ja = valentie is aanwezig en nee = valentie is niet aanwezig

De verschillen in de valentie die de dagbladen toekennen aan de berichtgeving zijn soms uiteenlopend. In bijna de helft van de totale berichtgeving zijn er positieve elementen zichtbaar ($P=48.8$). Alle dagbladen zijn min of meer even positief. Steun wordt slechts in een derde van de totale berichtgeving toegekend aan Wilders en/of de PVV ($P=30.5$). Alleen de Volkskrant kent in vergelijking tot de andere kranten de meeste steun toe ($P=38.8$). De berichtgeving bevat een ruime meerderheid aan negatieve elementen ($P=60.6$). Hierbij zijn het NRC Handelsblad ($P=76.1$) en het Algemeen Dagblad ($P=61.8$) opvallend negatief. In haar totaliteit zijn er minder kritische ($P=34.6$) dan negatieve elementen in de berichtgeving aanwezig. Kritische elementen zijn voornamelijk terug te vinden in de berichtgeving in het NRC Handelsblad ($P=47.8$). Ondanks de negatieve elementen van het Algemeen Dagblad, levert deze krant de minste kritiek ($P=25.0$). Samengevat betekent dit dat de berichtgeving over Wilders en/of de PVV naar meer 'slechte' dan 'goede' valentie neigt.

5.3.1 Goede valentie

De 'goede' valentie van de berichtgeving en de tijdperiode kennen een zwak, maar significant verband. In de loop van het decennium is de berichtgeving steeds minder



positief ($\beta = -.18$; $p < .05$). De aanwezigheid van positieve elementen in de berichtgeving wordt voor 3,2% bepaald door de tijd ($F(1,243) = 7.93$, $p < .05$, $R^2 = .032$). Het verband met steunende uitingen in de berichtgeving en de jaren is vergelijkbaar, maar in tegenovergestelde richting ($\beta = .15$; $p < .05$). Steunende uitingen zijn steeds vaker zichtbaar. De tijd bepaalt de aanwezigheid van steun in de berichtgeving voor 2,2% ($F(1,243) = 5.57$, $p < .05$, $R^2 = .022$).

Het issue waarover geschreven wordt in de berichtgeving hangt redelijk samen met de aanwezigheid van positieve uitingen ($V = .34$; $p < .05$) of steun ($V = .25$; $p > .05$). De berichtgeving is positief bij het vertrek uit de VVD ($P = 60.0$) en de oprichting van de PVV ($P = 64.0$). Steun wordt in mindere mate toegekend bij het immigrantenissue ($P = 30.2$). De samenhang tussen 'goede' valentie en zowel Actor I ($V = .17$; $p > .05$) als Actor II ($V = .19$; $p > .05$) is zwak. Voor steun is de samenhang met Actor I zwakker ($V = .16$; $p > .05$) dan met de redelijke en significante samenhang met Actor II ($V = .37$; $p < .05$). Opvallend hierbij is dat wanneer een wetenschapper de tweede actor is, de berichtgeving in alle gevallen steunende elementen kent ($P = 100.0$).

Het dagblad hangt zwak samen met het aantal positieve uitingen ($V = .04$; $p > .05$) of steun aan Wilders ($V = .14$; $p > .05$). Deze samenhang is niet significant. De meeste eigenschappen van het artikel kennen nauwelijks samenhang met de valentie van het bericht. Dit geldt niet voor de lengte van het artikel. Dit kent een redelijke en significante samenhang met steunende uitingen ($\beta = .33$; $p < .001$). Wanneer het artikel langer is, wordt Wilders vaker gesteund in de berichtgeving. Dit betekent dat de aanwezigheid van steunende uitingen in de berichtgeving voor 10,9% wordt bepaald door de lengte van het artikel ($F(1,244) = 29.91$, $p < .001$, $R^2 = .109$). De aanwezigheid van positieve elementen in de berichtgeving kent een veel zwakker verband met de lengte van het artikel ($\beta = .11$; $p > .05$). Deze samenhang is niet significant. De lengte bepaalt de aanwezigheid van steun in de berichtgeving voor slechts 1,3% ($F(1,244) = 3.21$, $p > .05$, $R^2 = .013$).

5.3.2 Slechte valentie

Het verloop van de tijd en de aanwezigheid van negatieve elementen in de berichtgeving is zeer zwak en niet significant ($\beta = -.03$; $p > .05$). Ook is de tijd nauwelijks bepalend voor de aanwezigheid van deze negatieve elementen ($F(1,243) = 1.49$, $p > .05$, $R^2 = .001$). Doordat kritische uitingen in de berichtgeving wel een redelijke en significante samenhang met de tijd kennen ($\beta = .21$; $p < .05$), wijst dit op een verband tussen 'slechte' valentie en tijd. De aanwezigheid van kritiek in de berichtgeving wordt voor 4,5% bepaald door de tijd ($F(1,243) = 11.39$, $p < .05$, $R^2 = .045$).

Het issue waarover geschreven wordt in de berichtgeving hangt redelijk sterk samen met de aanwezigheid van deze negatieve uitingen ($V = .39$; $p < .001$) en in nog



sterkere mate met kritiek ($V=.49$; $p<.001$). Deze samenhang is in beide gevallen significant. Negatieve berichtgeving komt voornamelijk voor bij berichtgeving over Europese integratie ($P=91.7$), het vertrek van Wilders uit de VVD ($P=80.0$) en immigratie ($P=72.1$). Bij berichtgeving over het immigrantenissue wordt tevens veel kritiek toegekend ($P=72.1$). Er is nauwelijks kritiek in de berichtgeving over de bedreigingen aan het adres van Wilders ($P=15.6$), de oprichting van de PVV ($P=28.0$) en de PVV in de verkiezingen ($P=12.5$).

De samenhang tussen negatieve elementen in de berichtgeving en Actor I ($V=.20$; $p>.05$) en Actor II ($V=.38$; $p<.05$) is redelijk tot sterk te noemen. De samenhang met negatieve berichtgeving en Actor I is niet significant. Bij Actor II is deze samenhang wel significant. Wanneer Actor II (politici van) de VVD is, is 70,0% van de berichtgeving negatief, voor (politici van) andere politieke partijen is dit 87,2%. Een andere veel genoemde Actor II is de bedreiger, die in 76,0% in combinatie met negatieve uitingen over Wilders wordt genoemd. Voor kritiek is de samenhang met Actor I redelijk en significant ($V=.28$; $p<.05$). In het geval van Actor II zelfs zeer sterk en significant ($V=.51$; $p<.001$). Er komt opvallend vaak helemaal geen kritiek voor wanneer Wilders de eerste actor is ($P=70.7$). Wanneer Wilders de tweede actor is, wordt er in 72,4% van de berichtgeving wél kritiek gegeven op de politicus. Opmerkelijk genoeg ontbreekt kritiek volledig in 88,9% gevallen van de berichtgeving als (politici van) de PVV of Groep Wilders de tweede actor zijn.

Uit de samenhang met het journalistieke genre blijkt dat vooral achtergrondverhalen negatieve elementen bevatten ($P=81.8$) of kritisch zijn ($P=63.6$). De samenhang met negatieve elementen is redelijk ($V=.20$; $p>.05$), voor het geven van kritiek sterk en significant ($V=.32$; $p<.001$). De lengte van het artikel hangt redelijk samen met de aanwezigheid van negatieve aspecten en is significant ($\beta=.18$; $p<.05$). Kritiek in de berichtgeving kent een veel sterkere samenhang die ook significant is ($\beta=.39$; $p<.001$). Hoe langer het artikel, des te meer kritische uitingen in het artikel. De aanwezigheid van kritische uitingen in de berichtgeving wordt voor 15,0% wordt bepaald door het aantal woorden ($F(1,244)=43.09$, $p<.001$, $R^2 =.150$). Bij de negatieve elementen is het aantal woorden minder bepalend, de lengte van het artikel bepaalt slechts voor 3,1% hoe negatief het artikel is ($F(1,244)=7.71$, $p<.05$, $R^2 =.031$).

5.4 Nieuwsframes

Uit de factoranalyse in paragraaf 4.7 zijn vijf verschillende frames ontstaan: een immigratiefraam, een horse race-frame, een human interest-frame, een conflictframe en een antiframe. Voor alle vijf de frames zijn schalen gemaakt door de gemiddelde scores van de items die één frame vormen op te tellen. De waarden zijn gerangschikt van .00 (frame helemaal niet aanwezig) tot 1.00 (frame in zijn geheel aanwezig). Een score van



1.00 betekent dat alle items die het frame meten, beantwoord zijn met 'ja' en er dus een aannemelijk bewijs is dat de berichtgeving over Wilders en/of de PVV inderdaad in het desbetreffende frame wordt weergegeven. Uit tabel 9 blijkt dat het conflictframe in meer dan de helft van de berichtgeving bestaat en hiermee het meest voorkomende frame is. Het human-interest frame is in bijna 40% van de berichtgeving te ontdekken. Het populistisch en antiframe zijn vaker niet dan wel aanwezig, maar zijn met respectievelijk 17,6% en 23,2% nog wel zichtbaar in de berichtgeving. Van het horse race-frame is nauwelijks sprake, dit frame is in slechts 3,3% van de berichtgeving aanwezig.

Tabel 9. Nieuwsframes per krant in percentages

Nieuwsframe	Totaal		AD		NRC		TG		VK	
	ja	nee	ja	nee	ja	nee	ja	nee	ja	nee
Immigratie-frame	17,6	43,9	8,8	44,1	17,8	35,6	3,1	50,0	10,4	43,3
Horse race-frame	3,3	71,8	2,9	77,9	4,3	65,2	3,1	80,0	3,0	62,1
Human interest-frame	39,0	26,0	42,6	25,0	39,1	26,1	41,5	27,7	32,8	25,4
Conflict-frame	52,0	22,4	54,4	22,1	65,2	8,7	47,7	23,1	44,8	31,3
Anti-frame	23,2	50,8	20,6	52,9	34,8	37,0	20,0	56,9	20,9	52,2

* ja = frame in zijn geheel aanwezig en nee = frame helemaal niet aanwezig

5.4.1 Conflictframe

Vanwege de soms controversiële standpunten van Wilders is het de vraag of hij en zijn partij regelmatig in verband worden gebracht met conflicten. De tweede onderzoeksvraag luidt: *Wordt de PVV als partij of Wilders als individu in de berichtgeving geassocieerd met conflicten?*

Het conflictframe komt in meer dan de helft ($P=52.0$) van de berichtgeving voor (zie tabel 9). Er is geen zichtbaar verband met het verloop van de jaren en de aanwezigheid van het conflictframe ($\beta=-.01$; $p>.05$). Ook is tijd geen voorspeller van het conflictframe in de berichtgeving ($F(1,243)=.02$, $p>.05$, $R^2=.00$).

Dat Wilders vaak zelf de aanleiding voor de aanwezigheid van een conflict in de berichtgeving is, blijkt uit de licht positieve significante samenhang tussen Actor I en het conflictframe ($V=.24$; $p<.05$). Het conflictframe is in meer dan de helft van de berichtgeving volledig aanwezig wanneer Wilders de eerste actor is ($P=51.8$). Dit geldt slechts in een kwart van de berichtgeving waar (politici van) de PVV de eerste actor is ($P=23.5$). Verder is er opvallend vaak sprake van conflicten bij (politici van) de VVD ($P=80.0$). De significante samenhang tussen Actor II en het conflictframe is sterker dan bij Actor I ($V=.34$; $p<.05$). Wanneer Wilders Actor II is, wordt er in 69,0% van de



berichtgeving gebruik gemaakt van conflictframes. Wanneer de PVV Actor II is, is er slechts in 44,4% sprake van een conflictframe. Veel voorkomende andere tweede actoren die in conflictframes voorkomen zijn (politici van) de VVD ($P=65.0$), (politici van) een andere politieke partij ($P=70.2$) of de overheid ($P=41.2$). Er kan dus gesteld worden dat zowel Wilders als zijn politieke partij in de berichtgeving worden geassocieerd met conflicten, maar dat dit duidelijk meer samenhangt met Wilders als individu dan met de PVV als partij.

Het issue waarover geschreven wordt in de berichtgeving hangt net als de actor sterk samen met de aanwezigheid van conflicten ($V=.40$; $p<.001$). Deze samenhang is significant en het meest zichtbaar bij de issues immigranten ($P=72.1$) en Europese integratie ($P=75.0$). Ook wanneer het gaat over het vertrek van Wilders uit de VVD ($P=75.0$), over zijn bedreiging ($P=57.8$) en veiligheid ($P=59.1$), is het conflictframe veel in de berichtgeving aanwezig.

Het dagblad ($V=.14$; $p>.05$) waarin het artikel staat en het journalistieke genre ($V=.16$; $p>.05$) waarin het geschreven is, hangen zwak samen met het al dan niet aanwezig zijn van het conflictframe. Deze samenhang is echter niet significant. Desondanks is het opmerkelijk dat kwaliteitskrant NRC Handelsblad de meeste berichtgeving in het conflictframe heeft ($P=65.2$). De meer populaire kranten Algemeen Dagblad en De Telegraaf besteden veel minder aandacht aan conflicten. Nieuwsberichten ($P=47.8$), maar vooral achtergrondverhalen ($P=72.7$) bevatten vaker conflictgerelateerde uitingen van conflict. Net als het journalistieke genre, kent de lengte van het artikel een zwakke, maar significante samenhang met het conflictframe ($\beta=.18$; $p<.05$). De aanwezigheid van het conflictframe in de berichtgeving wordt voor 3,1% bepaald door de lengte van het artikel ($F(1,244)=7.69$, $p<.05$, $R^2=.031$).

5.4.2 Horse race-frame

Het horse race-frame is een vorm van het conflictframe, maar komt voornamelijk in verkiezingstijd voor. De derde onderzoeksvraag is daarom: *Wordt Wilders in de berichtgeving als een winnaar of verliezer gepresenteerd en verschilt dit in een (niet) verkiezingsperiode?*

In de periode van januari 1998 tot en met juli 2007 hebben er viermaal Tweede Kamerverkiezingen plaatsgevonden, namelijk op 6 mei 1998, 15 mei 2002, 22 januari 2003 en 22 november 2006. Bij de eerste drie verkiezingsperiodes was Wilders nog partijlid van de VVD en bovendien nauwelijks zichtbaar in de pers. In 2006 doet hij voor het eerst mee met zijn eigen politieke partij. Bij de laatste verkiezingen is een duidelijke stijging in de berichtgeving te zien. Er is een zeer zwak verband tussen de tijd en de aanwezigheid van het horse race-frame ($\beta=.06$; $p>.05$) en wedstrijdnieuws wordt ook amper voorspeld door de tijd ($F(1,242)=.86$, $p>.05$, $R^2=.004$). Dit zal te maken hebben



met het feit dat verkiezingen in principe om de vier jaar worden gehouden. In de periode van juni tot september 2006, dus vóór de verkiezingen, wordt Wilders in 100% van de berichtgeving niet als winnaar gepresenteerd. Dit hoeft echter niet te betekenen dat hij automatisch als verliezer wordt weergegeven. In het laatste kwartaal van 2006, tijdens en na de verkiezingen, wordt Wilders in bijna een derde van de berichtgeving wel als winnaar gepresenteerd ($P=29.4$). Begin 2007 neemt dit percentage weer af.

Het horse race-frame komt is in slechts 3,3% van de berichtgeving aanwezig (zie tabel 9). In 71,8% komt het horse race-frame in zijn geheel niet voor. De afwezigheid van het horse race-frame geldt eigenlijk voor alle dagbladen. De aanwezigheid van *horse racing* in de berichtgeving wordt voor 7,7% bepaald door de lengte van het artikel ($F(1,243)=20.84$, $p<.001$, $R^2 =.077$). Wanneer het artikel meer woorden bevat, is het horse race-frame vaker aanwezig ($\beta=.28$; $p<.001$).

Het issue waarover geschreven wordt in de berichtgeving heeft een sterke significante samenhang met de aanwezigheid van wedstrijdnieuws ($V=.40$; $p<.001$). Deze samenhang is het duidelijkst zichtbaar bij het issue PVV in de verkiezingen. In combinatie met dit issue is het horse race-frame in 16,1% van de berichtgeving volledig aanwezig, terwijl andere issues leiden tot volledige afwezigheid van het horse race-frame. Ook de actor in het artikel kent een redelijke samenhang met het horse race-frame. Voor Actor I is dit iets minder ($V=.18$; $p>.05$) dan voor de sterkere en significante samenhang van Actor II met het horse race-frame ($V=.37$; $p<.001$). Wanneer de overheid de rol van Actor II vervult ontbreekt het horse race-frame in bijna alle berichtgeving ($P=97.1$).

5.4.3 Human interest-frame

Bij politiek gaat het behalve om politici ook om personen. De vraag die hierbij gesteld wordt, is hoe dit in de pers tot uitdrukking komt in onderzoeksvraag 5: *Gaat de berichtgeving over Wilders als politicus en partijleider van de PVV of over Wilders als persoon?*

Het human interest-frame komt in een kwart van de berichtgeving helemaal niet voor, in bijna 40% van de artikelen is het wel het geval (zie tabel 9). In de loop der jaren komt het human interest-frame steeds minder frequent voor in de berichtgeving over Wilders ($\beta=-.24$; $p<.001$). De aanwezigheid van het frame wordt voor 5,6% bepaald door de tijd ($F(1,243)=14.39$, $p<.001$, $R^2 =.056$). Dit betekent dat er aan het begin van dit decennium vaker sprake is geweest van human interest-framing dan dat dit de laatste jaren het geval is geweest.

De lengte van het artikel en de aanwezigheid van het human interest-frame kent een zwakke samenhang die significant is ($\beta=.15$; $p<.05$). Wanneer de lengte van het artikel stijgt, komt het human interest frame vaker voor. De aanwezigheid van het



human interest-frame in de berichtgeving wordt voor slechts 2,2% bepaald door het aantal woorden ($F(1,244)=5.41$, $p<.05$, $R^2 =.022$). In tegenstelling tot de andere frames, waar een foto nauwelijks samenhang kent met het frame, kent de aanwezigheid van een foto bij het artikel een matige en significante samenhang met het human interest-frame ($\beta=.14$; $p<.05$). Dit houdt in dat de aanwezigheid van een foto een voorspeller van de aanwezigheid van het human interest-frame is ($F(1,244)=38.54$, $p<.05$, $R^2 =.021$). Het journalistieke genre kent ook een redelijke en significante samenhang met het human interest-frame ($V=.23$; $p<.001$). Zo komt in driekwart van alle reportages ($P=72.2$) en in de helft van alle interviews ($P=50.0$) het human interest-frame in zijn geheel voor.

Het issue waarover geschreven wordt in de berichtgeving heeft een zeer sterke significante samenhang met de aanwezigheid van het human interest-frame ($V=.50$; $p<.001$). Deze samenhang is het duidelijkst zichtbaar wanneer het om bedreigingen ($P=82.8$) en de veiligheid ($P=54.5$) van Wilders gaat. Ook de actor in het artikel kent een redelijke samenhang met het human interest-frame die zowel voor Actor I als Actor II significant is. Met Actor I is de samenhang iets geringer ($V=.27$; $p<.05$) dan de sterke samenhang met Actor II ($V=.37$; $p<.001$). Het human interest-frame is opvallend vaak aanwezig wanneer bedreigers ($P=80.0$) en burgers ($P=85.7$) de tweede actor zijn.

5.4.4 Populistisch frame

De twee frames die de factoranalyse heeft gevormd die onder populisme kunnen worden geschaard, zijn het immigratie- en antiframe. Om de vraag of de berichtgeving over Wilders en/of de PVV populistisch is te beantwoorden, worden de resultaten aan de hand van de drie deelvragen gegeven. De eerste deelvraag is 6a: *Wordt uit de berichtgeving duidelijk of Wilders zich tot het volk richt?*

Wilders blijkt zich in bijna een kwart van de berichtgeving tot het volk te richten ($P=23.2$). Ondanks dat dit niet sterk samenhangt met de krant ($V=.14$; $p>.05$) komt deze berichtgeving het meest voor in de kwaliteitskrant het NRC Handelsblad ($P=34.8$) en het minst in de populaire krant De Telegraaf ($P=16.9$). Het journalistieke genre kent een redelijk sterke en significante samenhang met het volkse aspect in de berichtgeving ($V=.34$; $p<.001$). Zo richt Wilders zich in tweederde van alle reportages ($P=63.6$) en in bijna de helft van alle interviews ($P=45.0$) tot het volk. De lengte van het artikel kent ook een behoorlijk sterke samenhang die significant is ($\beta=.37$; $p<.001$). Hoe langer het artikel is, des te vaker richt Wilders zich in de berichtgeving tot het volk. De aanwezigheid dit volkse aspect in de berichtgeving wordt voor 13,6% bepaald door de lengte van het artikel ($F(1,244)=38.54$, $p<.001$, $R^2 =.136$). Ook een foto bij het artikel kan erop duiden dat Wilders zich tot het volk richt in de berichtgeving. De aanwezigheid van een foto bij het artikel kent een redelijke en significante samenhang ($\beta=.21$;



$p < .05$), maar is geen grote voorspeller van het volkse aspect in de berichtgeving ($F(1,244)=10.83$, $p < .05$, $R^2 = .042$).

De volgende deelvraag is 6b: *Wordt uit de berichtgeving duidelijk of Wilders een anti-elitaire houding heeft?*

Het antiframe is in bijna een kwart van de berichtgeving volledig aanwezig ($P=23.3$). De periode van de berichtgeving hangt niet samen met het antiframe ($\beta = .10$; $p > .05$) en is nauwelijks een voorspeller van de aanwezigheid van het antiframe ($F(1,243)=2.49$, $p > .05$, $R^2 = .010$).

De lengte van het artikel en de aanwezigheid van het antiframe kennen een redelijk sterke samenhang die significant is ($\beta = .36$; $p < .001$). Hoe langer het artikel is, des te vaker komt het antiframe voor. De aanwezigheid van het antiframe in de berichtgeving wordt voor 13,2% bepaald door de lengte van het artikel ($F(1,244)=37.20$, $p < .001$, $R^2 = .132$). Het journalistieke genre kent een matige, maar significante samenhang met het anti-frame ($V = .22$; $p < .05$). De aanwezigheid van het antiframe is gelijkmatig verdeeld over de verschillende soorten artikelen, maar komt het meest voor bij achtergrondverhalen ($P=39.4$) en interviews ($P=50.0$).

Het issue hangt sterk samen met de aanwezigheid van anti-uitingen ($V = .53$; $p < .001$). Deze samenhang is het duidelijkst zichtbaar wanneer het om immigranten gaat ($P=58,1$). Dit betekent dat Wilders, wanneer het om immigratie gaat, in meer dan de helft van de berichtgeving tegen de politiek en de staat is. De actor in het artikel kent een redelijke samenhang met het antiframe. Actor II kent een sterke significante samenhang met het antiframe ($V = .46$; $p < .001$). Het antiframe kent de hoogste aanwezigheid wanneer (politici van) een andere politieke partij de tweede actor is ($P=53.2$).

Naast het antiframe is er nog een frame gevormd dat onderdeel uitmaakt van populistische berichtgeving. Dit is het immigratieframe dat centraal staat in de laatste deelvraag 6c: *Wordt uit de berichtgeving duidelijk of Wilders immigranten verantwoordelijk houdt voor problemen in Nederland?*

Het immigratieframe komt in slechts 17,6% van de artikelen voor. In bijna de helft ($P=43.9$) van de berichtgeving is dat niet het geval. Er is een zwak verband tussen de tijd en de aanwezigheid van het immigratieframe ($\beta = .16$; $p < .05$). Het immigratieframe wordt ook amper voorspeld door de tijd ($F(1,241)=14.39$, $p < .05$, $R^2 = .025$).

Het issue waarover geschreven wordt in de berichtgeving heeft een sterke significante samenhang op de aanwezigheid van het immigratieframe ($V = .38$; $p < .001$). Hoewel de samenhang nogal verdeeld is over de verschillende issues, is deze samenhang het duidelijkst zichtbaar wanneer het om immigranten ($P=21.4$) en de



oprichting van de PVV gaat ($P=53.1$). De samenhang tussen de actoren en het immigratiefraam is zwak. Voor Actor I is dit nog minder ($V=.16$; $p>.05$) dan voor Actor II ($V=.24$; $p>.05$). Vaker komt in de berichtgeving met een bepaalde actor het immigratiefraam in zijn geheel niet voor dan wel. Wanneer Wilders de eerste actor is, is het immigratiefraam in slechts 11,6% volledig aanwezig. Dit geldt ook voor (politici van) de PVV of Groep Wilders ($P=6.3$). Voor Actor II gelden vergelijkbare resultaten.

De samenhang met de krant waarin het bericht staat is matig en niet significant ($V=.16$; $p>.05$), maar het journalistieke genre kent een redelijke en significante samenhang met het immigratiefraam ($V=.31$; $p<.001$). De aanwezigheid van het immigratiefraam is erg gelijkmatig verdeeld over de verschillende soorten genres. Net als bij de andere frames, kent de lengte van het artikel en de aanwezigheid van het immigratiefraam een sterke samenhang die significant is ($\beta=.46$; $p<.001$). Wanneer de lengte van het artikel stijgt, komt het immigratiefraam vaker voor. De aanwezigheid van het immigratiefraam in de berichtgeving wordt voor 21,3% bepaald door de lengte van het artikel ($F(1,242)=65.39$, $p<.001$, $R^2=.213$).



H6 Conclusie

6.1 Populisme

Van onbekend Kamerlid tot befaamd politicus. Niemand kan meer om Wilders heen. De grote aantallen berichten die de afgelopen tien jaar over een politicus van een relatief kleine partij zijn verschenen, duiden erop dat Wilders 'leeft' in de Nederlandse pers. Uit verkiezingsonderzoeken blijkt dat lijsttrekker Wilders van de PVV op plaats acht in de top dertig van politici staat (Kleinnijenhuis et al., 2007, p. 66). Naast de strijd tussen Bos en Balkenende, is het Wilders die het politieke nieuws tijdens de Tweede Kamerverkiezingen van 2006 domineert. De manier waarop Wilders de afgelopen tien jaar is weergegeven in de Nederlandse pers wordt aan de hand van de centrale onderzoeksvraag beantwoord:

Op welke wijze is Geert Wilders en/of zijn Partij Voor de Vrijheid (PVV) en/of Groep Wilders in de periode van januari 1998 tot juli 2007 in de berichtgeving in de Nederlandse dagbladen weergegeven?

Allereerst heeft de berichtgeving van de afgelopen tien jaar over Wilders en zijn politieke partij een aantal populistische kenmerken. In de berichtgeving is hoofdzakelijk aandacht voor het immigrantenissue. Naast het issue van immigratie worden Wilders en zijn partij in de berichtgeving alleen met het issue van Europese integratie genoemd. Andere politiek inhoudelijke issues komen nauwelijks aan bod, maar worden wel genoemd in Klare Wijn (2006), het verkiezingsprogramma van de PVV. De kernpunten in dit programma zijn, naast het onderwerp immigratie, gebaseerd op de thema's belastingverlaging en beter onderwijs. Wanneer de focus ligt op issues die te maken hebben met immigratie, belasting, criminaliteit en nationalisme, kan dit volgens Taggart (2000) op populisme duiden. De thema's in het programma duiden op een populistische partij. In dit onderzoek is echter alleen gekeken of Wilders en zijn partij populistisch zijn weergegeven in de Nederlandse pers.

Wilders blijkt de afgelopen tien jaar het meest genoemd te zijn met het immigrantenissue wanneer het om politiek inhoudelijke issues gaat. Zowel dit onderzoek, als verkiezingsonderzoek van Kleinnijenhuis et al. (2007), bevestigen dat slechts enkele issues centraal staan in de berichtgeving. Wilders is in de periode van half augustus tot de verkiezingen op 22 november 2006 in bijna een kwart van de berichtgeving gepresenteerd met issuenieuws. In verhouding tot andere politici scoort Wilders relatief hoog in de associatie met issuenieuws (Kleinnijenhuis et al., 2007). De PVV kan dus beschouwd worden als een 'one issue' partij met immigratie als speerpunt. Dit kan worden toegelicht aan de hand van Wilders' plannen die de pers noemt: "Een immigratiestop voor Turken en Marokkanen, een verbod op dubbele nationaliteit en een



bouwstop voor moskeeën en islamitische scholen" ("Wilders wil verbod...", 2006). Uit het onderzoek kan geconcludeerd worden dat immigratie het 'enige', maar meteen ook het 'eigen' issue van Wilders is. Het is niet verwonderlijk dat Wilders het immigrantenissue zich heeft toegeëigend. Volgens Kleinnijenhuis et al. (2001) is het kenmerkend voor een nieuwe politieke partij om zich proberen vast te bijten in een nieuw issue. Immigratie kan beschouwd worden als een 'makkelijk' issue waarover iedereen goed geïnformeerd is en geen deskundigheid vereist is om beslissingen over te maken (Mooney, 2001, in: Zimelis, 2005).

Wanneer de berichtgeving over het immigrantenissue gaat, houdt Wilders deze groep meteen verantwoordelijk voor problemen. Citaten van Wilders in de pers illustreren dit: "We moeten onze energie stoppen in de niet-westerse migranten die er zijn, opdat ze niet meer in alle verkeerde statistieken staan" (Kouters, 2004). Uit de inhoudsanalyse blijkt dat het immigrantenissue net zo vaak genoemd wordt als het verantwoordelijk houden van immigranten voor problemen. Bovendien hangt het immigrantenissue sterk samen met het frame waarin immigranten verantwoordelijk worden gehouden voor problemen. Zoals Valkenburg et al. (1999) stellen, worden sommige groepen, in dit geval immigranten, als zondebok beschouwd en verantwoordelijk gehouden voor alle problemen die de hele populatie heeft getroffen. Dit is precies waarover bericht wordt bij Wilders.

Populisme kenmerkt zich enerzijds door het stigmatiseren van sommige delen van de bevolking, maar anderzijds wordt populisme gekarakteriseerd door de populatie te beschouwen als een homogene categorie zonder interne verschillen (Jagers & Walgrave, 2007). Deze conclusie kan ook uit dit onderzoek getrokken worden. Wilders blijkt zich in bijna een kwart van de berichtgeving tot het volk te richten. Een voorbeeld illustreert dat Wilders zijn achterban op 24 november 2006 in het NRC Handelsblad "heel gewone mensen, werkende mensen" noemt (Van den Berg & Valk, 2006). Een jaar later zegt Wilders in diezelfde krant dat hij "het land wil teruggeven aan de burgers" (Moerland, 2005).

Naast Wilders' beschouwing van de bevolking als een homogene populatie en het verantwoordelijk houden van een deel van die populatie voor problemen, zijn er signalen in de berichtgeving die wijzen op een ander kenmerk van populisme: een anti-elitaire houding. Dit komt onder andere tot uitdrukking in de berichtgeving over Wilders die de regering erop aanspreekt iets aan het immigrantenprobleem te doen. Wilders vindt dat vooral de overheid drastische maatregelen moet nemen om de migratie te stoppen: "De grenzen moeten zeker vijf jaar gesloten voor niet-westerse allochtonen" (Du Pré, 2005). Wilders richt zich hiermee tegen de staat. Volgens Wilders is "de rechtsstaat toe aan een grondige structuurverandering" ("Wilders voor vrij...", 2005). Ook opent hij "de aanval op de bureaucratie" (Du Pré, 2005). Behalve zijn afwijzende positie ten aanzien van de



overheid, neemt Wilders ook een anti-elitaire houding aan ten aanzien van zijn oude partij de VVD en andere politieke partijen. Zo noemt Wilders "het bewegen naar het midden van het politieke spectrum de electorale doodsteek voor de VVD" ("Plan Wilders", 2004). Zittende politieke partijen zullen het immigrantenissue niet snel onder de aandacht brengen en immigranten beschuldigen van de problemen in de maatschappij, terwijl (extreem)rechtse partijen hun ideeën op een bepaalde manier weten te verpakken voor een groot publiek dat een oplossing verwacht (Kleinnijenhuis, 2001; Zimelis, 2005).

De media, een andere belangrijke elitaire groep, komen minder naar voren in de anti-elitaire houding van Wilders in de berichtgeving. De anti-elitaire houding van Wilders, die in bijna een kwart van de berichtgeving aanwezig is, kan verklaard worden doordat de PVV in de politieke arena een rechtse eenling is. Zijn anti-elitaire houding is een manier om zich af te zetten tegen het huidige bewind, een protest tegen de traditionele politiek (Taggart, 2000). De afstand en vervreemding tussen de elite en het volk, die wordt benadrukt in de berichtgeving over Wilders, zal voor sommige delen van het publiek herkenbaar zijn en op deze manier veel kiezers aanspreken.

6.2 Conflict

Naast de anti-elitaire houding van Wilders, zoals die in de populistische berichtgeving aanwezig is, komt zijn tegenstand voornamelijk naar voren in conflicten met verschillende partijen. De onenigheid van Wilders met andere actoren komt tot uitdrukking in het conflictframe, dat het meest voorkomende frame is. Een belangrijk proces in politiek leiderschap is het vinden of creëren van vijanden die nodig zijn om beleid te rechtvaardigen en carrière te bevorderen (Edelman, 1988, in: Zimelis, 2005). Dit kan een verklaring zijn waarom in meer dan de helft van de berichtgeving sprake is van een conflict waarbij Wilders als persoon betrokken is. Hij lijkt het conflict zelf te creëren door uitspraken over de VVD te doen. Zo zijn voormalig collega's "grijze muizen" en de fractie is "een bejaardentehuis in het kwadraat" ("Wilders stapt uit de VVD", 2004). In mindere mate is Groep Wilders of de PVV deelnemer in het conflict. Persoonlijke uitlatingen van Wilders over bijvoorbeeld het immigrantenissue in het NRC Handelsblad: "ik lust hoofddoekjes rauw" (Abrahams, 2004), hebben invloed op de aanwezigheid van het conflictframe bij Wilders als persoon.

In de aanloop naar de Tweede Kamerverkiezingen van 2006 trekt Wilders "ten strijde tegen de bureaucratie" (Folkerts & Jansen, 2006). Hij stelt een lijst samen van kandidaten met "lef en passie" en gaat met deze "lokale helden de strijd in" (De Koning, 2006; "Wilders gaat strijd...", 2006). Deze berichtgeving wordt gedreven door taalgebruik of metaforen die te maken hebben met 'strijd en spel', een van de kenmerken van het horse race-frame. Verder is het nieuws gefocust op winnen en



verliezen, geconcentreerd op de stijl van de kandidaat en geeft het betekenis aan opiniepeilingen (Jamieson, 1992, in: De Vreese, 2005).

Volgens de inhoudsanalyse in dit onderzoek vormen deze kenmerken inderdaad samen het horse race-frame, hoewel het frame slechts tijdens bepaalde perioden voorkomt. Voorbeelden hiervan zijn te vinden in het NRC Handelsblad, dat in de aanloop van de Tweede Kamerverkiezingen van 2006 bericht dat "de partij van Wilders in peilingen van TNS NIPO en Maurice de Hond op vier tot acht zetels staat, bij Interview NSS op nul of één" (De Koning, 2006). Na afloop van de verkiezingen spreken sommige kranten over een "spectaculaire zege voor winnaar Wilders" ("SP wint fors...", 2006) en worden met een winst van negen zetels "de stoute dromen van Wilders werkelijkheid" (Beek, 2006). Het horse race-frame is overigens alleen zichtbaar in de periode voor, tijdens en na de verkiezingen in 2006. In de rest van het decennium is dit wedstrijdnieuws in de berichtgeving over Wilders en zijn partij niet tot nauwelijks waarneembaar.

6.3 Personalisering

Uit het onderzoek kan de conclusie getrokken worden dat slechts enkele issues politiek inhoudelijk zijn. Op deze manier wordt het duidelijk dat in de berichtgeving veel issues met Wilders persoonlijk te maken hebben. Er is ontzettend veel berichtgeving over de veiligheid en bedreigingen waarmee de politicus als persoon wordt geconfronteerd. Uit voorbeelden blijkt dat de soms vergaande gevolgen voor de politicus worden uitgelicht in de pers: "problemen met zijn veiligheid belemmeren het opzetten van een nieuwe partij" ("Wilders: oprichting partij wordt belemmerd", 2004) en de "dure beveiliging nekt ook de verkiezingscampagne van Wilders" (De Pré, 2006). In het nieuws wordt er elf keer vaker over Wilders als persoon dan over zijn politieke partij bericht. Er kan dus geconcludeerd worden dat de nadruk in de berichtgeving op Wilders als persoon in plaats van op zijn politieke partij ligt.

Hiermee is nog niet gezegd op welke manier Wilders als politicus dan wel als mens geportretteerd is. Citaten uit de pers illustreren hoe er een menselijk gezicht wordt gegeven aan Wilders. Dit komt in de berichtgeving bijvoorbeeld tot uitdrukking in de emoties van de politicus na de moord op Van Gogh: "Natuurlijk ben ik bang. Ik stond te trillen op mijn benen en mijn maag draaide zich om toen ik van deze weerzinwekkende moord hoorde" ("Geert Wilders vastberaden...", 2004). Andere manieren van personalisering in de berichtgeving zijn het noemen van individuele (uiterlijke) kenmerken, zoals "de blonde liberaal" ("Geert Wilders krijgt...", 2004) en het betrekken van zijn privéleven, door bijvoorbeeld de echtgenote van Wilders in de berichtgeving te noemen ("D66 vraagt Wilders...", 2007). Deze voorbeelden komen overeen met de opvattingen van Kleinnijenhuis et al. (2003). Volgens hen is er sprake van



personalisering als een politieke partij niet zelf als actor genoemd wordt, maar wordt gerepresenteerd door een persoon, in de regel door politici en bewindspersonen. De invalshoek die de media in deze berichtgeving hebben gekozen, is het human interest-frame, en komt in bijna de helft van de berichtgeving voor.

6.4 Verschillen in kranten

De verschillende dagbladen wijken onderling soms af in de valentie van de berichtgeving. De valentie bevat 'goede' aspecten, bestaande uit positieve en steunende factoren, en 'slechte' aspecten, die negatieve en kritische elementen omvatten. De populaire kranten neigen meer naar een sensationelere benadering van de issues die met de bedreiging en veiligheid van Wilders te maken hebben. Zo maakt het Algemeen Dagblad op 24 september 2004 bekend dat "boze Turken Wilders bestoken" (Donker, 2004) en bericht De Telegraaf dat "Wilders in een theatervoorstelling is onthoofd" (Warthenbergh & Waarsenburg, 2007).

De kwaliteitskranten kiezen daarentegen voor meer diepgang in de vorm van interviews en achtergrondverhalen. Verder is de berichtgeving in de kwaliteitskranten doorgaans negatiever dan in de populaire kranten. Zo bericht het NRC Handelsblad dat de PVV "de steun zou hebben ingeroepen van extreemrechts" (Dohmen, 2007) en wordt Wilders in deze krant als "een onwrikbaar parlementariër" betiteld ("Een onwrikbaar parlementariër...", 2004).

Naast veel negatieve berichten in de pers, krijgt Wilders ook kritiek, voornamelijk persoonlijk van politici van andere partijen of van de regering. Zo bericht het Algemeen Dagblad dat Donner het "voorstel van Wilders gekraakt heeft" (Van der Werf, 2006). De kwaliteitskranten bevatten doorgaans meer kritische uitingen dan de populaire kranten. Dit blijkt ondermeer uit de kritische berichtgeving van de Volkskrant over de Onafhankelijkheidsverklaring van Wilders: "Wilders walst over de Grondwet en verdragen heen" (Doorduyn & Ten Hoove, 2005).

Desondanks zijn er ook positieve elementen in de berichtgeving te vinden. Dit is terug te zien bij Wilders' vertrek uit de VVD en de oprichting van zijn eigen Partij Voor de Vrijheid. Soms is de berichtgeving zelfs optimistisch en wordt er steun toegekend door andere politici, zoals in het NRC Handelsblad: "Kamerlid Eerdmans is onverdeeld positief" (Kalse, 2005). De valentie van de berichtgeving over Wilders en zijn partij kent over het algemeen meer 'slechte' dan 'goede' elementen en kan dus niet gebalanceerd genoemd worden.

Opvallend is dat één bepaalde eigenschap iedere keer van invloed lijkt te zijn op de aanwezigheid van het frame: de lengte van het artikel. Onderzoek van de D'Haenens en Bosman (2003) heeft uitgewezen dat de lengte van teksten van invloed is op de aanwezigheid van frames. Zo zouden langere artikelen meer in staat zijn om nieuws te



framen dan kortere artikelen. Deze theorie wordt bevestigd in dit onderzoek. Bij alle frames is er sprake van een significante samenhang tussen de lengte van het artikel en de aanwezigheid van een frame. Wanneer berichten meer woorden bevatten, dus langer zijn, is er meer ruimte om het bericht op een bepaalde wijze te framen. Ook zegt de lengte van het artikel iets over het aantal steunende of kritische uitingen en in welk journalistieke genre dit gedaan wordt. Zo is er meer kritiek en steun aanwezig in langere artikelen, wat dan vaak achtergrondverhalen blijken te zijn. Dit komt overeen met de interpretaties van de journalistieke genres in de stijlboeken van de Nederlandse dagbladen: het achtergrondverhaal is uitgebreider en er is een duidelijkere invalshoek aanwezig dan in het meer feitelijke en vaak kortere nieuwsbericht (Stijlboek NRC Handelsblad, z.d.).

6.5 Samengevat

In de periode vanaf 1998 tot halverwege 2007 is de berichtgeving over Wilders en zijn partij hoofdzakelijk weergegeven in het conflictframe. Het horse race-frame is het enige frame dat een sterk verband kent met de periode waarin het frame in de berichtgeving wordt gebruikt. Naast de conflictueuze berichtgeving ligt de nadruk vooral op Wilders als persoon in plaats van Wilders als politicus. De aanwezigheid van issues over de veiligheid en bedreigingen omtrent 'de mens' Wilders en de focus die gelegd wordt op het uiterlijk en privéleven van Wilders duiden op de aanwezigheid van het human interest-frame. In de berichtgeving van meer politiek inhoudelijke issues staat eigenlijk maar één issue centraal: immigratie. In verhouding met andere politiek inhoudelijke issues is immigratie zo duidelijk aanwezig dat dit hét issue van de PVV genoemd kan worden. Dit onderwerp overheerst het politieke nieuws over Wilders en de PVV. Wilders' anti-elitaire houding in de berichtgeving en het nieuws waarin Wilders immigranten verantwoordelijk houdt voor problemen, duiden tevens op een populistisch frame. Wilders is met deze populistische presentatie in de pers waarschijnlijk enig in zijn soort binnen de Nederlandse politieke berichtgeving.



H7 Discussie

7.1 Beperkingen

In dit onderzoek is het nieuws over Geert Wilders en zijn politieke partij over een periode van bijna tien jaar in de Nederlandse pers onderzocht. Hiermee is de gehele politieke carrière van Wilders in de berichtgeving in kaart gebracht. Er is echter uitsluitend gekeken naar de berichtgeving in een selectie van de Nederlandse dagbladen. Televisie en internet zijn buiten beschouwing gelaten. Omdat kranten nog altijd een omvangrijk onderdeel van de nieuwsmedia uitmaken en dit onderzoek niet tot doel heeft gehad om alle media te betrekken betekent het geen beperking. Desondanks moet gezegd worden dat de conclusies van dit onderzoek niet kunnen worden gegeneraliseerd naar de gehele Nederlandse media.

Dit onderzoek heeft door middel van een inhoudsanalyse de berichtgeving in kranten geanalyseerd. De 'werkelijkheid' is hierbij buiten beschouwing gelaten. Hiermee wordt allereerst bedoeld dat er niet gekeken is naar een belangrijke factor die van invloed is op de berichtgeving over Wilders: zijn eigen politieke program. Hanteert Wilders daadwerkelijk een populistische politieke communicatiestijl waardoor hij met iedereen in aanvaring komt, of is het de Nederlandse pers die Wilders in een conflictframe weergeeft? En is immigratie het enige politieke issue waarover Wilders uitspraken doet of zijn het de kranten die alleen dit issue oppikken? Het is op zijn minst verwonderlijk dat in het politieke program Klare Wijn naast het immigratie- en integratiethema nog tien andere kernpunten centraal staan die gegroepeerd zijn rond de thema's belastingverlaging en beter onderwijs (Klare Wijn, 2006). Uit het onderzoek is geconcludeerd dat het huisthema van Wilders immigratie is.

Er is sprake van een huisthema als een groot deel van de kiezers denkt dat een partij ten aanzien van een bepaald issue een gunstige reputatie heeft (Kleinnijenhuis et al., 2007). Deze opvatting betreft het publiek, het tweede element dat een rol speelt in de 'werkelijkheid'. De media kunnen aan het succes van een politieke partij bijdragen door de partij of de politici veel aandacht te geven, de issues van de partij overmatig in het nieuws aan bod te laten komen of deze in het voordeel van de partij te framen (Walgrave & De Swert, 2006). De vele media-aandacht zou kunnen bijdragen aan de groeiende populariteit van Wilders. Wat is de reactie van het publiek op de komst van een populistisch weergegeven politicus zoals Wilders en wat vindt het publiek van hem? Kortom, in dit onderzoek is publieke opinie over Wilders en de PVV buiten beschouwing gelaten.



7.2 Aanbevelingen

Tijdens het coderen is gebleken dat het codeboek niet allesomvattend was. Er is een aantal items aan de variabelen toegevoegd, zoals bij issues en actoren. Ook is er een aantal items verwijderd. Deze items veroorzaakten teveel onduidelijkheden in het beantwoorden van de vragen over de aanwezigheid van de frames. Zo is de valentie beperkt tot het meten 'goede' aspecten, bestaande uit positieve en steunende factoren, en 'slechte' aspecten, die negatieve en kritische elementen behelzen. De vragen over kansen en risico's, die wel in de theorie zijn genoemd, zijn verwijderd. Hoewel het meten van de valentie dus beperkt is tot de 'goede' en 'slechte' aspecten in de berichtgeving, is gebleken dat de codeurs, die de betrouwbaarheid van de schalen hebben getest, moeite hadden met deze meer subjectieve vragen. Dit kan een verklaring zijn waarom de items over de valentie van de berichtgeving geen frame hebben gevormd.

De beperkingen in ogenschouw genomen, kan dit onderzoek de aanzet zijn voor vervolgonderzoek in de vorm van meer of andere inhoudsanalyses naar de berichtgeving over Wilders en zijn politieke partij. Hierbij moet gedacht worden aan het analyseren van journaals en actualiteitenprogramma's op televisie. Om het internet te betrekken bij het onderzoek kunnen (politieke) weblogs meegenomen worden bestudeerd. Een tweede vorm van vervolgonderzoek is het analyseren van het politieke program en andere communicatie-uitingen van de PVV op vergelijkbare wijze zoals dat bij Vlaams Belang is gedaan door Jagers en Walgrave (2007). Op deze manier kunnen de 'werkelijke' standpunten van Wilders worden vergeleken met de issues waarover de media berichten.

De recente discussie of de media Wilders wel een podium moeten geven en het eventuele *cordon médiatique* kunnen aanleiding zijn voor vervolgonderzoek. Want zijn het de media die de taak hebben om de maatschappij te beschermen tegen Wilders? De media hebben een nieuwsvoorzienende functie waarin op een zo objectief mogelijke wijze verslag moet worden gedaan van gebeurtenissen. Door de manier van berichtgeving over Wilders, zoals die in dit onderzoek is aangetoond, zal het publiek ongetwijfeld een mening gevormd hebben over Wilders. Wat is de publieke opinie over Wilders? Beschouwt het publiek Wilders als een charismatische leider? En wat voor effect hebben de nieuwsframes op het stemgedrag van de kiezer? Een publieks- of effectonderzoek is een andere vorm van vervolgonderzoek die aan te bevelen is. Zeker tegen de tijd van de volgende Tweede Kamerverkiezingen is het relevant antwoorden op dit soort vragen te hebben. Vervolgonderzoek is in welke vorm dan ook, zeer de moeite waard. De prominente aanwezigheid van Wilders in het politieke debat, de populariteit van de PVV in de peilingen en de zichtbaarheid van Wilders in de media, maakt de PVV als politieke partij en Wilders als persoon en politicus een interessant onderzoeksonderwerp in zowel politicologisch als communicatiewetenschappelijk opzicht.



Literatuurlijst

- 't Hart, H., Van Dijk, J., De Goede, M., Jansen, W. & Teunissen, J., (1996). *Onderzoeksmethoden* (3^e herziene druk). Amsterdam: Boom.
- Aarts, K., MacDonald, S. E. & Rabinowitz, G. (1999). Issues and Party Competition in the Netherlands. *Comparative Political Studies*, 32(1), 63-99.
- Abrahams, F. (2004, 28 april). Joe Wilders. *NRC Handelsblad*, p. 24
- Baarda, D.B. & De Goede, M.P.M. (1999). *Methoden en technieken* (2^e druk). Houten: Stenfert Kroese.
- Bakker, P. & Scholten, O. (1999). *Communicatiekaart van Nederland: Overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Kluwer.
- Beek, M. (2006, 23 november). 'Stoute dromen' van Geert Wilders worden werkelijkheid. *Algemeen Dagblad*, p. 7.
- Boomgaarden, H. & Vliegthart, R. (2006). Explaining the rise of anti-immigrant parties: The role of news media content. *ELectoral Studies*, 26(1), 404-417.
- Chaljaard, Ch. (1997). *Overheidscommunicatie, de binnenkant van het vak*. Utrecht: Lemma.
- D66 vraagt Wilders naar paspoorten van zijn vrouw (2007, 22 maart). *Algemeen Dagblad*, p. 9.
- D'Angelo, P. (2005). Strategy and Issue Framing: An Exploratory Analysis of Topics and Frames in Campaign 2004 Print News. *Atlantic Journal of Communication*, 13(4), 199-219.
- De Boer, C. & Brennecke S. (1999). *Media en publiek: Theorieën over media-impact* (5^e druk). Amsterdam: Boom.
- Dearing, J.W. & Rogers, E.M. (1993). The anatomy of agenda-setting research, *Journal of Communication*, 43(2), 68-84.



De Jong, A. (1999, 13 maart). De blonde engel kiest de aanval. Jonge VVD'er Geert Wilders maakt in Kamer naam met spijkerharde ideeën. *De Telegraaf*, p. onbekend.

Dekker, W (2007, 18 augustus). Een podium voor Wilders? *De Volkskrant*, Intermezzo, p. 4.

De Koning, P. (2006, 15 juli). Geert Wilders noemt 10 zetels reëel. *NRC Handelsblad*, p. 3.

De Vreese, C.H. & Boomgaarden, H. (2003). Valenced news frames and public support for the EU. *The European Journal of Communication Research*. 28, 361-381.

De Vreese, C.H. (2005). The Spiral of Cynicism Reconsidered. *European Journal of Communication*. 20(3), 283-301.

D'Haenens, L. & Bosman, J. (2003). Portrayal of Canada in the Dutch Print Media. *Canadian Journal of Communication*, 28, 203-217.

D'Haenens, L. & De Lange, M. (2001). Framing of asylum seekers in Dutch regional press. *Media, Culture & Society*. 23(6), 847-860.

Dirks, B. (2005, 26 januari). Vlaams Belang lonkt naar Wilders; Belgische recht-nationalisten willen gelijkgestemden in Nederland 'met raad en daad' bijstaan. *De Volkskrant*, p. 1.

Dohmen, J. (2007, 13 januari). PVV riep steun van extreem-rechts in. *NRC Handelsblad*, p. 1.

Donker, S. (2004, 24 september). Boze Turken bestoken Wilders. *Algemeen Dagblad*, p. 1.

Doorduyn, Y. & Ten Hoove, S. (2005, 15 maart). Wilders walst over Grondwet en verdragen heen. Uitvoerbaarheid van beginselprogramma laat volgens deskundigen te wensen over. *De Volkskrant*, p. 3.

Du Pré, R. (2005, 14 maart). Wilders pleit in program voor kleine overheid. *De Volkskrant*, p. 1.



Du Pré, R. (2006, 30 augustus). Dure beveiliging nekt campagne Wilders. *De Volkskrant*, p. 1.

Een onwrikbaar parlementariër. Geert Wilders (2004, 3 september). *NRC Handelsblad*, p. 3.

Entman, Robert M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm, *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

Graber, D.A. (1993). *Mass media and American politics*. Washington, D.C.: CQ Press.

Handleiding LexisNexis Academic (z.d.). Opgehaald 22 augustus, 2007, van <http://www.uba.uva.nl/hulp/object.cfm/objectid=FD9928B0-7A4E-4103-A30D7BB89FD714FF>

Harcup, T. and O'Neill, D. (2001). What is News? Galtung and Ruge Revisited. *Journalism Studies*, 2, 261-280.

Fennema, M. (1997). Some conceptual issues and problems in the comparison of anti-immigration parties in Western Europe. *Party Politics*, 3, 473-492.

Fennema, M. (2007, 31 maart). Wilders wordt net als Janmaat gedemoniseerd. *NRC Handelsblad*, p. 17.

Floor, J. (2006). *Media in de stemming? Nederlandse dagbladen en het referendum over de Europese Grondwet*. Doctoraalscriptie Communicatiewetenschap: Universiteit van Amsterdam.

Folkerts, J. & Jansen, P. (2006, 17 augustus). Wilders ten strijde tegen bureaucratie. *De Telegraaf*, p. 7.

Geert Wilders krijgt steun en dreigementen (2004, 5 september). *De Telegraaf*, p. 3.

Geert Wilders vastberaden, Ayaan Hirsi Ali in tranen (2004, 3 november). *De Telegraaf*, p. 7.



Jagers, J. & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46, 319-345.

Kalse, E. (2005, 15 maart). Niet bang voor Wilders' program. *NRC Handelsblad*, p. 3.
Kerbel, M.R., Apee, S. & Ross, M. H. (2000). PBS Ain't So Different. Public Broadcasting, Election Frames and Democratic Empowerment. *Press/ Politics*, 5(4), 8-32.

Kiousis, S. (2001). Public Trust or Mistrust? Perceptions of media credibility in the information Age. *Mass Communication and Society*, 4(4), 381-403.

Klare Wijn, (2006, 30 maart). Opgehaald 2 september, 2007, van http://www.geertwilders.nl/index.php?option=com_content&task=view&id=410&Itemid=119

Kleinnijenhuis, J., Maurer, M., Kepplinger, H. M. & Oegema, D. (2001). Issues and Personalities in German and Dutch Television News. Patterns and Effects. *European Journal of Communication*, 16(3), 337-359

Kleinnijenhuis, J., Oegema, D., De Ridder, J., Van Hoof, A., & Vliegthart, R. (2003). *De puinhopen in het nieuws: De rol van de media bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2002*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Kleinnijenhuis, J., Scholten, O., Van Atteveldt, W., Van Hoof, A., Krouwel, A., Oegema, D., et al. (2007). *Nederland Vijfstromenland. De rol van de media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006*. Amsterdam: Bakker.

Kouters, S. (2004, 23 oktober). 'Wilders overlegt met Wilders'. *De Volkskrant, Magazine*, p. 8.

Kritzing, S., Klemmensen, R. & Chari, R. S. (2004). *Party Leadership and Party Cohesion: Determining Factors of "Government Participation" and Incumbency Success of Right-Wing Parties?* Panel "Effects of Incumbency on Organization of Radical Rightwing Parties", Paper for the ECPR Joint Session: Uppsala.

Liebes, T. (2000). Inside a News Item: A Dispute Over Framing. *Political Communications*, 17, 295-305.



Lubbers, M., Gijsbrechts, M. & Scheepers, P. (2002). Extreme right-wing voting in Western Europe. *European Journal of Political Research*, 41, 345-378.

Lucardi, P. & Voerman, G. (2003). From Challenger to Government Partner Without a Party: the List Pim Fortuyn. *Paper presented at Section 24 of the ECPR Conference in Marburg, 19-21 September 2003.*

McCombs, M.E. & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

McQuail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory* (4^e druk). London: Sage.

Melssen, W. & Haagsma, M. (2007, 17 maart). Wilders' waanzinnige kruistocht behoeft geen navolging. *De Volkskrant*, p. 7.

Mills, S. (1998). *Discourse*. London: Routledge.

Moerland, R. (2004, 1 september). 'Iemand moet laten zien dat hij de baas is'. Wilders wil zich liever niet afscheiden van de VVD, maar zal zijn standpunten niet aanpassen. *NRC Handelsblad*, p. 3.

Moerland, R. (2005, 14 maart). 'Wij moeten ons lot als volk in eigen hand nemen'. Geert Wilders keert zich in 'onafhankelijkheidsverklaring' tegen politieke elite. *NRC Handelsblad*, p. 3.

Nabi, R.L. (2003). Exploring the Framing Effects of Emotion. Do Discrete Emotions Differentially Influence Information Accessibility, Information Seeking, and Policy Preference? *Communication Research*, 30(2), 224-247.

Onze Taal (z.d.). Opgehaald 22 augustus, 2007, van <http://www.onzetaal.nl/advies/komkommertijd.php>

Personalia Wilders (z.d.). Opgehaald 14 mei, 2007, van <http://www.pvv.nl/>

Petrocik, J.R. (1996). Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study. *American Journal of Political Science*, 40(3), 825-850.

Plan Wilders (2004, 13 december). *NRC Handelsblad*, p. 2.



Politiek (2007). Opgehaald 29 april, 2007, van <http://nl.wikipedia.org/wiki/Politiek>

Populist Wilders op verkiezingsjacht (2005, 15 maart). *De Telegraaf*, p. 7.

RMO Advies 26. Medialogica: Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek (2003) Den Haag: SDU uitgevers. Opgehaald 1 mei, 2007, van <http://www.adviesorgaan-rmo.nl/downloads/advies/RMOadvies26.pdf>

Scheufele, D.A. (1999). Framing as a theory of media-effects. *Journal of Communication*, 49, 101-120.

Scheufele, D.A. (2000). Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication. *Mass Communication & Society*, 3(2&3), 297-316.

Schuck, R.T. & De Vreese, C.H. (2006). Between Risk and Opportunity. News Framing and its effects on Public Support for EU Enlargement. *European Journal of Communication*, 21(1), p. 5-32.

Shen, F. (2004). 'Effects of News Frames and Schemas on Individuals' Issue Interpretations and Attitudes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(2), 400-416.

Smith, J., McCarthy J.D., McPhail, C. & Augustyn, B. (2001). From Protest to Agenda Building: Description Bias in Media Coverage of Protest Events in Washington D.C. *Social Forces*, 79(4), 1397-1423.

SP wint fors, CDA blijft grootste. Zware klappen voor PvdA (-10) en VVD (-6). Spectaculaire zege Wilders. Geen coalitie mogelijk van twee partijen (2006, 23 november). *De Volkskrant*, p. 1.

Stijlboek NRC Handelsblad (z.d.). Opgehaald, 22 augustus, 2007, van <http://www.nrc.nl/W2/Service/boeken/selectie.html>

Taggart, P. (2000). Populism and representative Politics in contemporary Europe. *Journal of Political Ideologies*, 9(3), 269-288.



Ten Hoove, S. (2006, 9 oktober). Pastors toont begrip waar Wilders extreem wordt. *De Volkskrant*, p. 3.

Ter Wal, J., D'Haenens, L. & Koeman, J. (2005). (Re)presentation of ethnicity in EU and Dutch domestic news: a quantitative analysis. *Media, Culture & Society*, 27(6), 937-950.

Uce, V., Schueremans, S. & De Swerte, K. (2006). *Dat was Het Nieuws: Een onderzoek naar de invloed van de vernieuwingsoperatie van 2004 op de nieuwsinhoud*. PSW paper Communicatiewetenschappen: Universiteit Antwerpen.

Valkenburg, P.M., Semetko, H.A., & De Vreese, C.H. (1999). The effect of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication Research*, 26(5), 550-569.

Van Cuilenburg, J.J., Scholten, O. & Noomen, G.W. (1994). *Communicatiewetenschap*. Muiderberg: Coutinho.

Van den Berg, H. & Valk, G. (2006, 24 november). 'Gordijnbonus' voor partij Geert Wilders. Kiezers zeggen niet dat ze op de PvdV stemmen. *NRC Handelsblad*, p. 3.

Van der Brug, W. & Fennema, M. (2003). Protest or mainstream? How the European anti-immigrant parties developed into two separate groups by 1999. *European Journal of Political Research*, 42, 55-76.

Van der Brug, W. & Mughan, A. (2007). Charisma, Leader Effects and Support for Right-Wing Populist Parties. *Party Politics*, 13(1), 29-51.

Van der Werf, M. (2006, 22 maart). Donner: Handen af van artikel 1. Voorstel Wilders gekraakt. *Algemeen Dagblad*, p. 9.

Van Ginneken, J. (1996). *De schepping van de wereld in het nieuws. De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken*. Alpen aan den Rijn: Kluwer.

Van Gorp, B. (2006). Een constructivistische kijk op framing. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34(3), 246-256.

Van Groningen, B. (2005). *Werkboek leeronderzoek. Emotionele leeservaring van Nieuwsberichten* (1^e semester). Universiteit van Amsterdam.



Van Groningen, B. (2004). *Werkboek PLO. Practicum Leeronderzoek*. Universiteit van Amsterdam.

Van Holsteyn, J. M. J. & Irwin, G. A. (2003). Never a dull moment: Pim Fortuyn and the Dutch parliamentary election of 2002. *West European Politics*, 26(2), 41-66.

Vliegenthart, R. & Boomgaarden, H. G (2005). Berichtgeving over immigratie en integratie en electorale steun voor anti-immigratiepartijen in Nederland. *Migrantenstudies: driemaandelijks tijdschrift voor onderzoek naar etnische minderheden en de Nederlandse samenleving*, 21(3), 120-134.

Walgrave, S. & De Swert, K. (2006). Where Does Issueownership Come From? From the Party or the Media? Issue Party Identifications in Belgium, 1991–2005. *Press/ Politics*, 12(1), 37-67.

Wansink, H.A. (2007). Tussen populisme en rechts-radicalisme. *Justitiële verkenningen*, 33(2), 68-74.

Wartenbergh, T. & Waarsenburg, T. (2007, 16 februari). Wilders onthoofd in theatervoorstelling. *De Telegraaf*, p. 8.

Wester, F. (2004). *Lessen uit Lezen*. Nijmegen: Katholieke Universiteit Nijmegen.

Wiggers, Y. (2003, 3 oktober). Wilders wil barbaren geen kapstok geven. VVD-Kamerlid weigert te capituleren voor doodsb bedreigingen. *Algemeen Dagblad*, p. 5.

Wiggers, Y. (2007, 9 maart). Koekje van eigen deeg voor Wilders. *Algemeen Dagblad*, p.

Wilders gaat strijd in met 'lokale helden' (2006, 26 augustus). *De Telegraaf*, p. 9.

Wilders: oprichting partij wordt belemmerd (2004, 7 december). *NRC Handelsblad*, p. 1.

Wilders stapt uit de VVD (2004, 3 september). *De Telegraaf*, p. 1.

Wilders voor vrij en rijk Nederland (2005, 14 maart). *De Telegraaf*, p. 6.

Wilders wil verbod op dubbele nationaliteit (2006, 21 augustus). *De Volkskrant*, p. 3.



Zillmann, D, Chen, L., Knobloch, S. & Callison, C. (2004). Effects of Lead Framing on Selective Exposure to Internet News Reports. *Communication Research*, 31(1), 58-81.

Zimelis, A. (2005). *Anti Immigration in Western Europe: Power of Symbols*. Thesis: University of Chicago.



Bijlage 1 Codeboek

Aan de hand van de vragen in dit codeboek zijn 312 artikelen, waarin de titel "Wilders", "Partij Voor de Vrijheid" of "PVV" bevat, gecodeerd in SPSS. De artikelen zijn verschenen in het Algemeen Dagblad, het NRC Handelsblad, De Telegraaf of de Volkskrant. Lees voor het coderen H4 Methode, paragraaf 4.1 t/m 4.5.

A) Algemeen (ID = nummer van het artikel)

Var00

A0. Datum (zie Copyright)

Datum waarop het artikel in de krant stond. Voorbeeld: 3 september 2007 = 20070903

Var01

A1. Krant (zie Copyright)

1. AD
2. NRC Handelsblad
3. Telegraaf
4. Volkskrant

Var02

A2. Paginanummer (zie Section)

Het nummer van de pagina in de krant waar het artikel staat. De voorpagina is 01.

Var03

A3. Lengte van het artikel (zie Length)

Het aantal woorden van het artikel. Voorbeeld: 457.

Var04

A4. Aanwezigheid foto/ grafiek/ illustratie (Zie boven load-date)

0. nee
1. ja

Var05

A5. Soort verhaal

1. **nieuwsbericht** (= waar en wanneer een nieuwsfeit zich heeft afgespeeld, staat voorin het bericht. De rest van het bericht is gewijd aan de hoe-vraag.)
2. **achtergrondverhaal** (= uitgewerkte versie van het nieuwsbericht. Er worden verschillende bronnen aangehaald, vaak een duidelijkere invalshoek.)
3. **reportage** (= weerspiegelt de dagelijkse realiteit waartoe de journalist individuele ervaringen die ter plekke heeft genoteerd met persoonlijke stijl.)
4. **interview** (= het gesprek met één of soms meerdere perso(o)n(en) staat centraal, waarin het vraag en antwoordmodel meestal wordt gebruikt.)
5. **portret of profiel** (portret = wie, wat, waar, wanneer, hoe en waarom ten aanzien van het leven van de betrokkene met een journalistiek interpretatie toegevoegd, profiel = een portret dat wordt opgebouwd uit informatie die in de eerste plaats van derden wordt verkregen.)
6. **opinie** (mening, ingezonden brief, etc. **LET OP:** artikel niet verder coderen)
7. **anders, namelijk...** (alleen als het echt niet binnen bovenstaande genres valt, invullen bij var05 anders)



B) Inhoud

Var06

B1a. Issue I (= het belangrijkste issue dat aanleiding voor het artikel is)

1. criminaliteitsbestrijding
2. economische groei
3. immigranten
4. infrastructuur
5. terreurbestrijding
6. emancipatie
7. gezondheidszorg
8. onderwijs
9. overheidsfinanciering
10. sociale zekerheid
11. bestuurlijke vernieuwing
12. Christelijke normen en waarden
13. Europese integratie
14. internationale interventie
15. Kabinet- Balkenende
16. Kabinet-Bos
17. milieu
18. anders, namelijk... (alleen als het echt niet binnen een van bovenstaande issues valt, invullen bij var06 anders)

Var07

B1b. Issue II

Zie lijst Onderwerp I, indien NVT = missing

Var08

B2a. Actor I (LET OP: de belangrijkste actor, meeste quotes én parafraseringen)

1. Geert Wilders
2. (politici van de) Partij voor de Vrijheid of Groep Wilders
3. (politici van de) VVD
4. (politici van een) andere politieke partij
5. overheidsinstelling
6. bedrijf
7. NGO
8. media
9. andere (groep) personen, namelijk... (alleen als het echt niet binnen een van bovenstaande actoren valt, invullen bij var08 anders)

Var09

B2b. Actor II

Zie lijst Actor I, maar indien NVT = missing

Var10

B3a. Aantal quotes Actor I? (LET OP: alleen quotes, geen parafraseringen)

0, 1, 2, etc.

Var11

B3b. Aantal quotes Actor II?

0, 1, 2, etc. Indien var09 NVT is, dan is var 11 ook NVT = missing



C) Conflictframe

Var12

C1. Weerspiegelt het verhaal een meningsverschil, onenigheid of welke vorm van conflict dan ook, waarbij Geert Wilders en/of de PVV betrokken is?

- 0. nee
- 1. ja

Var13

C2. Beschuldigt de ene actor de andere actor?

- 0. nee
- 1. ja

(LET OP: Indien C1 = 0 dan NVT = missing)

Var14

C3. Refereert het verhaal naar twee of meer kanten van het conflict?

- 0. nee
- 1. ja

(LET OP: Indien C1 = 0 dan NVT = missing)

D) Horse race-frame

Var15

D1. Refereert het verhaal naar winnaars en verliezers? (of synoniemen zoals kampioenen, titelhouders, winner, nr, één, eerste, etc. of underdog, zwakkere, etc.)

- 0. nee
- 1. ja

Var16

D2. Wordt Wilders/ PVV in de berichtgeving als een winnaar gepresenteerd?

- 0. nee
- 1. ja

Var17

D3. Wordt in het artikel gerefereerd aan een opiniepeiling? (of synoniemen daarvan zoals polls, opinieonderzoek, stemmingen, etc.)?

- 0. nee
- 1. ja

Var18

D4. Refereert het verhaal aan taalgebruik of metaforen waarin strijd en spel voorkomen? (het wedstrijdelement moet uit de berichtgeving duidelijk worden)

- 0. nee
- 1. ja



E) Valentieframe

Var19

E1. Bevat het verhaal pro-Wilders/ PVV uitingen? (opmerkingen [van andere actoren] die *positief* voor Wilders zijn, vb. Het VVD-Kamerlid benadrukt dat Wilders een gewone politicus met een gewone partij is.)

- 0. nee
- 1. ja

Var20

E2. Geeft het verhaal argumenten of feiten die steun aan Wilders/ PVV geven? (opmerkingen [van andere actoren] die *steun geven* aan Wilders, vb. Het plan van Wilders kan op steun van de PvdA-fractie rekenen)

- 0. nee
- 1. ja

Var21

E3. Bevat het verhaal contra-Wilders/ PVV uitingen? (opmerkingen [van andere actoren] die *negatief* voor Wilders zijn, vb. Beroering over Wilders' voorstel.)

- 0. nee
- 1. ja

Var22

E4. Geeft het verhaal argumenten of feiten die kritiek aan Wilders/ PVV geven? (opmerkingen van andere actoren die *kritiek geven* op Wilders, vb. De nieuwe coalitie voelt niets voor het plan van de PVV.)

- 0. nee
- 1. ja

Var23

E5. Indien E1 en E3 beiden met ja of beiden met nee zijn beantwoord, hoe kan de berichtgeving worden beschouwd als: (LET OP: indien NVT = missing)

- 0. meer positief dan negatief
- 1. meer negatief dan positief

F) Human interest frame

Var24

F1. Verbindt het verhaal een menselijk gezicht of voorbeeld aan Wilders?

- 0. nee
- 1. ja

Var25

F2. Gaat het verhaal in op het privé- of persoonlijke leven van Wilders? (wanneer gesproken wordt over bijvoorbeeld zijn kapsel of zijn vrouw)

- 0. nee
- 1. ja

Var26

F3. Benoemt het verhaal wat Wilders persoonlijk voor individuen en groepen betekent? (vb. Wilders keurt dubbele nationaliteit van Aboutaleb af.)

- 0. nee
- 1. ja



G) Populistisch frame

Var27

G1. Wordt in de berichtgeving duidelijk of Wilders/ PVV zich direct dan wel indirect tot het volk richt? (directe termen: de mensen, het publiek, de burger, de kiezer, de belastingbetaler, de inwoner, de consument, het volk of indirecte termen: publieke opinie, politieke participatie, democratie, de wil van de mensen)

- 0. nee
- 1. ja

Var28

G2. Heeft Wilders/ PVV een houding die anti-staat is? (enkel of systematisch anti-een bepaalde overheidsinstelling, alle overheden of het systeem)

- 0. nee
- 1. ja

Var29

G3. Heeft Wilders/ PVV een anti-politieke houding? (anti- een bepaalde beleidsmaatregel, beleid, politici, politieke partij, groep van of alle politieke partijen)

- 0. nee
- 1. ja

Var30

G4. Heeft Wilders/ PVV een houding die anti-media is? (anti- een bepaald medium, groepen van media of alle media in het algemeen)

- 0. nee
- 1. ja

Var31

G5. Wordt er door Wilders/ PVV gebruik gemaakt van woorden die refereren aan geschiedenis, moederland, vreemdeling, wij of zij?

- 0. nee
- 1. ja

Var32

G6. Suggereert het verhaal dat een immigrant of een groep immigranten verantwoordelijk is voor problemen in Nederland?

- 0. nee
- 1. ja

Var33

G7. Wordt er door Wilders/ PVV oplossingen voor het immigratieprobleem gesuggereerd in het verhaal? (worden er maatregelen genoemd, zoals strenger uitzettingsbeleid)

- 0. nee
- 1. ja

Var34

G8. Suggereert het verhaal dat Wilders/ PVV vindt dat er direct actie moet worden ondernomen om het immigratieprobleem te lijf te gaan?

- 0. nee
- 1. ja



Bijlage 2 Intercodeurbetrouwbaarheid

Variabelen	Betrouwbaarheid (in %)	Cohen's Kappa	Correlatie coëfficiënt (Pearson)
Dagblad	100,0	1.0	
Paginnummer	100,0		1.00
Lengte artikel	100,0		1.00
Foto	100,0		.93
Soort artikel	69,2	-.**	
Issue I	72,7	-.**	
Issue II	-	-.**	
Actor I	72,7	-.**	
Actor II	50,0	-.**	
Quotes Actor I	36,3		.86
Quotes Actor II	33,3		.92
C1. Weerspiegelt het verhaal een conflict, waarbij Geert Wilders en/of de PVV betrokken is?	72,7		.57
C2. Beschuldigt de ene actor de andere actor?	55,6		.38
C3. Refereert het verhaal naar meer dan twee kanten van het conflict?	75,0		.58
D1. Refereert het verhaal naar winnaars en verliezers?	90,9		-.*
D2. Wordt Wilders in de berichtgeving als een winnaar gepresenteerd?	100,0		-.*
D3. Wordt in het artikel gerefereerd aan een opiniepeiling?			
D4. Refereert het verhaal aan taalgebruik of metaforen waarin strijd en spel voorkomen?	90,9		.67
E1. Bevat het verhaal uitingen die pro-Wilders of positief zijn?	81,8		-.*
E2. Geeft het verhaal argumenten of feiten die steun aan Wilders geven?	81,8		.52
E3. Bevat het verhaal uitingen die contra-Wilders of negatief zijn?	90,9		-.*
E4. Geeft het verhaal argumenten of feiten die kritiek aan Wilders geven?	72,7		.56
E5. Indien E1/E3 beiden ja of nee is, is de berichtgeving dan:	81,8		.67
F1. Geeft het verhaal een menselijk voorbeeld aan Wilders?	66,7		.45
F2. Gaat het verhaal in op het privé of persoonlijke leven van Wilders?	54,5		.18
F3. Benoemt het verhaal wat Wilders persoonlijk direct voor individuen en groepen betekent?	63,6		.35



Variabelen	Betrouwbaarheid (in %)	Cohen's Kappa	Correlatie coëfficiënt (Pearson)
G1. Wordt in de berichtgeving duidelijk of Wilders zich direct dan wel indirect tot het volk richt?	72,7		.52
G2. Heeft Wilders een houding die anti-staat is?	90,9		.67
G3. Heeft Wilders een anti-politieke houding?	72,7		.87
G4. Heeft Wilders een houding die anti-media is?	100,0		.*
G5. Wordt er gebruik gemaakt van woorden die refereren aan anti-immigratie?	90,9		.67
G6. Suggereert het verhaal dat iemand of een groep verantwoordelijk is?	81,8		.52
G7. Suggereert het verhaal oplossingen voor het immigratieprobleem?	81,8		.67
G8. Suggereert het verhaal dat Wilders vindt dat er direct actie moet worden ondernomen?	90,9		.81
Totaal	74,7	1.00	.65

* geen maat berekend omdat een of allebei de variabelen constanten bevatten.

** geen symmetrische tweezijdige tabel.



Bijlage 3 Overzicht figuren en tabellen

Figuur 1. Driehoeksrelatie publiek, politiek en media.....	14
Figuur 2. Berichtgeving Wilders (2004-2007)	37
Tabel 1. Overzicht issues	30
Tabel 2. Factoranalyse	34
Tabel 3. Cronbach's alpha.....	36
Tabel 4. Kenmerken artikelen per krant.....	38
Tabel 5. Artikelen per krant in percentages.....	39
Tabel 6. Issue I per krant in percentages.....	39
Tabel 7. Frequentieverdeling Actor I en II.....	40
Tabel 8. Valentie van de berichtgeving per krant in percentages.....	42
Tabel 9. Nieuwsframes per krant in percentages.....	45