



De alternatieve constructie van nieuws in **NOS THE SERIES**

Een kritische reflectie op het nastreven van *spreadability* door een
publieke nieuwsomroep

Masterscriptie

Aantal woorden: 11541

Student: Timo te Moller - 5597102

Studie: MA Film- en Televisiewetenschap

Begeleidend docent: Hanna Surma

Studiejaar: 2016-2017 / Blok 3

Inleverdatum: 17 april 2017

Abstract

Door een sterke trend van digitalisering en commercialisering van media worstelen nationale publieke omroepen met hun legitimiteit. Om aansluiting te houden met een publiek dat in toenemende mate haar media online consumeert, moeten de omroepen hun programmeringen op nieuwe manieren aanbieden. Sociale media platforms bieden aan publieke omroepen aantrekkelijke mogelijkheden om aansluiting te vinden met het publiek en om de publieke waarden te verspreiden, maar vormen tegelijk een omgeving waarin fundamenteel commerciële principes gelden die de publieke waarden en taken van de omroepen onder druk zetten. In deze thesis is aan de hand van een vergelijkende inductieve framinganalyse volgens de methode van Van Gorp aangetoond wat de consequenties zijn van het nastreven van *spreadability*, dat door Jenkins et al. wordt beschreven als de technologische en culturele potentie voor publieken om bepaalde content te delen en verspreiden voor haar eigen doeleinden, voor de wijze waarop politieke nieuwsberichtgeving omtrent het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat tussen Hillary Clinton en Donald Trump is geframed door de Nederlandse Omroep Stichting (NOS). Daarmee vormt deze scriptie een kritische reflectie op het nastreven van *spreadability*, een onderdeel van strategieën die door de NOS als publieke nieuwsomroep worden ingezet om een online publiek te bereiken in een mediaomgeving die zich buiten de traditionele publieke kaders begeeft en waar commerciële principes gelden. Uit de analyse is duidelijk geworden dat het *spreadable* maken van de nieuwsberichtgeving heeft gezorgd voor ongenueanceerde en uitvergroete weergaven van nieuwsframes, die moeilijk verenigbaar zijn met de journalistieke kernwaarden die de NOS formuleert.

Inhoudsopgave

1/ Inleiding

1.1 <i>NOS: the series</i>	5
1.2 Wetenschappelijke positionering.....	5
1.3 Probleemstelling.....	7
1.4 Relevantie.....	9

2/ Theoretisch kader

2.1 Publieke omroepen in transitie.....	11
2.2 <i>Spreadability</i> als strategie voor de NOS.....	13
2.3 Popularisatie van politiek & <i>Regimes of truth</i>	16
2.4 Het nieuws als gestructureerd proces.....	17

3/ Methode

3.1 Inductieve analyse: de reconstructie van frames.....	20
3.2 Stappen in de analyse en het onderzoeksmateriaal.....	23

4/ Analyse

4.1 Framing in het <i>NOS Achtuurjournaal</i>	25
4.2 Framing in <i>NOS: the series</i>	36
4.3 Vergelijkende analyse.....	46

Conclusie en discussie.....	49
-----------------------------	----

Bibliografie.....	51
-------------------	----

Bijlage 1: Matrixen NOS 20.00 uur Journaal en NOS: the series.....	53
--	----

Bijlage 2: Terugkerende thema's en dominante frames.....	68
--	----

Bijlage 3: Lijst van figuren.....	70
-----------------------------------	----

1. Inleiding

1.1 *NOS: the series*

Wat als Donald en Hillary een stelletje waren? Dat is één van de hypothetische vragen die de Nederlandse Omroep Stichting (NOS) centraal stelt in één van de ruim honderd video's op het online platform *NOS: the series*. In de aanloop naar de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2016 lanceerde de NOS dit platform om korte video's te delen over die verkiezingen, waarbij de NOS het platform motiveerde met de tekst: "(...) Via *NOS: the series* krijg je een dagelijkse stroom video's die jou leert de verkiezingen begrijpen. We vertellen verhalen en leggen verbanden naar aanloop van de Amerikaanse verkiezingen over Hillary Clinton, Donald Trump, hun campagnes en debatten (...)."¹

Het platform is geproduceerd vanuit het *NOS Lab*, een omgeving waarin de NOS schrijft te experimenteren met nieuwe technieken en vertelvormen voor de gebruiker van de toekomst: "We testen en verkennen de nieuwste platforms en technologieën."² *NOS: the series* vormde in de aanloop naar de Amerikaanse verkiezingen een onderdeel van een transmediale berichtgeving omtrent deze verkiezingen, waarbij diverse andere NOS platforms de kijker of bezoeker doorverwezen naar *NOS: the series*, om meer over de verkiezingen te weten te komen.³

1.2 Wetenschappelijke positionering

Het gegeven dat de NOS een platform als *NOS: the series* opzet, sluit aan bij het algemene proces van transitie waarin Europese publieke omroepen zich bevinden. Door de sterke opkomst van commerciële media, zoals commerciële televisie en internetplatforms, is het voor publieke omroepen in de afgelopen 30 jaar steeds minder vanzelfsprekend geworden dat zij hun beoogde publiek bereiken met hun programmeringen.⁴ Voornamelijk het jongere publiek, dat steeds meer media online is gaan consumeren, is voor omroepen moeilijker bereikbaar geworden. Mede hierdoor kunnen de omroepen niet meer om de alomtegenwoordige aanwezigheid van

¹ Introductietekst *NOS: the series*: Geraadpleegd op 23 januari 2017. <https://lab.nos.nl/>

² Idem.

³ Vanuit de hoofdwebsite *nos.nl* werd aan het eind van nieuwsberichten met betrekking tot de verkiezingen verwezen naar *NOS: the series*. Ook vanuit het *NOS 20.00 uur Journaal* (uitzendingen op 4, 8 en 20 oktober, als ook op 1, 5 en 6 november 2016) werd door presentatoren verwezen naar het online platform.

⁴ Johannes Bardoel en Leen d'Haenens, "Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities: Practices and Reflections from the Netherlands," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14(3) (2008): 352.

commerciële internetplatforms, zoals YouTube, Facebook en Twitter, heen.⁵ Door deze ontwikkelingen moeten publieke omroepen op zoek naar strategieën waarmee zij enerzijds deze nieuwe mediavormen in kunnen zetten om hun publiek te bereiken, en anderzijds de publieke waarden te behouden.⁶

De formats die publieke omroepen produceren voor online doeleinden, waarbij sociale media een rol spelen, voldoen volgens Van Dijck & Poell aan een aantal typische kenmerken:

Formats culled from social media are typically programmed across platforms where they combine short texts, video-fragments, images, and audio. They tend to privilege brief forms and ephemeral links: tweets (140 characters), snippets (two- to three- minute videos on average), “likes” (intuitive evaluations), and snapshots (casual images).⁷

De auteurs beschrijven dit als innovatieve culturele vormen, die goed inpasbaar zijn bij formats die typisch zijn voor commerciële massamedia.⁸ Zij bespreken in deze context het concept *spreadability* van Jenkins, Ford en Green, als onderdeel van strategieën om sociale media aan te wenden voor het verspreiden van content met publieke waarden. Dit concept wordt door Jenkins et al. samengevat als de technologische en culturele potentie voor publieken om bepaalde content te delen en verspreiden voor hun eigen doeleinden.⁹ In hun werk gaan de auteurs uitgebreid in op mediastrategieën waarmee mediaproducten de praktijk van *spreadability* nastreven.

NOS: the series is een platform dat duidelijk beschikt over deze strategische kenmerken. Buiten de kaders van de website waarop de content werd geplaatst, werden de vele video's ook actief gedeeld via de officiële NOS-Facebookpagina (Figuur 1). De video's bestaan uit montages van videofragmenten, (bewerkte) foto's, tekst en

⁵ José van Dijck en Thomas Poell, “Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media,” *Television & New Media* 16(2) (2015): 149.

⁶ Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 160.

⁷ Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 154.

⁸ Van Dijck en Poell beschrijven hier bijvoorbeeld de inzet van sociale media platforms bij transmedia formats zoals *talentshows* op televisie. - Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 154.

⁹ Henry Jenkins, Sam Ford en Joshua Green, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (New York: New York University Press, 2013), 2.

geluidsfragmenten, met een lengte variërend van één tot drie minuten en worden op het platform begeleid door functionaliteiten die het delen van de content stimuleren.¹⁰



Figuur 1. Verspreiding van content *NOS: the series* via Facebook.¹¹

Dat de NOS haar nieuwsberichtgeving over een groot politiek *event* in deze vormt giet, sluit tevens aan bij ontwikkelingen die Henry Jenkins al in 2006 beschrijft. De auteur bepleit dat vanuit onder meer een steeds verdergaand proces van mediaconvergentie in de afgelopen decennia, politiek en populaire cultuur steeds sterker met elkaar verweven zijn geraakt. Zo wordt politieke nieuwsberichtgeving steeds vaker verpakt in vormgeving die sterk te associëren is met entertainment.¹² Deze combinatie is duidelijk terug te zien in de wijze waarop vorm is gegeven aan het platform *NOS: the series*.¹³

1.3 Probleemstelling

De wijze waarop de NOS een educatieve nieuwsfunctie toeschrijft aan het platform enerzijds, en de duidelijke ironiserende elementen in de content anderzijds, maken *NOS: the series* curieus. Volgens John Hartley hebben nieuws en entertainment verschillende *regimes of truth*, waarover de algemene opvatting bestaat dat een scheiding tussen deze twee regimes wenselijk is.¹⁴ Ook Mary Debrett onderschrijft het belang om publieke

¹⁰ Vanuit het platform beschikt iedere video over een functie waarmee de content direct kan worden gedeeld op de persoonlijke of Facebook- of Twitter-pagina van de individuele gebruiker.

¹¹ Een lijst van alle figuren is bijgevoegd in bijlage 3.

¹² Jenkins bespreekt in het hoofdstuk *The Daily Show*, waarin politieke thema's in de vorm van *parody* op ironische wijze worden behandeld. - Henry Jenkins, *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide* (New York: New York University Press, 2008), 219.

¹³ Los van de beschreven formats waarin de video's van *NOS: the series* zijn gegoten, is deze veronderstelling tevens gebaseerd op de opvallende interface van het platform *NOS: the series*, dat sterk lijkt op de interface van *Netflix*.

¹⁴ John Hartley, *Tele-Ology: Studies in Television* (New York: Routledge, 1992), 45.

nieuwscontent gescheiden te houden van commerciële invloeden.¹⁵ De grens tussen deze *regimes of truth* van feit en fictie lijkt op het platform *NOS the series* te vervagen.¹⁶

Omdat de NOS zich als publieke nieuwsomroep nadrukkelijk ten doel stelt om duidelijke journalistieke normen te hanteren¹⁷, is het relevant om te onderzoeken op welke wijze de NOS op het platform *NOS: the series* een alternatieve vorm geeft aan het nieuws. Een vergelijkende analyse, waarin wordt nagegaan hoe de nieuwsberichtgeving rond één en hetzelfde nieuwsevent, op verschillende NOS platforms is geconstrueerd, kan een antwoord bieden op de vraag welke consequenties het uitbreiden van de berichtgeving over een specifiek nieuwsevent naar een online platform, waarbij het nastreven van *spreadability* een rol speelt, heeft voor de wijze waarop de nieuwsberichtgeving wordt geconstrueerd. Deze vergelijkende analyse is uitgevoerd door te kijken naar de nieuwsberichtgeving van het *NOS Achtuurjournaal*¹⁸ en het platform *NOS: the series*. Daarbij staat het eerste verkiezingsdebat tussen Hillary Clinton en Donald Trump, op 26 september 2016, als nieuwsevent centraal.

Omdat de constructie van nieuws centraal staat in de analyse en omdat de NOS zich vasthoudt aan duidelijke traditionele publieke waarden, begin ik van daaruit ook de analyse door eerst de nieuwsitems van het *NOS Journaal* te analyseren. Aan de hand van de nieuwsberichtgeving van het journaal kan worden nagegaan hoe de nieuwsberichtgeving van het nieuwe platform *NOS: the series* zich hiertoe verhoudt. Daarbij ga ik in de wetenschappelijke positionering uit van relatief oudere theorieën van John Hartley en Stuart Hall, die de productie van nieuwsberichtgeving benaderen als een gestructureerd proces.¹⁹

Om de constructies van de nieuwsberichtgeving rond de verkiezingsdebatten te analyseren, is gebruik gemaakt van een inductieve framinganalyse. Daarmee is een antwoord gegeven op de centrale onderzoeksvraag: Welke consequenties heeft het

¹⁵ De begrippen “commercie” en “entertainment” zijn vanzelfsprekend niet precies hetzelfde, maar binnen deze context is te beargumenteren dat met “commerciële invloeden” wordt verwezen naar bepaalde vormen van entertainment. - Mary Debrett, “Riding the Wave: Public Service Television in the Multi-Platform Era,” *Media Culture & Society* 31(4) (2009): 7.

¹⁶ Hierop wordt in hoofdstuk 2.3 uitgebreider ingegaan.

¹⁷ Missie van de NOS: “Aan de hand van deze taken heeft de NOS zichzelf deze missie gesteld:

“De NOS stelt zich, als integraal onderdeel van de publieke omroep, tot doel de primaire informatiebron te zijn op het gebied van nieuws, sport en evenementen, zodat de Nederlandse burger beter in staat is te oordelen over ontwikkelingen in de wereld, waardoor hij zijn gedrag beter kan bepalen. De NOS hanteert hierbij de hoogste journalistieke eisen van zorgvuldigheid, betrouwbaarheid, ongebondenheid, pluriformiteit en objectiviteit. De NOS streeft ernaar deze informatie toegankelijk te maken via alle beschikbare media en voor alle maatschappelijke geleidingen.” - <https://over.nos.nl/organisatie/taken-visie>

¹⁸ Hierna beschreven als *NOS Journaal*.

¹⁹ Hierop wordt uitgebreid ingegaan in hoofdstuk 2.4.

spreadable maken van nieuwsberichtgeving rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat voor de wijze waarop het nieuws is geframed door de NOS op het platform *NOS: the series*?

Om de analyse gestructureerd uit te voeren zijn twee deelvragen geformuleerd:

Deelvraag 1.

Welke frames zijn dominant in de nieuwsberichtgeving van het *NOS Journaal* rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat en op welke wijze worden deze frames geconstrueerd?

Deelvraag 2.

Welke frames zijn dominant in de nieuwsberichtgeving van *NOS: the series* rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat en op welke wijze worden deze frames geconstrueerd?

Om tot een antwoord op de centrale onderzoeksvraag te komen, zijn na het beantwoorden van de bovenstaande deelvragen de vastgestelde dominante frames en de wijze waarop deze geconstrueerd zijn met elkaar in verband gebracht en vergeleken in een apart analysehoofdstuk (4.3).

1.4 Relevantie

Dit onderzoek geeft vanuit een kleine, specifieke casus inzicht in de wijze waarop de NOS experimenteert met nieuwe online mediavormen bij het uitoefenen van haar taak als publieke nieuwsomroep. Het beantwoorden van de centrale onderzoeksvraag kan inzicht geven in de wijze waarop de NOS haar nieuwscontent construeert om een specifiek publiek te bereiken dat zich hoofdzakelijk begeeft op sociale media platforms. Door het vergelijkende aspect in dit onderzoek wordt duidelijk hoe deze nieuwsconstructies zich verhouden tot de nieuwsconstructie die de NOS rond eenzelfde nieuwsevenement aan het publiek presenteert, via het traditionele televisiejournaal. Daarmee vormt dit onderzoek een actuele Nederlandse impressie binnen het grotere mediawetenschappelijke debat rond de uitdagingen en veranderingen waarmee

publieke omroepen wereldwijd te maken krijgen, door groeiende concurrentie van commerciële media platformen.²⁰

Daarnaast is onderzoek naar deze casus relevant vanwege de actuele ontwikkelingen met betrekking tot politieke nieuwsberichtgeving in de aanloop naar en in de nasleep van de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2016, waarin termen als “*fake news*” en “*alternative truths*” een belangrijk onderwerp van discussie zijn geweest en nog steeds zijn.²¹ Binnen deze discussie wordt beargumenteerd dat mensen steeds slechter in staat zijn om feiten en fictie van elkaar te scheiden binnen hun nieuwsconsumptie, mede door de stortvloed aan berichtgeving die wordt verspreid over sociale media platforms waartussen bewuste, misleidende informatie op de nieuwsagenda wordt gezet door belanghebbenden.²² Door deze ontwikkelingen krijgt het platform *NOS: the series* een extra curieuze context, vanwege de wijze waarop in de content de grens tussen feit en fictie lijkt te vervagen.

²⁰ Een voorbeeld dat illustreert dat deze ontwikkeling niet alleen binnen Europa wordt onderzocht is het artikel van Klein-Shagrir en Keinonen, die onderzochten hoe PSB-managers uit Israël en Finland de mogelijkheden en uitdagingen van nieuwe media platformen beschouwen, vanuit hun publieke waarden enerzijds en de digitale technologieën en praktijken anderzijds. - Oranit Klein Shagrir en Heidi Keinonen, “Public Service Television in a Multi-Platform Environment: A Comparative Study in Finland and Israel,” *Journal of European Television History & Culture* volume 3, (2014): 14-23.

²¹ Voorbeeld: NOS-artikel over het gevaar van nepnieuws in Nederland. - <http://nos.nl/artikel/2143953-nep-nieuws-op-internet-ook-in-nederland-potentieel-gevaarlijk.html>

²² Voorbeeld: NOS-artikel over invloed van nepnieuws op verkiezingsuitslag Amerika. - <http://nos.nl/artikel/2143615-auteur-nep-nieuws-verdient-10-000-dollar-per-maand-en-heeft-spijt.html>

2. Theoretisch kader

2.1 Publieke omroepen in transitie

Het feit dat de NOS experimenteert met nieuwe online mediavormen in commerciële omgevingen sluit aan op het mediawetenschappelijke debat rond nationale publieke omroepen die onder druk van financiële bezuinigingen en door toenemende digitalisering, op zoek moeten naar nieuwe manieren om hun publieke taken te vervullen en zich te legitimeren als waardevol. Hierover wordt wereldwijd geschreven door academici.²³ In deze paragraaf worden echter uitsluitend auteurs besproken die zich richten op deze transitie bij Europese publieke omroepen en ook specifiek op de Nederlandse publieke omroep.

Het huidige proces van digitalisering en commercialisering van Europese publieke omroepen is al 30 jaar geleden in gang gezet met onder meer de komst van kabel- en satelliettelevisie en Teletekst.²⁴ Bardoel & d’Haenens beschrijven daarnaast hoe sinds de jaren ‘80 structurele veranderingen in de televisiemarkt werden gestimuleerd door een liberaal beleid op zowel nationaal als Europees niveau, waarmee commerciële televisiezenders opkwamen. Daarmee ontstond een duale broadcastmarkt waarin publieke omroepen te maken kregen met concurrentie, wat een grote impact had op de programmacontent: “Commercial channels and independent producers presented new, hybrid programme formats, blurring the formerly sacred boundaries between information and entertainment and between fact and fiction.”²⁵

De opkomst van deze duale broadcastmarkt ging gepaard met een opkomende multimedia programmering waarin sinds de jaren ‘90 verschillende platforms (internet en televisie) met elkaar worden gecombineerd. Dit maakte het in toenemende mate mogelijk om content te publiceren die voor iedereen met een internetverbinding toegankelijk was. Bardoel & d’Haenens beschrijven deze ontwikkeling als de basis voor een veranderde mediaconsumptie door het publiek, waaronder zij ook het Nederlandse rekenen. Een belangrijke ontwikkeling daarbij is dat voornamelijk onder jongeren computer gerelateerde mediaconsumptie sterk is toegenomen ten opzichte van het kijken naar analoge televisie.²⁶

²³ Zie eerdere illustratie naar het werk van Shagrir en Keinonen.

²⁴ Bardoel en d’Haenens, “Public Service Broadcasting,” 351.

²⁵ Bardoel en d’Haenens, “Public Service Broadcasting,” 352.

²⁶ Idem.

In hun artikel, dat stamt uit 2008, concluderen Bardoel & d’Haenens dat de publieke omroepen hun publiek zullen moeten volgen door crossmediale strategieën en nieuwe genres te ontwikkelen die beantwoorden aan de behoefte aan participatie en sociale integratie van het publiek.²⁷ Mary Debrett gaat nadrukkelijker in op deze ontwikkelingen en beschrijft hoe omroepen interactieve, *on-demand mediaservices* zijn gaan ontwikkelen, verspreid over diverse platforms. Daarmee pogen zij nieuwe relaties aan te gaan met het publiek dat niet langer alleen een kijker is, maar ook een gebruiker en producent.²⁸

In het kader van deze ontwikkelingen is het anno 2017 zinvol om het meer recente werk van Van Dijck & Poell te bespreken.²⁹ Zij gaan uitgebreid in op de uitdagingen die de opkomst van sociale media meebrengen voor publieke omroepen en hoe de traditionele principes van publieke omroepen onder deze omstandigheden opnieuw gedefinieerd moeten worden.³⁰ Evenals Bardoel & d’Haenens, die constateren dat sinds de jaren ’90 al sprake is van een proces waarin commerciële principes ervoor zorgen dat in televisiecontent de grenzen tussen feit en fictie vervagen, bespreken ook Van Dijck & Poell de implicaties van toenemende commerciële invloeden (sociale media platforms) op de content van publieke omroepen.³¹

Van Dijck & Poell beschrijven hoe wereldwijd sociale media geleidelijk zijn geïntegreerd in broadcasttelevisie: “Tweets, likes, and favorites are becoming a vital part of television’s sound bite and celebrity culture, while the tube itself gets extended by second screen applications.”³² De auteurs gaan in op de vraag hoe deze toenemende integratie van sociale media invloed heeft op publieke omroepen in Nederland en Groot-Brittannië. Enerzijds willen de omroepen profiteren van functionaliteiten die sociale media bieden, zoals toegankelijke publieksparticipatie waarmee zij de aansluiting met het voornamelijk jongere publiek nastreven.³³ Anderzijds dwingt het de omroepen echter mee te gaan met de sterke commerciële principes van programmering,

²⁷ Bardoel en d’Haenens, “Public Service Broadcasting,” 353.

²⁸ Debrett, “Riding the Wave,” 1.

²⁹ Bardoel en d’Haenens beschrijven dat de multimediale praktijken van publieke omroepen anno 2008 nog weinig inventief zijn en dat de online content voornamelijk bestaat uit “gerycled” materiaal van televisie-uitzendingen. De auteurs bepleiten dat de nieuwe-mediastrategieën voornamelijk “*technology driven*” zijn, en in mindere mate gericht op specifieke behoeften van het publiek. Dit maakt het artikel op dat gebied, binnen de context van mijn onderzoek, gedateerd – Bardoel en d’Haenens, “Public Service Broadcasting,” 354.

³⁰ Bardoel en d’Haenens gaan hier in hun artikel ook op in door een transitie van “Public Service Broadcasting” naar “Public Service Media” te beschrijven. – Bardoel en d’Haenens, “Public Service Broadcasting,” 357.

³¹ Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 148.

³² Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 149.

³³ Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 151.

populariteit, connectiviteit en *big data* die worden ingezet door grote mediabedrijven zoals Facebook en Twitter.³⁴

Volgens Debrett zet deze commercialisering van digitale publieke mediaomgevingen de traditioneel geformuleerde publieke waarden van publieke omroepen onder druk, met name met betrekking tot nieuwscontent van de omroepen.³⁵ Debrett benadrukt het belang om de publieke nieuwsvoorziening gescheiden te houden van commerciële invloeden: “As the flagship of most PSBs, trusted news is particularly crucial to channel brands, thus the motivation to quarantine news integrity from commercial influence is arguably stronger in the digital era.”³⁶ Van Dijck & Poell beschrijven dit spanningsveld daarom als een uitdaging voor publieke omroepen. Deze moeten volgens de auteurs strategieën bedenken om content van publieke waarde te creëren en aan te bieden buiten de traditionele publieke ruimten³⁷, zonder daarbij de publieke kernwaarden en taken uit het oog te verliezen. Binnen de context van zulke strategieën bespreken zij het concept *spreadability* van Jenkins, Ford & Green.³⁸

2.2 *Spreadability* als strategie voor de NOS

In het boek *Spreadable Media* bespreken Jenkins et al. hoe in het medialandschap een verschuiving van distributie naar circulatie plaatsvindt, waarmee publieksparticipatie wordt vergroot. Het publiek bestaat volgens hen steeds meer uit actieve vormgevers en delers van content.³⁹ Het concept *spreadability* wordt door de auteurs als volgt gedefinieerd: “‘Spreadability’ refers to the potential, both technical and cultural, for audiences to share content for their own purposes, sometimes with the permission of rights holders, sometimes against their wishes.”⁴⁰ Jenkins et al. beschrijven een aantal elementen die actieve verspreiding door gebruikers over verschillende mediaplatformen stimuleren. Enerzijds zijn dat technologische functionaliteiten zoals de

³⁴ Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 149.

³⁵ Debrett pleit dat publieke nieuwscontent de content is die het meest aan hergebruik onderhevig is doordat omroepen het verspreiden via diverse online platformen. Dit is een financiële strategie omdat de omroepen de content zo in een nieuwe omgeving met advertenties kunnen plaatsen. - Debrett, “Riding the Wave,” 7.

³⁶ Debrett, “Riding the Wave,” 7.

³⁷ Hiermee doelen de auteurs op de traditionele publieke kanalen binnen radio, televisie en eigen online-omgevingen. Het platform *NOS: the series* is te beschouwen als zo’n eigen online-omgeving, met als belangrijk doel om de content juist vanuit deze eigen omgeving te verspreiden over sociale media platforms.

³⁸ Van Dijck en Poell, “Making Public Television Social?,” 160.

³⁹ Jenkins, Ford en Green beschrijven verschillende typen inhoud voor content, die actieve verspreiding door gebruikers stimuleren. Ze onderscheiden hierin de categorieën shared fantasies, humor, parody & references, unfinished content, mystery, timely controversy en rumors. - Jenkins, Ford en Green, *Spreadable Media*, 202.

⁴⁰ Jenkins, Ford en Green, *Spreadable Media*, 2.

toegankelijkheid van de content en de mogelijkheid deze te delen met anderen.⁴¹ Anderzijds zijn dit culturele thema's die de content bevat. Daarin onderscheiden de auteurs de categorieën *shared fantasies, humor, parody & references, unfinished content, mystery, timely controversy* en *rumors*.⁴²

Dat Van Dijck & Poell verwijzen naar het concept *spreadability* hangt samen met de opvatting die zij beschrijven over de mogelijkheden van publieke omroepen om publieke waarden te verspreiden. Traditioneel functioneren publieke omroepen niet alleen als makers van publieke programma's maar ook als promotors en faciliteerders van publieke waarden, buiten hun institutionele kaders.⁴³ Vanuit dit idee beschouwen Van Dijck & Poell nieuwe, commerciële sociale media platforms juist als een mogelijkheid om publieke waarden te verspreiden: "The power of 'spreadable media' (...) lies in their ability to promote audience engagement and push public value content through the transnational flows of media circulation."⁴⁴ Daarbij benadrukken de auteurs dat er een uitdaging ligt bij het waarborgen van de publieke kernwaarden die horen bij een publieke omroep.⁴⁵

Deze wetenschappelijke perspectieven laten zien in welk spanningsveld het platform *NOS: the series* zich bevindt. De content van dit platform bevindt zich niet alleen binnen de publieke kaders van het platform zelf maar werd in de aanloop naar de Amerikaanse presidentsverkiezingen ook actief gedeeld via de officiële NOS-Facebookpagina. Via deze pagina werden de video's duizenden keren bekeken en gedeeld door gebruikers waarbij ook veelvuldig *comments* werden geplaatst bij de video's.⁴⁶ De content en technologische functionaliteiten van *NOS: the series* zijn duidelijk ingericht met het doel de content deelbaar te maken. Gesteld kan worden dat de NOS daarmee een belangrijk beroep doet op de inzet van commerciële sociale media, om met *NOS: the series* als een verlengstuk van het *NOS Journaal* een specifiek online publiek te bereiken.

⁴¹ Jenkins, Ford en Green, *Spreadable Media*, 198.

⁴² Deze categorieën zullen een rol spelen in het analysehoofdstuk. - Jenkins, Ford en Green, *Spreadable Media*, 202.

⁴³ Van Dijck en Poell, "Making Public Television Social?," 160.

⁴⁴ Van Dijck en Poell, "Making Public Television Social?," 160.

⁴⁵ De auteurs beschrijven het belang om rekening te houden met het feit dat er binnen zulke mediaomgevingen nooit een garantie is dat publieke waarden neutraal worden weergegeven: "Of course, the 'spreadability' of content never guarantees a neutral transmission of public value because the ecosystem as a whole is principally inflected by corporate and algorithmic mechanisms." Zij gaan daarbij uit van door de European Broadcasting Union (EBU 2012) geformuleerde waarden: "*universality, independence, excellence, diversity, accountability, innovation.*" - Van Dijck en Poell, "Making Public Television Social?," 159, 160.

⁴⁶ Facebookpagina NOS: "Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle?" Geraadpleegd op 23 januari 2017.
<https://www.facebook.com/nos/videos/bc.AboQUaINGB>

Om te begrijpen welke implicaties deze strategie van de NOS heeft voor de wijze waarop het nieuws in de items van *NOS: the series* is geframed, zal ik me in de analyse focussen op de manier waarop de NOS het nieuws op verschillende platforms construeert. Vervolgens ga ik in op de vraag hoe deze constructies zich verhouden tot de beschreven culturele ideeën over *spreadability* die Jenkins et al. beschrijven.

Om de nieuwscontent van *NOS: the series* te verspreiden is de content van dat platform vormgegeven volgens conventies die passen bij een commerciële online mediacultuur. De items bestaan uit een samenstelling van beeldfragmenten, teksten, muziek, foto's en animaties en hebben hierdoor sterke raakvlakken met het fenomeen *mashup* dat wordt beschreven door Kessler & Schäfer. Zij bespreken hoe mediaproducten nieuwe formats creëren door uiteenlopende data van verschillende webapplicaties te "*mashen*".⁴⁷ Dit begrip zal in de analyse verder aan bod komen en zal worden ingezet om illustratieve voorbeelden te duiden.

De items op het platform *NOS: the series* vertonen ironiserende nieuwselementen die nadrukkelijk met entertainment kunnen worden geassocieerd. De NOS schrijft zelf echter een educatieve en verdiepende functie toe aan *NOS: the series* en presenteert het platform als een verlengstuk van het journaal.⁴⁸ Het op deze wijze presenteren van nieuwscontent roept de vraag op wat de consequenties zijn voor de wijze waarop het nieuws wordt geconstrueerd door de NOS op het platform *NOS: the series*, ten opzichte van het nieuws in het journaal.

Vanuit de besproken theorieën met betrekking tot de transitie waarin publieke omroepen zich begeven en de nieuwe strategieën en content vormen die zij daarbij inzetten, is *NOS: the series* te beschouwen als een nieuwe vorm om een online publiek te bereiken met politieke thema's. Daarom is het relevant om in te gaan op het werk van Henry Jenkins, die uitgebreid ingaat op de veranderende relatie tussen politiek en populaire cultuur.

⁴⁷ Kessler en Schäfer definiëren *mashup* als volgt: Mashups (...) make available combinations of material from various services organized according to specific zones of interest in ways that the original platforms do not provide. Reversing, in a certain sense, commercial enterprises' practice of opening their own channels on YouTube as an additional distribution outlet, mashup websites comb through all sorts of collections of material and make selections targeted towards relatively well-defined groups of users. - Frank Kessler en Mirko T. Schäfer, "Navigating YouTube: Constituting a Hybrid Information Management System," in *The Youtube Reader*, ed. Pelle Snickars en Patrick Vonderau. (Stockholm: National Library of Sweden, 2009), 286.

⁴⁸ De introductietekst van de NOS voor *NOS: the series*: "De Amerikaanse verkiezingen beleef je dit jaar op een andere manier. Via *NOS: The series* krijg je een dagelijkse stroom video's die jou leert de verkiezingen begrijpen. We vertellen verhalen en leggen verbanden naar aanloop van de Amerikaanse verkiezingen over Hillary Clinton, Donald Trump, hun campagnes en debatten. Aangevuld met de onmisbare kijk hierop van onze mensen in Amerika. Beleef het mee. Clinton versus Trump. De weg naar het witte huis in vijf verschillende series." - <https://lab.nos.nl/>

2.3 Popularisatie van politiek & Regimes of truth

Het feit dat de NOS een platform als *NOS: the series* opzet en daarmee uitgebreid toewerkt naar een groot politiek *event*, sluit aan bij de ontwikkelingen die Henry Jenkins al in 2006 beschrijft. De auteur bespreekt hoe de relaties tussen politiek en populaire cultuur zijn veranderd in de afgelopen decennia. Hij bepleit dat er een steeds sterkere parallel tussen deze twee categorieën zichtbaar is waarin consumptie en burgerschap met elkaar verweven raken. Volgens Jenkins beïnvloedt populaire cultuur de manier waarop politieke campagnes kiezers proberen te trekken en tegelijk ook de manier waarop het publiek omgaat met het politieke discours.⁴⁹

Jenkins stelt dat we de vermenging van populaire cultuur en politiek kunnen begrijpen als een strategie om specifieke *communities* te bereiken met het onderwerp politiek, door politieke thema's te verpakken in vormen die culturele conventies dragen die aansluiten bij de interesses van het publiek dat bereikt moet worden.⁵⁰ *NOS: the series* is in dit licht te beschouwen als een strategie van de NOS om haar doelgroep te bereiken met thema's omtrent de Amerikaanse politiek, in een omgeving van sociale media. Een vergelijkbare functie wordt door Jenkins toegeschreven aan het Amerikaanse televisieprogramma *The Daily Show*, een parodiërend programma dat nieuws en entertainment met elkaar vermengt om een voornamelijk jong publiek te bereiken met politieke thematiek, waaraan de auteur een democratiserende functie koppelt.⁵¹

Jenkins gaat in zijn betoog in op het boek *Tele-ology* van John Hartley. Daarin beschrijft Hartley dat nieuws en entertainment verschillende *regimes of truth* bevatten die bepalen op welke manier informatie wordt gerepresenteerd en hoe deze wordt geïnterpreteerd.⁵² Jenkins voegt toe dat in dit kader de conventies van nieuws het publiek geruststellen met het idee dat het nieuws alle informatie verstrekt dat het publiek nodig heeft om de wereld op een eerlijke en gebalanceerde manier te kunnen beschouwen. In tegenstelling tot nieuws, brengt entertainment een ander regime of truth teweeg: "On the other hand, docudrama and parody programs invite audience

⁴⁹ Jenkins, *Convergence Culture*, 219.

⁵⁰ Ter illustratie beschrijft Jenkins First Amendment-groepen die inspelen op de interesse van jongeren voor Harry Potter, en "fan-vriendelijke" kerken die jongeren uitnodigen te discussiëren over film en televisieseries, met als doel hun congregatie onderscheidend te maken. - Jenkins, *Convergence Culture*, 219.

⁵¹ Jenkins bespreekt verschillende Amerikaanse onderzoeken die lieten zien dat jongeren die de politiek via *The Daily Show* volgden, beter geïnformeerd waren over de inhoudelijke aspecten van politieke ontwikkelingen. - Jenkins, *Convergence Culture*, 236.

⁵² Hartley, *Tele-Ology*, 45-63.

skepticism because the balance between these⁵³ competing regimes of truth are unstable and fluid.”⁵⁴

Het onstabiele en fluïde karakter dat Jenkins toeschrijft aan *parody programs*, creëert volgens de auteur een ruimte waarin kijkers worden geconfronteerd met een mix van traditionele journalistieke conventies en parodie. De grens tussen feit en fictie vervaagt en dat zorgt ervoor dat de kijker voornamelijk vragen krijgt opgeworpen in plaats van dat er antwoorden worden gegeven. Hierover besluit Jenkins: “In such spaces, news is something to be discovered through active hashing through of competing accounts rather than something to be digested from authoritative sources.”⁵⁵

Dit laatste citaat is illustratief voor de curiositeit van de casus die in mijn onderzoek centraal staat. Hoewel vanuit de kernwaarden van het meer traditionele *NOS Journaal* een duidelijke scheiding tussen feit en fictie als wenselijk kan worden beschouwd, lijkt er op het nieuwe platform *NOS: the series* juist sprake van een duidelijke vervaging van de grens tussen feit en fictie.⁵⁶ Dit wordt gesterkt door de wijze waarop de *NOS NOS: the series* nadrukkelijk presenteert als een platform met een (publieke) leerfunctie waarop de gebruiker informatieve verdieping vindt.⁵⁷

2.4 Het nieuws als gestructureerd proces

Om *NOS: the series* als nieuw fenomeen te begrijpen kijk ik in eerste instantie naar het “oude”, door te beginnen met een nieuwsanalyse vanuit het *NOS Journaal*, om vervolgens naar *NOS: the series* te kijken. Omdat de *NOS* als publieke nieuwsomroep nadrukkelijk vasthoudt aan traditionele publieke waarden, is het logisch om hier de analyse ook te beginnen. Om de theoretische positionering voorafgaand aan de analyse

⁵³ De twee duidelijkst van elkaar te onderscheiden *regimes of truth* zijn volgens Hartley *factual* en *fictional*. Vandaag de dag zorgt de populariteit van content met een entertainment karakter eerder voor een vervaging van de grenzen tussen deze twee regimes. – Hartley, *Tele-Ology* 45.

⁵⁴ Jenkins, *Convergence Culture*, 238.

⁵⁵ De auteur beschouwt dit tevens als een positieve, democratiserende eigenschap van parody. - Jenkins, *Convergence Culture*, 238.

⁵⁶ Missie van de *NOS*: “Aan de hand van deze taken heeft de *NOS* zichzelf deze missie gesteld:

“De *NOS* stelt zich, als integraal onderdeel van de publieke omroep, tot doel de primaire informatiebron te zijn op het gebied van nieuws, sport en evenementen, zodat de Nederlandse burger beter in staat is te oordelen over ontwikkelingen in de wereld, waardoor hij zijn gedrag beter kan bepalen. De *NOS* hanteert hierbij de hoogste journalistieke eisen van zorgvuldigheid, betrouwbaarheid, ongebondenheid, pluriformiteit en objectiviteit. De *NOS* streeft ernaar deze informatie toegankelijk te maken via alle beschikbare media en voor alle maatschappelijke geleidingen.” - <https://over.nos.nl/organisatie/taken-visie>

⁵⁷ Deze legitimering van het platform als educatief gebeurde niet alleen middels de eerder beschreven tekst bij het platform, maar ook vanuit de hoofdwedite *nos.nl* werd aan het eind van nieuwsberichten met betrekking tot de verkiezingen verwezen naar *NOS: the series*. Ook vanuit het *NOS 20.00 uur Journaal* (uitzendingen op 4, 8 en 20 oktober, als ook op 1, 5 en 6 november 2016) werd door presentatoren verwezen naar het online platform.

te beschrijven, ga ik uit van relatief oudere wetenschappelijke werken van John Hartley en Stuart Hall.

In het kader van de eerder beschreven *regimes of truth*, stelt Hartley dat voor zij die het nieuws maken, “de waarheid” de status heeft van een professionele ideologie. Karakteristiek daarbij is dat journalisten de waarheid beschouwen als feitelijk.⁵⁸ De auteur beschrijft echter hoe waarheden juist discursief bestaan en tot stand komen tijdens het proces van interpretatie: “This is what makes the politics of reading so important, since a truth is not produced by the mere act of utterance, by whatever authority, in whatever medium. Truth is produced in the act of reading.”⁵⁹ De wijze waarop een tekst gelezen wordt hangt volgens Hartley samen met het culturele referentiekader van de lezer. In lijn met deze opvatting zegt hij over het nieuws: “The fatal premise of news is this: that it simply imitates reality or nature; it is transparent, representational and unconstructed.”⁶⁰

Op basis van deze opvattingen is het logisch om in te gaan op het werk van Stuart Hall, die evenals Hartley, nieuwsproductie beschouwd als een gestructureerd proces. Hall beschrijft het vormgeven van een nieuwsuitzending door *broadcasters* als een gestructureerd proces omdat de makers van nieuws in dit proces continu keuzes maken en selecteren.⁶¹ De auteur beargumenteert dat nieuwsmedia gebeurtenissen voor het publiek interpreteren en voorzien van definities, waarmee de nieuwsuitzending een gecodeerde representatie van de realiteit vormt.⁶² Het concept consensus speelt daarbij een centrale rol. Nieuwsmakers zijn in het proces van definiëring continu op zoek naar de consensus, volgens Hall het breedst gedeelde perspectief van “objectiviteit” onder het publiek: “The broadcaster takes-for-granted consensual background knowledge and frames of reference in the audience.”⁶³

Vanuit deze zienswijze van Hall is nieuwsberichtgeving te beschouwen als een constructie. Door de focus te richten op de wijze waarop specifieke nieuwsitems door de NOS zijn gecodeerd, kan duidelijk worden welke definitie de nieuwsomroep heeft

⁵⁸ Hartley, *Tele-Ology*, 46.

⁵⁹ Hartley, *Tele-Ology*, 52.

⁶⁰ Idem.

⁶¹ Het gevolg van dit proces van selectie en representatie is volgens Hall dat de nieuwsuitzending zo bepaalt wat er op de nieuwsagenda komt. De auteur beschrijft dit niet als een partijdige positie, maar beschouwt dit als een onvermijdelijke werkwijze van nieuwsmedia. - Stuart Hall, “The Structured Communication of Events,” in *Society and the Social Sciences: An Introduction*, ed. David Potter. (New York: Routledge, 1989), 273-274.

⁶² Hall, “Structured Communication of Events,” 276.

⁶³ Hall, “Structured Communication of Events,” 277.

gegeven aan het nieuws rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat. Stephen D. Reese beschrijft het begrip framing als gelijk aan Hall's idee van het definiëren van het nieuws.⁶⁴ Om deze definities te analyseren is het daarom nuttig om gebruik te maken van een framinganalyse, waarbij culturele waarden vanuit een kwalitatieve benadering worden vastgesteld en geanalyseerd. Daarom maak ik in dit onderzoek gebruik van een model voor framinganalyse dat is beschreven door Baldwin van Gorp.⁶⁵

Samengevat is *NOS: the series*, in het licht van het beschreven proces waarin publieke omroepen zich buiten hun traditionele kaders opnieuw moeten legitimeren als waardevol, te beschouwen als een platform dat onderdeel uitmaakt van een set van strategieën waarin *spreadability* een belangrijke rol speelt. Hierbij worden de Amerikaanse verkiezingsdebatten als een belangrijk politiek *event* in een online vorm gegoten die beschikt over kenmerken die nadrukkelijk met entertainment te associëren zijn. Om duidelijk te krijgen welke consequenties het *spreadable* maken van deze politieke nieuwsberichtgeving heeft voor de wijze waarop het nieuws is geframed door de NOS, vormt het uitvoeren van een vergelijkende framinganalyse een passende methode. Door eerst te analyseren welke frames op welke wijze tot stand komen in het meer traditionele *NOS Journaal* en door vervolgens deze analyse ook toe te passen op nieuwsitems van *NOS: the series*, is het mogelijk de totstandkoming van frames op deze beide platforms met elkaar te vergelijken. Daarmee kan een genuanceerd antwoord worden gegeven op de centrale onderzoeksvraag.⁶⁶

⁶⁴ Stephen D. Reese, "Prologue - A Bridging Model for Media Research," in *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, ed. Stephen D. Reese et al. (Mahwah, New Jersey: Taylor & Francis e-Library, 2008), 11.

⁶⁵ Van Gorp beschrijft een model voor framinganalyse waarin culturele referenties centraal staan. Hierop wordt uitgebreid ingegaan in het methodehoofdstuk.

⁶⁶ Centrale onderzoeksvraag: Welke consequenties heeft het *spreadable* maken van nieuwsberichtgeving rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat voor de wijze waarop het nieuws is geframed door de NOS op het platform *NOS: the series*?

3. Methode

In dit hoofdstuk staat de onderzoeksmethode centraal waarmee de analyse van nieuwsitems uit het *NOS Journaal* en van het platform *NOS: the series* is uitgevoerd. Hier wordt eerst ingegaan op de benadering van framing als concept en de wijze waarop framing kan worden geanalyseerd. Daarbij wordt de keuze voor deze methodiek verantwoord. Vervolgens worden alle uitgevoerde stappen in het proces van selectie en analyse van de nieuwsitems toegelicht.

3.1 Inductieve analyse: de reconstructie van frames

De gehanteerde methode in dit onderzoek is een framinganalyse, waarmee onderzocht kan worden hoe specifieke kwesties worden gedefinieerd in nieuwsberichtgeving. Framing is niet uitsluitend een concept dat wordt gehanteerd binnen de communicatiewetenschap. Het concept kent volgens Baldwin van Gorp ook sterke raakvlakken met *mediastudies*. Hij benadert frames met hun eigen logica en betekenis als losstaand van het individuele en benadrukt juist hun connectie met cultuur.⁶⁷ Deze constructivistische benadering van framing is geschikt voor mijn analyse omdat het uitgaat van *framebuilding* door nieuwsmedia als een actief proces. Er wordt rekening gehouden met het feit dat nieuwsmakers niet alleen nieuwswaarden toekennen aan het nieuws, maar ook generieke culturele thema's gebruiken bij het definiëren ervan.⁶⁸

Van Gorp verwijst in zijn werk naar Stuart Hall, die cultuur beschrijft als een basis om kennis, betekenis en begrip van de buitenwereld te vormen.⁶⁹ In de context van framing betekent dit volgens Van Gorp dat een gedeeld repertoire van frames binnen een cultuur de koppeling vormt tussen nieuwsproductie en nieuwsconsumptie:

Framing refers, on the one hand, to the typical manner in which journalists shape news content within a familiar frame of reference and according to some latent structure of meaning and, on the other hand, to the audience who adopts these frames and sees the world in a similar way as the journalists do.⁷⁰

⁶⁷ Baldwin van Gorp, "The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In," *Journal of Communication* 57(2007): 61.

⁶⁸ Van Gorp legt de werking van culturele frames als volgt uit: "(...) culturally embedded frames form universally understood codes that implicitly influence the receiver's message interpretation, which lends meaning, coherence, and ready explanations for complex issues." - Van Gorp, "The Constructionist Approach," 87, 88.

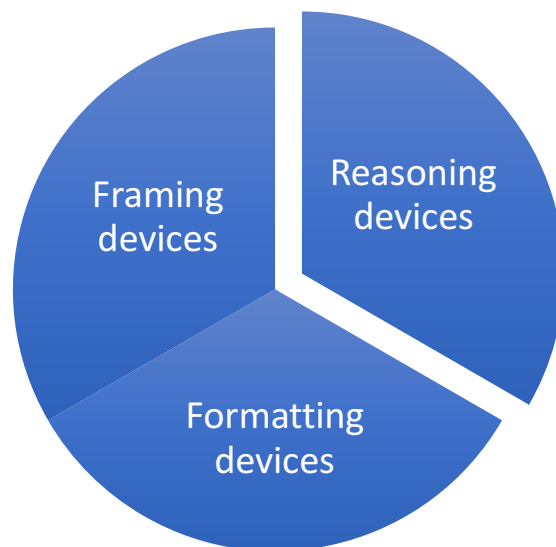
⁶⁹ Idem.

⁷⁰ Van Gorp, "The Constructionist Approach," 62.

Om te onderzoeken welke koppelingen frames hebben met bepaalde culturele elementen, is het nodig om frames op een gestructureerde wijze te reconstrueren. Een geschikte methode hiervoor is een inductieve framinganalyse. In framinganalyses wordt vaak juist gebruik gemaakt van een deductieve analyse, waarbij voornamelijk wordt geteld hoeveel elementen in nieuwsberichtgeving passen binnen vooraf gedefinieerde, generieke frames.⁷¹ Voor mijn onderzoek is het echter nodig om na te gaan hoe specifieke frames zijn opgebouwd, omdat vergeleken wordt hoe de NOS rond één en hetzelfde *event* verschillende nieuwsverhalen construeert. Daarom is het uitvoeren van een inductieve analysemethode een passende methode. Hiervoor zal ik gebruik maken van de inductieve methode voor framinganalyse die Van Gorp beschrijft.

De methode van Van Gorp is gefocust op nieuwsframes die cultureel gedeelde noties met een symbolische waarde uitdragen. Voorbeelden hiervan zijn stereotyperingen, toekenning van waarden, het beschrijven van archetypes, mythes en narratieven.⁷² Om frames te ontleden is het volgens Van Gorp noodzakelijk om frames te beschouwen als zogenaamde *frame packages* (Figuur 2).

Elk gereconstrueerd frame bestaat uit een *frame package*, een structuur van *framing devices*, *formatting devices* en een logische keten van *reasoning devices* die samen aantonen hoe een frame functioneert als representatie van een bepaald onderwerp.⁷³



Figuur 2. *Frame package* gevisualiseerd.

⁷¹ Baldwin van Gorp, "Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis," in *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, ed. Paul D'Angelo en Jim A. Kuypers. (Florence: Taylor and Francis, 2010), 91.

⁷² Van Gorp, "Taking subjectivity out of Framing Analysis," 85.

⁷³ Van Gorp, "Taking subjectivity out of Framing Analysis," 91.

Tekstuele elementen die functioneren als indicatoren van het frame zijn de *framing devices*. Daaronder vallen metaforen, historische voorbeelden waaruit lessen zijn getrokken, *catchphrases* en afbeeldingen. Andere *framing devices* die Van Gorp beschrijft zijn thematisch van aard zoals subthema's, typering van actoren, acties en omgevingen, causale verbanden, contrasten, woordelijke samenstellingen, bronnen, kwantificaties en statistieken, die allemaal bijdragen aan het narratief en de retorische structuur van een tekst.⁷⁴

Naast deze *framing devices* onderscheidt Van Gorp nog een categorie van elementen die de aard van de tekst bepalen, en die een rol spelen in de wijze waarop de kijker de tekst kan lezen. Deze noemt hij *formatting devices*. Voorbeelden hiervan zijn het aantal voorkomende woorden en foto's, de lay-out van een tekst en de montage van een audiovisuele productie.⁷⁵ Voor mijn analyse is het relevant om de *formatting devices* als een aparte categorie te beschrijven, aangezien het onderzoeksmateriaal uit audiovisuele producties bestaat. In de analyse heb ik specifiek gelet op de wijze waarop montage is geconstrueerd en welke visuele elementen (foto's en filmfragmenten) daarbij een prominente rol spelen in de constructie van de frames.

De reasoning devices refereren volgens Van Gorp aan de definiërende functies van frames die een causale redenering kunnen oproepen bij de kijker, wanneer een issue wordt geassocieerd met een specifiek frame.⁷⁶ Het belangrijkste verschil tussen *framing devices* en *reasoning devices* is dat de *reasoning devices* niet expliciet worden verwerkt in een gemedieerde boodschap:

During the interpretation of the message, when a mental connection is made between the text, the frame, and the individual schema, the reader may come up with causal inferences that are in line with the reasoning devices.⁷⁷

Een voorbeeld van hoe een *frame package* in elkaar kan zitten is geïllustreerd in Figuur 3. Het beschreven *framing device* betreft een zin uit een presentatietekst van het televisiejournaal, waarin een historische gebeurtenis wordt gebruikt om het politieke debat te duiden. Tegelijk is een historisch beeldfragment, een *formatting device*, te zien

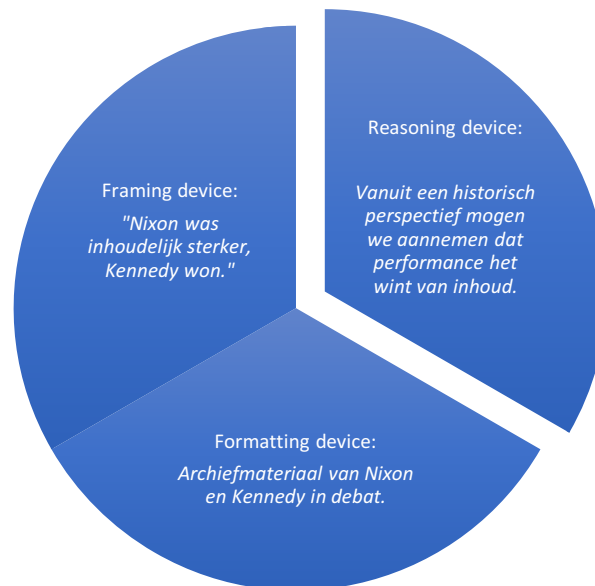
⁷⁴ Van Gorp, "Taking Subjectivity out of Framing Analysis," 91.

⁷⁵ Idem.

⁷⁶ Idem.

⁷⁷ Idem.

waarin Nixon en Kennedy met elkaar debatteren. Dit fragment ondersteunt de gesproken woorden. De kijker kan deze elementen interpreteren als een veronderstelling dat de geschiedenis leert dat performance zwaarder weegt dan inhoud.



Figuur 3. Voorbeeld van een gereconstrueerd *frame package*.

3.2 Stappen in de analyse en het onderzoeksmateriaal

Om na te gaan hoe frames worden geconstrueerd in specifieke mediateksten, beschrijft Van Gorp vier stappen van analyse.⁷⁸ Allereerst is het onderzoeksmateriaal verzameld. Het geselecteerde onderzoeksmateriaal bestaat in dit onderzoek uitsluitend uit audiovisuele producties. In deze analyse zijn items van het *NOS Journaal* met betrekking tot het eerste verkiezingsdebat tussen Hillary Clinton en Donald Trump, op 26 september 2016, geanalyseerd, evenals items rondom dit evenement van het platform *NOS: the series*. In totaal zijn twee items van het journaal geanalyseerd en vier items van *NOS: the series* (Bijlage 1).⁷⁹ Deze afbakening van onderzoeksmateriaal is gekozen omdat de berichtgeving rond dit specifieke evenement vanuit *NOS: the series* het sterkst is gekoppeld aan de nieuwsagenda van het journaal. Andere content van *NOS: the series* is meer opzichzelfstaand en maakt een vergelijkende framinganalyse tussen deze twee NOS-platforms moeilijker.

⁷⁸ Van Gorp, "Taking Subjectivity out of Framing Analysis," 94-97.

⁷⁹ Het *NOS Journaal* besteedde in twee verschillende uitzendingen aandacht aan het debat, op de avond voorafgaand aan het debat en op de avond na afloop van het debat. Gezien de relatief korte lengtes van de items op *NOS: the series* is ervoor gekozen hier vier items van te selecteren om een gelijkwaardige hoeveelheid data te analyseren.

Hierna zijn de verzamelde teksten open gecodeerd. Tijdens deze tweede stap in het analyseproces is gekeken naar indicatoren in de tekst die kunnen bijdragen aan de wijze waarop de kijker de tekst interpreteert. Belangrijk in dit proces van coderen is om niet te focussen op de vraag waar de tekst over gaat, maar op hoe het verhaal verteld is.⁸⁰

De derde stap is het vaststellen van terugkerende thema's door de gelabelde *reasoning devices* naast elkaar te leggen. Door te zoeken naar overeenkomsten, verschillen en contrasten tussen de verschillende *reasoning devices*, zijn centrale thema's geformuleerd die het duidelijkst naar voren komen in de geanalyseerde teksten. De dominante *reasoning devices* in de items van het *NOS Journaal* en in de items van *NOS: the series* zijn thematisch geordend in tabellen in Bijlage 2.

De vierde stap is het selectief coderen. Hierbij worden de terugkerende thema's gereduceerd tot centrale frames. In dit proces zijn namen toegekend aan de centrale frames waarnaast beschreven is welke *reasoning devices* in ieder frame centraal staan (Bijlage 2).⁸¹

⁸⁰ Voorbeelden zijn geladen woorden die volgens Van Gorp een relatie hebben met de eerder omschreven vormen die *framing-* en *formatting devices* kunnen aannemen. - Van Gorp, "Taking Subjectivity out of Framing Analysis," 97.

⁸¹ De wijze waarop deze methode van Van Gorp is ingezet in mijn analyse, wijkt gedeeltelijk af. Waar Van Gorp een tweede, deductieve stap toevoegt in het analyseproces, laat ik deze stap achterwege. Hier is voor gekozen omdat ik geïnteresseerd ben in de kwalitatieve elementen van een relatief kleine hoeveelheid nieuwsitems, die allemaal gericht zijn op één specifiek evenement. De deductieve fase zou alleen bruikbaar zijn bij het kwantitatief vaststellen van de validiteit van geformuleerde frames, op basis van een grotere diversiteit van geanalyseerde nieuwsitems.

4. Analyse

In dit hoofdstuk zal ik eerst de analysesresultaten van de items uit het *NOS Journaal* en van het platform *NOS: the series* afzonderlijk van elkaar bespreken. Daarna zal ik in het vergelijkende hoofdstuk (4.3) bespreken hoe deze resultaten zich tot elkaar verhouden en hoe deze bevindingen een antwoord geven op de centrale onderzoeksvraag.

4.1 Framing in het *NOS Journaal*

In het overzicht van terugkerende thema's (Tabel 1) is te zien dat in de geanalyseerde uitzendingen van het *NOS Journaal* vier thema's dominant zijn. Ten eerste refereren veel *framing devices* impliciet of expliciet aan het thema "strijd". Het verkiezingsdebat wordt daarbij voornamelijk in termen besproken die direct te associëren zijn met een strijd tussen twee personen. Ten tweede wordt binnen het thema "strijd" een duidelijke focus gelegd op de strijd tussen man en vrouw die in de gevonden *framing devices* op verschillende manieren vernoemd wordt. Ten derde wordt het verkiezingsdebat aan de kijker gepresenteerd in termen van een *must-see event*, waarmee het wordt gepositioneerd als een urgent evenement dat door de hele wereld zal worden aanschouwd. Ten vierde wordt vanuit de *framing devices* verondersteld dat er maatschappelijke onrust heerst in Amerika en dat Donald Trump de woordvoerder is van deze onrust.

Tabel 1.

Terugkerende thema's	
1.Strijd	3.Must-see event
2.Seksestrijd	4.Maatschappelijke onrust Amerika

Uit deze vier terugkerende thema's zijn drie centrale frames geabstraheerd. Ten eerste is er sprake van een sterke *personificatie* van het debat door een duidelijke focus op de personen Hillary Clinton en Donald Trump, door de strijd waarin zij verwickeld zijn en door de wijze waarop zij zich in termen van karakterisering en performance tot elkaar verhouden. Ten tweede worden de debatten nadrukkelijk in termen van een *seksestrijd* besproken door te refereren aan veronderstelde gedragingen die mannelijk dan wel vrouwelijk van aard zouden zijn. Ten derde wordt het debat geframed als een *must-see event* vanwege het veronderstelde onvoorspelbare karakter van het debat, en vanwege de maatschappelijke onrust die in Amerika heerst.

De volgende paragrafen zijn gestructureerd op basis van de drie hierboven beschreven frames.

4.1.2. Personificatie van het debat

Verschillende vastgestelde *reasoning devices* uit de twee items van het *NOS Journaal* roepen associaties op die bijdragen aan de constructie van het *personificatie*-frame. Allereerst zijn er diverse termen gevonden die refereren aan een strijd en conflict tussen twee personen. Illustratieve voorbeelden hiervan zijn de bewoordingen van NOS-verslaggever Wouter Zwart: “Op dit podium hierachter zullen ze dan later vannacht de degens gaan kruisen” en “Gaat ze (Clinton) haar eigen race rennen? Gaat ze Trump op kennis corrigeren of valt ze hem frontaal aan?”⁸²



Fig 4. Wouter Zwart op de locatie van het debat.

Zwart spreekt in zijn voorbeschouwing de kijker direct toe vanaf de locatie waar later die nacht het verkiezingsdebat zal plaatsvinden (Figuur 4). Volgens Hartley is deze vorm van *direct address* een tekstuele kernstrategie van televisienieuws, waarmee de relatie tussen de correspondent (ik) en de kijker (jij) wordt gecreëerd.⁸³ Deze conventie draagt bij aan de autoriteit van Zwart als vertegenwoordiger van het publieke nieuws dat onafhankelijke nieuwsvoorziening als hoogste prioriteit heeft. De portretten die Zwart in zijn hand houdt dienen ter verduidelijking wanneer hij een van de kandidaten afzonderlijk bespreekt. De afbeeldingen fungeren als *formatting devices* die bijdragen aan het, in gelijke mate, centraal stellen van de personen Clinton en Trump.

In het journaalitem van 27 september wordt nabeschouwd op het debat. Daarin wordt de focus op het debat als een persoonlijke strijd nadrukkelijk onderbouwd door

⁸² Bijlage 1, labels 1.2 en 1.12.

⁸³ Hartley, *Tele-ology*, 76.

eerst een fragment te tonen uit het debat dat strijd en conflict tussen Trump en Clinton illustreert.⁸⁴ Het journaal presenteert vervolgens drie onderwerpen die aan bod zijn gekomen tijdens het debat: “economie”, “beschuldigingen” en “vrouwen”. Opvallend is dat zelfs bij het onderwerp “economie” geen duidelijk zicht wordt gegeven aan de kijker op de standpunten van beide kandidaten op economisch vlak, maar dat enkel een fragment wordt getoond waarin Trump Clinton in de rede valt en haar ervan beschuldigt “geen plan te hebben” en “bedrijven te verjagen”. Het journaal selecteert hier een fragment dat de gerepresenteerde “persoonlijke strijd” die dominant is binnen het *personificatie*-frame illustreert, en het laat de inhoud van economische standpunten achterwege. Zoals de naamgeving van de onderwerpen “beschuldigingen en “vrouwen” al doet vermoeden, worden ook onder deze onderwerpen fragmenten uit het debat getoond waarin de kandidaten elkaar persoonlijk aanvallen met beschuldigingen (Figuren 5 en 6).⁸⁵

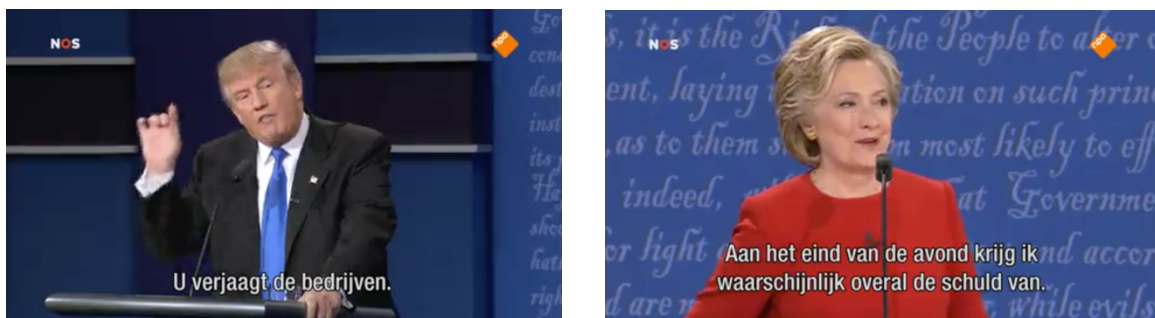


Fig 5 & 6: Fragmenten die persoonlijke strijd illustreren.

Het gebruik van hierboven beschreven *framing* en *formatting devices* die het debat als een persoonlijke strijd tonen, plaatst het verkiezingsdebat nadrukkelijk in een context waarin wordt verondersteld dat een debat wordt gevoerd met een overwinning als inzet.⁸⁶ In het tweede journaalitem wordt Hillary Clinton door Wouter Zwart besproken als de winnares van het debat. Een positionering die het journaal onderbouwt door de prestaties van Donald Trump in het debat als minder sterk te beschouwen. Clinton toonde meer ervaring en kennis van zaken en Donald Trump heeft zichzelf schade toegebracht:

⁸⁴ Bijlage 1, label 2.2.

⁸⁵ Bijlage 1, labels 2.5 en 2.6.

⁸⁶ Zie ook Bijlage 1, labels 2.7 en 2.8.

(WZ): Hij (Trump) begon zo sterk, echt als een woordvoerder van onvrede in Amerika, over werkgelegenheid, over veiligheid, maar hoe langer dat debat afgelopen nacht duurde, hoe meer hij leek te verzanden in controverse in zijn eigen persoon, over belastingen, over racisme, over vrouwonvriendelijkheid, en dat heeft hem niet heel veel goed gedaan.⁸⁷

Zwart doet in dit item wederom verslag op locatie, waarbij hij de kijker direct toespreekt met op de achtergrond de *skyline* van New York. Maar ditmaal middels een live-verbinding met journaalpresentator Rob Trip in Hilversum. Met deze gespreksopzet wordt Zwarts positie als onafhankelijk expert benadrukt.⁸⁸

Ook de wijze waarop in de nieuwsberichtgeving voornamelijk een focus op performance wordt gelegd, speelt een rol in het *personificatie*-frame. Een *formatting device* dat de focus op deze elementen benadrukt, is het tonen van een historisch fragment waarin een “charmante, gezond ogende Kennedy” te zien is tegen “een bleke, argwanend kijkende Nixon”.⁸⁹ Hierna wordt de conclusie “strijd gestreden” getrokken door verslaggever Zwart (Figuren 7 en 8).⁹⁰ Het fragment veronderstelt impliciet dat performance een doorslaggevende factor is voor het winnen van een debat en dat dit 56 jaar geleden ook al zo was.



Fig 7 & 8. Het illustreren van het belang van performance tijdens een debat.

De wijze waarop tijdens het fragment met Kennedy en Nixon de stem van Zwart als *voice-over* te horen is, draagt bij aan het construeren van autoriteit. Hartley beschrijft

⁸⁷ Bijlage 1, label 2.9.

⁸⁸ Hartley beschrijft hoe nieuws een complexe mix van stemmen is, waarbij sommigen namens zichzelf spreken en anderen vanuit een professionele rol. Vanuit Hartley's beschrijving is Zwart in het geanalyseerde NOS-item te beschouwen als een expert die zich opstelt namens de broadcaster zelf. – Hartley, *Tele-ology*, 87.

⁸⁹ Bijlage 1, label 1.6.

⁹⁰ Bijlage 1, label 1.5.

hoe het inzetten van een *voice-over* stem die overeenkomt met de getoonde beelden extra autoriteit geeft aan de beelden:

Because they ‘helpfully’ explain the pictures, voice-overs both encourage and benefit from the viewer’s sense that there is a unity of picture and sound. This ‘unity’ is then cashed in ideologically, as it were, since the explanations appear to arise ‘naturally’ from the pictures with which they are united.⁹¹

Vanuit deze uitleg wordt duidelijk dat met de wijze waarop het *NOS Journaal* een *voice-over* combineert met beeldmateriaal, de indruk wordt gewekt dat het commentaar van Zwart het enige mogelijke commentaar is bij de beelden. Hiermee wordt voor de kijker een “natuurlijke” waarheid geconstrueerd.

Een laatste belangrijk aspect in de constructie van het *personificatie*-frame, is de ruimte die het journaal neemt om twee duidelijke verschillende karakters van de kandidaten te schetsen. Donald Trump wordt besproken als een buitenstaander, die als politicus niet helemaal serieus te nemen is en die vooral een woordvoerder is van een heersende onvrede in de Amerikaanse samenleving.⁹² Hij heeft volgens het journaal een onvoorspelbaar karakter, mede vanwege zijn herhaaldelijk besproken seksistische aard.⁹³ Illustratieve bewoordingen die deze karakterisering neerzetten zijn:

(WZ): (...) Donald Trump laat zich niet regisseren. Hij bereidt zich ook nauwelijks voor op dit debat en hij is natuurlijk ontzettend impulsief. De ene keer kan hij zeer fel uit de hoek komen (...) En de andere keer is hij juist charmant, bijna op het ongemakkelijke af.⁹⁴

Deze karakterisering door Zwart wordt ondersteund met fragmenten waarin Trump onder andere een conflict heeft met een debatleidster op televisie en waarin hij zijn oordeel velt over het uiterlijk van een andere vrouw (Figuren 9 en 10).

⁹¹ Hartley, *Tele-ology*, 83.

⁹² Bijlage 1, labels 2.3 en 2.4.

⁹³ Bijlage 1, labels 1.8, 1.9 en 2.9.

⁹⁴ Bijlage 1, label 1.8.



Fig 9. Wouter Zwart vertelt over het onvoorspelbare karakter van Trump.



Fig 10. Donald Trump beoordeelt een vrouw.

Hillary Clinton wordt voornamelijk neergezet als een ervaren politica die inhoudelijk sterker is dan Donald Trump.⁹⁵ Presentator Rob Trip: "Zij (Clinton) gepokt en gemazeld in de politiek. Hij (Trump) de absolute buitenstaander."⁹⁶ Deze uitspraak is illustratief voor de tegenstrijdigheid waarmee de *NOS Journaal* vormgeeft aan het nieuws rond dit debat. Enerzijds wordt impliciet gezegd dat Trump op inhoud niet serieus te nemen is als een politieke opponent van Clinton. Anderzijds ligt de focus in de beide geanalyseerde nieuwssitems sterk op een persoonlijke strijd tussen de kandidaten waarbij randzaken en performance juist centraal staan, in tegenstelling tot de politieke inhoud van het debat.

4.1.3. Het debat als seksestrijd

Bij het duidelijk neerzetten van de karaktereigenschappen van Clinton en Trump, komt ook een ander frame naar voren, namelijk de benadrukking dat deze verkiezingsstrijd een strijd is tussen man en vrouw. Los van de hiervoor besproken karaktereigenschappen die worden toegedicht aan de twee kandidaten, zijn er *framing devices* vastgesteld die veronderstellen dat er specifieke mannelijke en vrouwelijke elementen een belangrijke rol spelen in het debat.

Allereerst bespreekt het journaal aan de hand van fragmenten de problematische reputatie die Trump heeft met vrouwen in het algemeen, op basis van zijn eerdere publieke optredens.⁹⁷ Hieruit wordt geconcludeerd dat dit gegeven het debat tussen Trump en Clinton extra interessant maakt, aangezien Clinton een vrouw is. Daarmee wordt verondersteld dat sekse een thema zal zijn of een rol van betekenis zal gaan

⁹⁵ Bijlage 1, label 1.12.

⁹⁶ Bijlage 1, label 2.3.

⁹⁷ Bijlage 1, label 1.8.

spelen tijdens het debat.⁹⁸ Dit frame, dat het debat neerzet als een seksestrijd, wordt vervolgens geconstrueerd met behulp van fragmenten aan de hand waarvan de NOS een “advies” geeft aan de beide kandidaten.⁹⁹

Wouter Zwart leidt een fragment in waarin Clinton door haar tegenstander in de senaatsrace van het jaar 2000 fysiek wordt benaderd: “Eén advies alvast, loop niet dreigend op een vrouwelijke kandidaat af”¹⁰⁰ (Figuur 11). Na dit advies voor Trump volgt een advies voor Clinton, waarbij Zwart eerst benadrukt dat het voor miljoenen vrouwen in de wereld sowieso al een historische avond is. Hiermee doelt hij op het feit dat er een vrouwelijke kandidaat in de race is voor het presidentschap.¹⁰¹ Zwart speculeert over wat Clinton zal gaan doen en geeft vervolgens een advies:

(WZ): Wat gaat zij doen? Gaat ze haar eigen race rennen? Gaat ze Trump op kennis corrigeren of valt ze hem frontaal aan? Eén ding moet ze sowieso niet doen, en dat is dit (...) want arrogantie als dit wordt door de kijker genadeloos afgestraft.¹⁰²



Fig 11. “Loop niet dreigend op een vrouw af”.

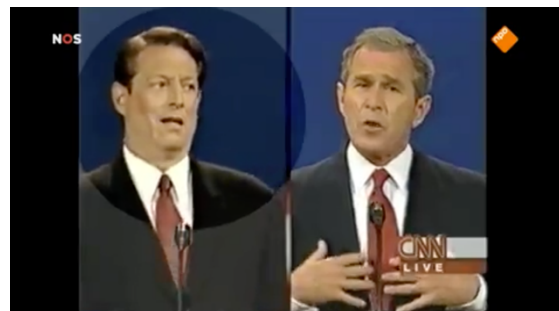


Fig 12. “Wees niet arrogant”.

De arrogantie waar Zwart op doelt wordt geïllustreerd met een oud fragment waarin Al Gore een zuchtende houding aanneemt wanneer George Bush aan het spreken is (Figuur 12). Ten eerste is dit advies te beschouwen vanuit het feit dat Gore destijds de verkiezingen verloor van Bush, wat suggereert dat arrogantie leidt tot een nederlaag. Echter in de context van het debat als een seksestrijd die door de NOS voorafgaand aan het fragment al wordt geconstrueerd, heeft dit advies om niet arrogant te zijn ook een seksistische en belerende connotatie ten opzichte van de vrouwelijke kandidaat Hillary

⁹⁸ Bijlage 1, label 1.9.

⁹⁹ Bijlage 1, label 1.10 en 1.13.

¹⁰⁰ Bijlage 1, label 1.10.

¹⁰¹ Bijlage 1, label 1.11.

¹⁰² Bijlage 1, label 1.13.

Clinton. Zij mag dan wel inhoudelijk sterker zijn, maar mag zeker niet arrogant worden vanuit deze lezing van het nieuwsitem.¹⁰³

Het inzetten van historische fragmenten om te illustreren welke lessen er kunnen worden getrokken uit het verleden, wordt door Van Gorp beschreven als een typisch *framing device*.¹⁰⁴ Deze strategische inzet van historische fragmenten om een argument te onderbouwen, is nadrukkelijk aanwezig in het item van het *NOS Journaal* dat voorbeschouwd op het eerste debat.¹⁰⁵

Zoals eerder beschreven wordt in de nabeschuiving van het debat door de NOS een selectie van de drie belangrijkste onderwerpen uit het debat gepresenteerd: “economie”, “beschuldigingen” en “vrouwen”. Met het selecteren van een aparte categorie voor het thema “vrouwen” benadrukt de NOS de centrale rol die het thema speelde in het debat. Hierbij wordt een fragment getoond waarin Clinton door Trump wordt afgevalen op haar uiterlijk en uithoudingsvermogen (Figuren 13 en 14).



Fig 13. “Vrouwen” als centraal onderwerp.



Fig 14. Trump valt Clinton af.

Uitgaand van Stuart Halls begrip van consensus zou je kunnen stellen dat het *NOS Journaal* in beide nieuwsitems balans en onpartijdigheid nastreeft. Illustratief hiervoor is de wijze waarop het journaal aan zowel Clinton als Trump een advies geeft en in de nabeschuiving aan de hand van de onderwerpen beide kandidaten evenredig veel aan het woord laat in de gekozen fragmenten.

¹⁰³ De wijze waarop de fragmenten worden ingezet en ondersteund door de voice-over stem van Wouter Zwart, dient eenzelfde functie om het frame autoriteit te geven als eerder beschreven aan de hand van Hartley's theorie. - Hartley, *Tele-ology*, 83.

¹⁰⁴ Van Gorp, “Taking Subjectivity out of Framing Analysis,” 91.

¹⁰⁵ Zie ook: Bijlage 1, label 1.6, 1.8, 1.10 en 1.13.

4.1.4. Het debat als *Must-see event*

Het derde frame dat naar voren komt uit de analyse van de nieuwsitems is gedefinieerd als het *must-see event*-frame. Dit frame wordt in de eerste plaats geconstrueerd door het gebruik van bewoordingen die het debat presenteren als een evenement waar alle ogen van de wereld op gericht zijn en waar we collectief naar uit kijken.¹⁰⁶

Een illustratief voorbeeld hiervan is de wijze waarop presentator Rob Trip het item over het aankomende debat inleidt: “Hoe spannend kan een campagne zijn voor de presidentsverkiezingen? Hoe spannend is dan wel niet het eerste tv-debat?”.¹⁰⁷ Deze te verwachten spanning wordt door Trip gemotiveerd met de uitspraak: “(...) spannend, want onvoorspelbaar. Dat geldt overigens niet voor de kijkcijfers, die worden hoe dan ook, enorm”.¹⁰⁸ Achter Trip is een afbeelding te zien met de tekst “*Commission on presidential debates*” met de signatuur van een cameraman (Figuur 15). De afbeelding refereert aan de organisatorische aspecten van het televisiedebat. Hiermee wordt de indruk gewekt dat de kijker een voorproef krijgt op het debat, passend bij een voorbeschouwing op een groot *event*.¹⁰⁹

Na Trips aankondiging wordt eerst een shot getoond van medewerkers die het podium klaarmaken waarop het debat zal plaatsvinden, waarna de bijdrage van Wouter Zwart begint (Figuur 16). Het shot van de medewerkers geldt als een illustratief *formatting device* binnen het construeren van het frame. De kijker krijgt een kijkje achter de schermen van iets dat zojuist door Trip is aangekondigd als een TV-debat, waarvan de gradatie spanning nog niet te overzien is vanwege een element van onvoorspelbaarheid.



Fig 15. Rob Trip kondigt het debat aan als een must-see event.

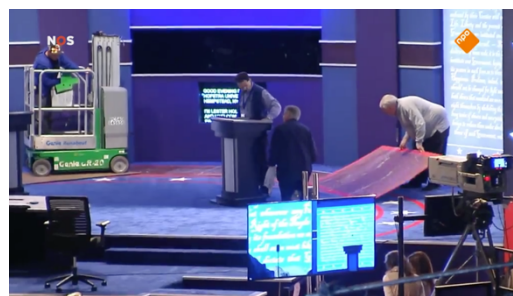


Fig 16. Shot dat voorbereidingen op het debat toont.

¹⁰⁶ Bijlage 1, labels 1.2, 1.3, 1.17 en 2.1.

¹⁰⁷ Bijlage 1, label 1.2.

¹⁰⁸ Bijlage 1, label 1.2.

¹⁰⁹ Bijlage 1, label 1.2.

Het veronderstelde onvoorspelbare karakter van het debat wordt door de NOS op twee manieren gemotiveerd. Ten eerste door het onaangepaste gedrag te benadrukken dat kandidaat Trump in voorgaande publieke optredens heeft laten zien. Wouter Zwart opent zijn bijdrage met de tekst:

(WZ): Zelden was een eerste debat zo onvoorspelbaar, en dat komt natuurlijk allemaal door deze man (toont foto van Trump), want Donald Trump laat zich niet regisseren. Hij bereidt zich ook nauwelijks voor op dit debat en hij is natuurlijk ontzettend impulsief.¹¹⁰

Ten tweede vertelt Zwart dat de peilingen het debat onvoorspelbaar maken omdat die zo dicht bij elkaar liggen. Daarbij maakt hij de urgentie van een succesvol debat voor beide kandidaten nog duidelijker met de tekst: “Zeker nu met alle spanningen in Amerika, over veiligheid, over terrorisme, over politiegeweld, zullen de kijkers elk woord nauwkeurig meten”.¹¹¹

Tijdens de gehele presentatie van Wouter Zwart is achter de correspondent het podium te zien dat wordt opgebouwd door de organisatie van het debat. Het shot dient eenzelfde functie in de constructie van het frame als beschreven bij Figuur 16.

4.1.5. Antwoord op de deelvraag

De eerste deelvraag van dit onderzoek is als volgt geformuleerd: Welke frames zijn dominant in de nieuwsberichtgeving van het *NOS Journaal* rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat en op welke wijze worden deze frames geconstrueerd?

De dominante frames in de nieuwsberichtgeving zijn zoals beschreven het *personificatie*-frame, het *seksestrijd*-frame en het *must-see event*-frame. Samengevat kan worden gesteld dat deze frames worden geconstrueerd door een breed scala *framing devices* die zijn toegelicht. Hierbij geven referenties in de vorm van woorden door de presentator en de correspondent van het *NOS Journaal* de frames vorm. Belangrijk daarbij is de wijze waarop diverse *formatting devices* de gekozen woorden kracht bij zetten. Hierbij is vooral de inzet van illustratieve fragmenten prominent, die worden geduid met *voice-over* commentaar van correspondent Wouter Zwart. Er wordt

¹¹⁰ Bijlage 1, label 1.7.

¹¹¹ Bijlage 1, label 1.15.

autoriteit geconstrueerd door de inzet van strategieën die vanuit John Hartley's werk te beschouwen zijn als klassiek voor het televisienieuws. Daarbij zijn *direct address* van de presentator naar de kijker, de aanwezigheid van een correspondent als expert, het gebruik van historische fragmenten om lessen uit het verleden te illustreren en de wijze waarop beelden in combinatie met een *voice-over* stem worden ingezet, de belangrijkste *formatting devices* in de constructie van de frames.

Tot slot is in beide geanalyseerde nieuwsitems duidelijk dat het journaal poogt balans en nuance na te streven door de kandidaten in gelijke mate te bespreken.

4.2 Framing in *NOS: the series*

Van het platform *NOS: the series* zijn vier video-items geanalyseerd waarin het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat centraal staat. Tijdens het analyseren van deze vier items kwamen vier dominante thema's naar voren. Allereerst refereren een groot aantal *framing devices* aan het thema "strijd". Daarnaast wordt het debat besproken in een context van historische en organisatorische achtergronden van verkiezingsdebatten in de Verenigde Staten. Een derde thema in de items illustreert een focus op vorm ten opzichte van inhoud. Tot slot benadrukken de *framing devices* het debat als een *must-see event*.

Tabel 2.

Terugkerende thema's	
1.Strijd	3.Vorm versus inhoud
2.Historie/organisatie verkiezingsdebat	4. <i>Must-see event</i>

Op basis van deze vier terugkerende thema's zijn net als bij de items uit het *NOS Journaal* drie centrale frames geformuleerd. Ten eerste is in de items van *NOS: the series* sprake van een duidelijke framing van *het debat als strijd*, door te focussen op de personen Hillary Clinton en Donald Trump, hoe zij strijden voor het presidentschap en de wijze waarop zij elkaar bestrijden.¹¹² Ten tweede is er sprake van framing van het debat als een *performance-kwestie*, door veelvuldig het algemene belang van allerlei presentatievaardigheden te benadrukken. Ten derde wordt het debat geframed als een *must-see event* door te laten zien hoe de Amerikanen zelf uitkijken naar het debat en door het aan de kijker verstrekken van zowel historische als organisatorische achtergrondinformatie, die het debat neerzet als een *event* op zichzelf.

De volgende paragrafen zijn gestructureerd op basis van de drie hierboven beschreven frames.

¹¹² In tegenstelling tot de analyse van het *NOS Journaal*, waarin een frame is geformuleerd als "personificatie" is er bij de analyse van *NOS: the series* een frame geformuleerd als "het debat als strijd". Beide frames bevatten thema's die het debat als een strijd presenteren, echter los van deze overeenkomst staan in het personificatie frame in het *NOS Journaal*, naast het thema "strijd", ook andere thema's centraal zoals karakterisering en performances van de kandidaten, waardoor de meer omvattende term "personificatie" beter past. Bij *NOS: the series* ligt de focus hoofdzakelijk op het thema "strijd" en daarom is het frame hiernaar vernoemd.

4.2.1. Het debat als strijd

In de geanalyseerde items van *NOS: the series* komen diverse tekstuele elementen voor die het verkiezingsdebat framen als een strijd. Illustratieve voorbeelden hiervan zijn teksten die tijdens de video's in beeld komen zoals "De strijd om het Witte Huis begint pas echt tijdens de debatten" en "Dit is jouw gids voor de rechtstreekse confrontaties".¹¹³ Verder bevatten ook alle titels van de items *framing devices* die een belofte van strijd in zich dragen. Illustratief zijn de items getiteld "Gevecht van het jaar: Clinton versus Trump, Round 1" en "Slijp de messen, de debatten komen eraan".¹¹⁴

Opvallend is dat deze definitie van het verkiezingsdebat als strijd, met betrekking tot de kandidaten Trump en Clinton in harde, ongenueanceerde bewoordingen wordt vormgegeven die vooral te associëren zijn met een ordinaire strijd (Figuur 17). In het eerste item komen teksten in beeld als: "Hun eerste clash", "Met moddergooien", "Hoe gênant wordt het?".¹¹⁵ Deze teksten worden synchroon ingezet met *formatting devices* in de vorm van beeldfragmenten en muziek, die een belangrijke suggererende functie van spektakel hebben.¹¹⁶ Zo zien we in een beeldfragment onder andere Trump haastig door beveiligers weggeleid worden van een podium (Figuur 18). Hiermee wordt de suggestie gewekt dat het debat niet alleen een verbale, maar ook een fysieke strijd kan worden waarbij ongeregelde heden kunnen ontstaan. Deze fragmenten worden begeleid door spannende trommelmuziek.¹¹⁷

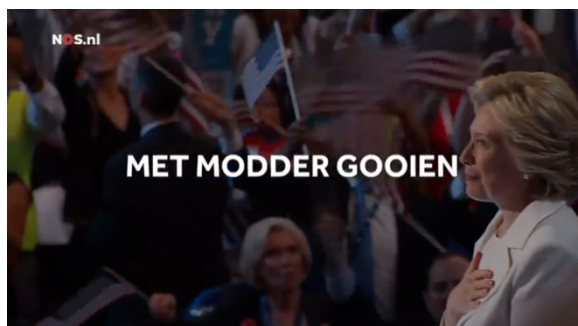


Fig 17. Het suggereren van een ordinaire strijd.



Fig 18. Trump wordt gehaast weggevoerd.

De wijze waarop in de geanalyseerde items tekst, beeld en muziek worden gecombineerd, vertoont sterke raakvlakken met de kenmerken van het fenomeen *mashup* dat door Kessler & Schäfer wordt beschreven. In de montages van *NOS the*

¹¹³ Bijlage 1, labels 3.2 en 4.4.

¹¹⁴ Bijlage 1, labels 3 en 4.

¹¹⁵ Bijlage 1, labels 3.12 en 3.13

¹¹⁶ Bijlage 1, label 3.14.

¹¹⁷ Bijlage 1, label 3.14.

series komt duidelijk naar voren dat deze zijn samengesteld uit muziek, beeldmateriaal en animaties die afkomstig zijn uit verschillende bronnen. Deze elementen zijn geconstrueerd tot *mashups* die een volledig nieuwe vorm hebben, die van oorsprong niet in de afzonderlijke elementen omsloten ligt.¹¹⁸ Zodoende wordt in de besproken voorbeelden van *NOS the series* een fictieve context geconstrueerd rond het thema “strijd” die het frame een dramatische lading geeft.

Een ander illustratief item waarin deze *mashup*-vorm een nadrukkelijke rol speelt in de constructie van het *strijd*-frame is getiteld: “Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle? Oordeel zelf..”. In dit item wordt teruggeblikt op het debat door een analogie met een bokswedstrijd te gebruiken. Deze vorm is doorgevoerd in de begeleidende tekst: “Lady’s and gentlemen, let’s get ready to rumble!” waarna de video is opgedeeld in een symbolische reeks van rondes.¹¹⁹ Het item bestaat uit een *mashup* van beelden, animaties en muziek waarin we Clinton en Trump elkaar zien beschuldigen van uiteenlopende zaken. Dit wordt gevolgd door een geanimeerde bokshandschoen die continu tikken uitdeelt aan de kandidaat die een beschuldiging incasseert (Figuren 19, 20 en 21). De nieuwe “rondes” worden aangekondigd in een geconstrueerd beeld dat sterk doet denken aan klassieke *Arcade Games*, waaronder geluidseffecten van kreunende bokkers en een rinkelende bel voor de nieuwe ronde te horen zijn (Figuur 22).¹²⁰



Fig 19. Beschuldigingen van Trump.



Fig 20. Beschuldigingen van Clinton.

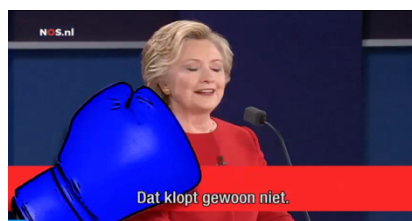


Fig 21. Clinton krijgt een tik.

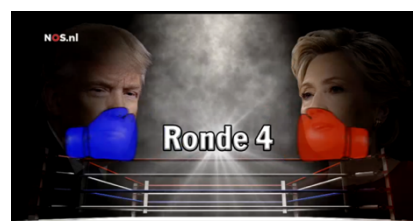


Fig 22. Een nieuwe ronde in “de wedstrijd”

¹¹⁸ Kessler & Schäfer beschrijven deze eigenschap in hun definitie van de mashup als fenomeen: Mashups (...) make available combinations of material from various services organized according to specific zones of interest in ways that the original platforms do not provide. - Kessler en Schäfer, “Navigating Youtube,” 286.

¹¹⁹ Bijlage 1, label 6.4.

¹²⁰ Bijlage 1, label 6.11.

Dit voorbeeld van vormgeving heeft in de context van *spreadability* een sterke koppeling met *parody* en *references* waarover Jenkins et al. schrijven:

While all humor builds on whether an audience “gets” the joke or shares a sensibility, parody combines that aspect of humor with a specific shared reference. It is precisely what makes parody valuable, it can express shared experiences and, especially when it plays on nostalgic references a shared history.¹²¹

Deze gedeelde ervaringen en geschiedenis komen in het besproken item tot uiting door de visueel uitgewerkte verwijzingen naar nostalgische elementen uit (oude) videogames en de boksport in het algemeen. Deze elementen zijn vanuit de theorie van Jenkins et al. te beschouwen als een stimulans voor het verspreiden van de content.

In de context van een verkiezingsdebat is het opvallend dat in een item dat terugblijkt op dat debat, uitsluitend aandacht wordt besteed aan het feit dat twee personen een persoonlijke strijd leveren tegen elkaar. Er wordt voor gekozen geen inhoudelijke politieke standpunten van de beide kandidaten aan de kijker te verstrekken. In plaats daarvan wordt het thema “strijd” zelfs versterkt weergegeven door de NOS met behulp van diverse *formatting devices*, zoals suggestieve animaties, muziek en beeldcomposities.¹²² Een voorbeeld van die versterking is het visueel uitbeelden van het uitdelen van klappen van de ene kandidaat aan de andere, ondersteund met geluidseffecten. Daarbij worden zelfs binnen een fragment waarin we Trump en Clinton elkaar aan het eind van het debat vriendschappelijk de hand zien schudden, extra veel slaande bokshandschoenen gemonteerd (Figuur 23).

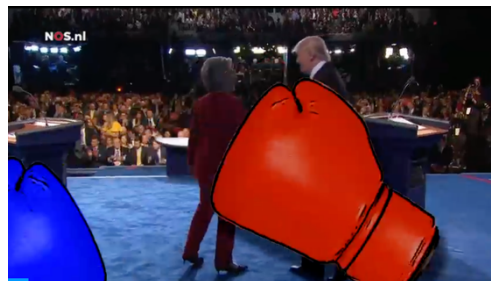


Fig 23. Bokshandschoenen suggereren strijd tijdens het schudden van handen.

¹²¹ Jenkins, Ford en Green, *Spreadable Media*, 207.

¹²² Zie figuren 16 - 19.

Het op deze manier uitvergroten van het thema “strijd” sluit aan bij wat Jenkins et al. beschrijven over *spreadability* door *Timely controversy*: “(...) controversy refers to the ways that material may spark intense disagreement among those who encounter it, especially in terms of conflicting values and judgments.”¹²³ De auteurs beschrijven dat controverse verder kan worden aangewakkerd door nieuwsberichtgeving. Dat dit verkiezingsdebat kan worden beschouwd als controversieel is daarom inherent aan de manier waarop het door de NOS wordt geframed als een persoonlijke strijd.¹²⁴

Dit soort benadrukking van controverse wordt ook geconstrueerd door een audiofragment waarin we Trump horen zeggen dat Clinton er niet presidentieel uit ziet en waarin Clinton zegt dat Amerika een president moet kiezen en geen dictator.¹²⁵ Het audiofragment wordt gecombineerd met een geconstrueerd beeld van Clinton en Trump waarin de kandidaten tegengesteld in beeld komen en elkaars kant op kijken (Figuren 24 en 25).¹²⁶ Dit laatste voorbeeld is illustratief voor de wijze waarop *formatting devices* in *NOS: the series* een suggestieve en uitvergrotende rol spelen in de constructie van het strijd-frame. De wijze waarop fotobewerking, muziek en de montage van fragmenten worden ingezet, laten geen ruimte over voor nuance in de nieuwsconstructie en benadrukken controverse.

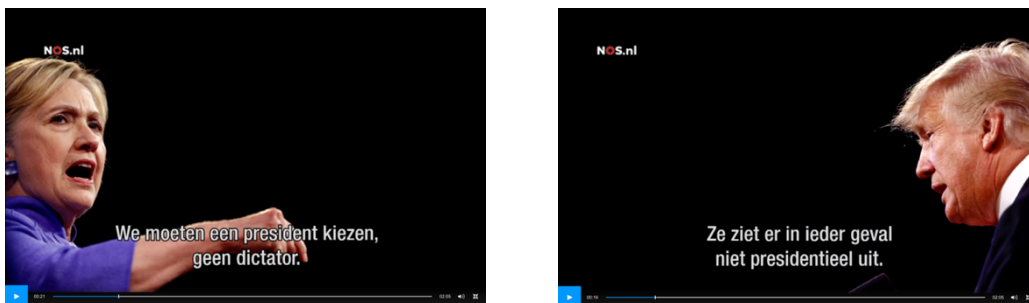


Fig 24 & 25. Clinton en Trump “staan lijnrecht tegenover elkaar”.

4.2.2. Het debat als een performance-kwestie

Een tweede dominant frame dat wordt geconstrueerd presenteert het debat als een *performance-kwestie*. In dit frame worden *framing* en *formatting devices* niet alleen ingezet om specifieke performances van de kandidaten uit te lichten. Er is er vooral

¹²³ Jenkins, Ford en Green, *Spreadable Media*, 213.

¹²⁴ Idem.

¹²⁵ Bijlage 1, labels 3.3 en 3.5.

¹²⁶ Bijlage 1, label 3.4.

sprake van een opvallende focus op het belang van performance als algemeen element binnen een verkiezingsdebat.

Het belang van performance wordt vanaf de eerste geanalyseerde video duidelijk neergezet: “Een TV-debat win of verlies je, fouten zijn dodelijk”.¹²⁷ Deze tekst verschijnt in beeld en wordt gevolgd door een reeks van historische fragmenten waarin twee presidentskandidaten het debat met elkaar aangaan.¹²⁸ Elk fragment toont een situatie waarin een van de kandidaten een succesvolle of minder succesvolle performance laat zien (Figuren 26 en 27).¹²⁹

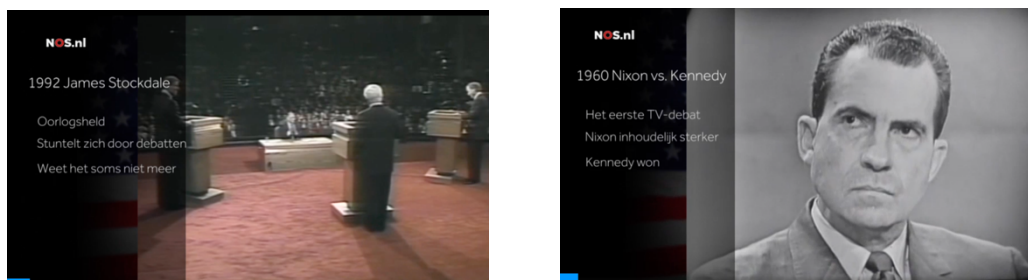


Fig 26 & 27. Historische voorbeelden van performance.

Al deze historische fragmenten tonen daarmee het slagen of falen op basis van uiterlijkheden en performances. Het inzetten van historische fragmenten veronderstelt dat performance in de geschiedenis van de Amerikaanse verkiezingen altijd een belangrijke focus is geweest en fungeert hier ter illustratie van lessen uit het verleden.¹³⁰

Een ander voorbeeld waarbij *formatting devices* een prominente rol spelen in het construeren van het *performance-kwestie* frame is het eerder besproken item “Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle? Oordeel zelf..”.¹³¹ Hierin wordt niet alleen een analogie met een bokswedstrijd gebruikt maar ook, zoals de titel al vermeld, een analogie met een *rapbattle*. Hier is vorm aan gegeven door alleen korte kernzinnen van de kandidaten te selecteren. Dit illustreert een duidelijke keuze voor een focus op de wijze waarop dingen gezegd worden en niet zozeer op wat er precies gezegd wordt. Onder de korte

¹²⁷ Bijlage 1, label 3.7.

¹²⁸ Bijlage 1, labels 3.10 en 3.11.

¹²⁹ Zie ook Bijlage 1, label 4.14.

¹³⁰ Van Gorp, “Taking Subjectivity out of Framing Analysis,” 91.

¹³¹ Bijlage 1, item 6.

uitspraken van de kandidaten is een *rapbeat* gemonteerd om de vorm krachtig neer te zetten.¹³²

De vorm die hier is gekozen voor een reconstructie van het debat sluit aan bij ideeën over *spreadability* omdat ook hier *parody* wordt ingezet. Ditmaal door het vormgeven van gedeelde referenties die koppelingen hebben met de *Battlerap-scene*.¹³³

De wijze waarop montage bijdraagt om performance prominent te positioneren ten opzichte van politieke inhoud van het debat, is te zien in het slot van het item “Zet je schrap! Hoe hard, schaamteloos of saai wordt het eerste debat?” Daarin wordt een aantal *framing devices* gepresenteerd dat het debat als inhoudelijk benadert. Tekst in beeld doet een aanzet tot inhoud: “Er komen drie thema’s aan bod tijdens het debat: Welke richting moet Amerika op? Hoe bereiken we meer welvaart en voorspoed? En hoe maken we Amerika veiliger?”.¹³⁴ Deze aanzet tot het geven van inhoudelijke context wordt vervolgens direct weggevaagd door tekstuele *framing devices* die elementen van performance prominent maken (Figuren 28 en 29). Tekst in beeld: “Maar de belangrijkste vraag is nog niet beantwoord..” Journalist: “Waar gaat Donald Trump staan?” Medewerker: “Dat weet ik niet” (Figuur 30). Tekst in beeld: “Haha! Als we de repetities mogen geloven staat hij links”. Waarmee het item eindigt.



Fig 28, 29 & 30. Inhoud wordt opzijgezet voor vorm.

Net als bij de constructie van het strijd-frame spelen *formatting devices* een belangrijke rol binnen het construeren van het *performance-kwestie* frame. Diverse *framing devices* creëren een context in de items die performance neerzet als essentieel om het verkiezingsdebat te kunnen begrijpen. Daarmee worden kaders bepaalt

¹³² Bijlage 1, labels 6.6, 6.8, 6.10 en 6.12.

¹³³ Jenkins, Ford en Green, *Spreadable Media*, 207.

¹³⁴ Bijlage 1, label 5.7.

waarbinnen ook met behulp van diverse *formatting devices*, vorm is gegeven aan het frame.

4.2.3. Het debat als een *must-see event*

Het derde frame dat in de geanalyseerde items naar voren komt is het *must-see event* frame. Net als in de items van het *NOS Journaal* wordt dit frame geconstrueerd door het gebruik van bewoordingen en beelden die het debat presenteren als een evenement waar collectief naar wordt uitgekeken. Dit wordt op diverse manieren benadrukt.

Ten eerste wordt de kijker door het gebruik van verschillende teksten in beeld, opgeroepen om het debat te gaan zien. Dit gebeurt onder andere in het item “Gevecht van het jaar: Clinton versus Trump, Round 1”. Het eerste debat wordt hierin aangekondigd in termen als: “De grote aftrap,” “De eerste rechtstreekse confrontatie” en “Een recordaantal kijkers wordt verwacht” (Figuur 31).¹³⁵

Een ander illustratief voorbeeld in de constructie van het frame is de wijze waarop in het item “Zet je schrap! Hoe hard, saai of schaamteloos wordt het eerste debat?” wordt verwezen naar een stijgende spanning bij Amerikaanse nieuwszenders.¹³⁶ In een *mashup* van Amerikaanse journaalfragmenten zijn verschillende presentatoren en experts te zien die hun verwachtingen uitspreken over het debat (Figuur 32). Door al deze verschillende fragmenten achter elkaar te tonen wordt een beeld geconstrueerd waarin geen twijfel meer kan bestaan over hoe belangrijk dit debat wordt gevonden in Amerika.

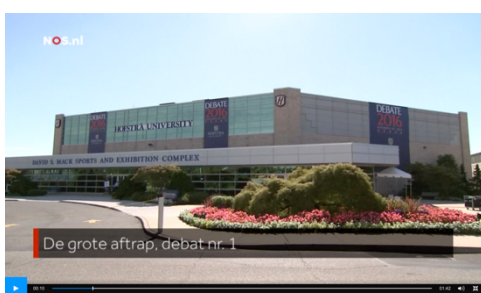


Fig 31. Vooruitblikken op het debat.



Fig 32. Fragment uit Amerikaans journaal.

Binnen deze strategie om een in Amerika heersende opwinding voor het debat te illustreren, worden ook Amerikaanse studenten geïnterviewd die het debat mogen bijwonen. Zij dragen allemaal een trui van de Hofstra University, de locatie waar het

¹³⁵ Bijlage 1, label 4.6.

¹³⁶ Bijlage 1, label 5.3 en 5.4.

debat plaatsvindt, en spreken enthousiast over de thema's die besproken gaan worden en over hoe zeer ze hebben uitgekeken naar het debat (Figuur 33).



Fig 33. Een studente kijkt uit naar het debat.

De inzet van Amerikaanse nieuwsfragmenten en het tonen van de enthousiaste studenten worden begeleid met het nummer *Whistle* van Flo Rida. De optimistische fluitmelodie in dit nummer draagt bij aan de opgewekte sfeer in het item.

Deze illustraties van Amerikaanse nieuwsmedia en studenten die “massaal toeleven” naar het debat, dragen sterk bij aan de constructie van het *must-see event* frame. Ook dit item is vanwege de wijze waarop uiteenlopende fragmenten, muziek, fotobewerking en tekst met elkaar worden gecombineerd te beschouwen als een *mashup*.

Tot slot is er een belangrijk element dat een meer impliciete bijdrage levert aan de constructie van het *must-see event* frame, namelijk het bieden van achtergrondinformatie over het debat.¹³⁷ Een voorbeeld hiervan is de wijze waarop naast het eerste debat, ook het tweede en het derde debat worden aangekondigd. Over elk debat worden de locatie, de hoeveelheid onderwerpen en de tijdsduur toegelicht aan de kijker, geïllustreerd met afbeeldingen van de gebouwen waarin de debatten plaatsvinden en filmbeelden van de kandidaten (Figuren 34 en 35).¹³⁸ Onder de beelden en teksten zijn de nummers *Talk that talk* van Rihanna en *Keep Talking* van Pink Floyd te horen als een symbolische inzet van popmuziek.



Fig 34. De locatie voor het derde debat.

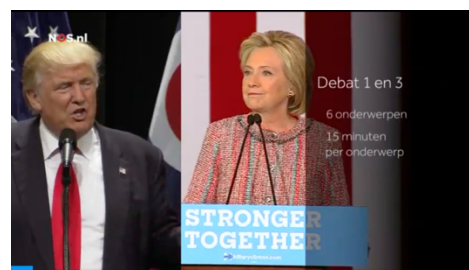


Fig 35. Informatie omtrent de opzet van het debat.

¹³⁷ Bijlage 1, labels 4.9, 4.10, 4.11, 4.12, 4.13, 4.14, 5.5 en 5.6.

¹³⁸ Bijlage 1, label 4.9.

Het selecteren en presenteren van dit soort achtergrondinformatie draagt ertoe bij dat de kijker het eerste verkiezingsdebat kan begrijpen als een belangrijk evenement in een reeks. Door uitgebreid in te gaan op zowel historische als organisatorische elementen omtrent het debat, wordt benadrukt dat het debat een belangrijk event is. Zo belangrijk dat het relevant is om het debat los van de politieke inhoud, als een evenement op zichzelf te benaderen. Ook de educatieve functie die de NOS zelf toeschrijft aan het platform lijkt met deze historische en organisatorische achtergrondinformatie tot uiting te komen. Het *must-see event* frame draagt daarmee bij aan de legitimering van *NOS: the series* als platform waarop iets kan worden geleerd over de Amerikaanse verkiezingen.

4.2.4. Antwoord op de deelvraag

De tweede deelvraag van dit onderzoek is: Welke frames zijn dominant in de nieuwsberichtgeving van *NOS: the series* rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat en op welke wijze worden deze frames geconstrueerd?

De dominante frames in de nieuwsberichtgeving zijn zoals beschreven het *strijd* frame, het *performance-kwestie* frame en het *must-see event* frame. Deze frames worden geconstrueerd door de diverse *framing devices* die in de vorm van teksten in beeld worden gepresenteerd. Deze teksten bevatten veelal ongenueanceerde termen die zeer uitgesproken standpunten formuleren rond de thema's die aan bod komen.

Formatting devices spelen in de geanalyseerde items een prominente rol. Binnen alle geanalyseerde items, die op basis van de beschrijvingen van Kessler & Schäfer worden beschouwd als *mashups*, spelen elementen van montage, fotobewerking, muziek, geluidseffecten en een grote diversiteit aan videofragmenten een centrale rol in het construeren van de frames. Deze elementen van vormgeving ondersteunen de koppelingen die de items hebben met ideeën over *spreadability*. De frames worden dusdanig vormgegeven dat er koppelingen met *spreadability* ontstaan. Dit geldt met name voor het *strijd* frame, waarbij elementen worden ingezet die met door Jenkins et al. beschreven *parody* en *controversy* te associëren zijn. Deze elementen zorgen voor een versterkte weergave van het frame.

4.3. Vergelijking analyseresultaten

Om tot een antwoord op de centrale onderzoeksvraag te komen, zal ik in dit hoofdstuk de analyseresultaten uit de hoofdstukken 4.1 en 4.2 met elkaar in verband brengen om te analyseren hoe deze zich tot elkaar verhouden. Zo wordt duidelijk op welk niveau de constructies van de gevonden frames in het *NOS Journaal* en in *NOS: the series* met elkaar overeenkomen of verschillen.

Wat allereerst opvalt is dat de dominante frames in de items van het *NOS Journaal* en in de items van *NOS: the series* grote overeenkomsten met elkaar vertonen. Voor het *NOS Journaal* zijn de frames vernoemd als *personificatie*, *seksestrijd* en *must-see event* en voor *NOS: the series* zijn dat *strijd*, *performance-kwestie* en *must-see event*. Het *must-see event* frame heeft in beide nieuwsberichtgevingen dezelfde naam gekregen omdat deze constructies op thematisch niveau sterk overeenkomen. De andere frames: *personificatie*, *seksestrijd*, *strijd* en *performance* hebben allemaal een eigen benaming. Dit komt doordat deze frames zijn opgebouwd uit verschillende thema's die grotendeels wel raakvlakken hebben met de thema's in andere frames, maar waarin ook een thema centraal staat dat zodanig afwijkend is van de andere dat het relevant is deze apart te vernoemen.¹³⁹

Samenvattend kan wel worden gesteld dat, ondanks de beschreven kleine thematische verschillen, de nieuwsberichtgeving van zowel het *NOS Journaal* als het platform *NOS: the series* het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat voornamelijk framen als een strijd tussen twee personen, waarbij een focus ligt op het bespreken van de performance van de kandidaten. Daarbij wordt het debat geframed als een bezienswaardig evenement waarvoor het relevant is om vooraf en achteraf een analyse te verzorgen voor het publiek. Opvallend is dat er naast deze specifieke focus op personen, op hun performances en op de bezienswaardigheid van het debat weinig tot geen politiek inhoudelijke thema's worden besproken in de nieuwsberichtgeving. Een uitzondering hierop is de wijze waarop door *NOS: the series* vorm wordt gegeven aan

¹³⁹ Een voorbeeld hiervan zijn de frames *strijd* en *seksestrijd*, die beide duidelijk over strijd gaan, maar op een dusdanig verschillende wijze dat het weglaten van een specifieke naamgeving geen recht zou doen aan de specificiteit van het frame. Hetzelfde geldt voor de frames *personificatie* en *performance*. Waar bij het *NOS Journaal* performance als thema een onderdeel is van het personificatie frame, is dit bij *NOS: the series* benoemd tot een opzichzelfstaand frame, hier is voor gekozen omdat bij *NOS: the series* een specifieke focus op performance als algemeen thema lag, in tegenstelling tot de performance die in het *NOS Journaal* naar voren kwam. Daarbij werd performance specifiek gekoppeld aan de personen Hillary Clinton en Donald Trump.

het *must-see event* frame. Hierin wordt aandacht besteed aan de historische en organisatorische context rondom de Amerikaanse verkiezingsdebatten.

In relatie tot de centrale onderzoeksvraag valt vanuit deze waarnemingen te concluderen dat de frames in de nieuwsberichtgeving rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat op thematisch niveau sterk met elkaar overeenkomen. Op het niveau van vorm zitten echter duidelijke verschillen in de wijze waarop de nieuwsberichtgeving is geconstrueerd.

In de items van het *NOS Journaal* spelen een aantal *formatting devices* een centrale rol in de constructie van de frames. De manier waarop het *Journaal* gebruik maakt van *direct address*, van door *voice-over* ondersteunde illustratieve (historische) fragmenten en van een correspondent als expert, draagt bij aan het construeren van autoriteit. In het licht van John Hartley's werk kunnen deze aspecten worden beschouwd als klassieke strategieën voor het televisienieuws. Bij *NOS: the series* spelen hele andere *formatting devices* een rol in het construeren van de frames. In deze items is geen presentator, correspondent of *voice-over* te horen, maar hier wordt de kijker alleen geadresseerd met teksten die in beeld verschijnen. Deze teksten zijn vaak provocatief en ongenueanceerd van aard, in tegenstelling tot de teksten van de presentatoren in het journaal, waar men duidelijk een objectieve positie probeert na te streven door nuance en balans te zoeken met de gekozen woorden (tabel 3).

Tabel 3.

<i>NOS Journaal</i>	<i>NOS: the series</i>
Hoe spannend is het eerste verkiezingsdebat?	Gevecht van het jaar: Clinton versus Trump, Round 1.
Zij (Clinton) gepokt en gemazeld in de politiek.	Dossiervreter Clinton.
Hij (Trump) de absolute buitenstaander.	Vuurspuwer Trump.
Spannend want, onvoorspelbaar.	Een TV debat win of verlies je, fouten zijn dodelijk.

De items van *NOS: the series* bestaan uit *mashups*, opgebouwd uit een grote diversiteit aan videofragmenten, muziek, animatie en fotobewerking. De wijze waarop deze elementen gecombineerd worden ingezet voor het creëren van nieuwe vormen, vertoont duidelijke koppelingen met het concept *spreadability*. Hierbij worden voornamelijk parodievormen geconstrueerd die breed gedeelde referenties aan pop

culturele elementen bevatten. Daarnaast wordt de bestaande controverse tussen de kandidaten Trump en Clinton ingezet in vormen die deze controverse uitvergroten.

Op basis van deze waarnemingen valt in relatie tot de centrale onderzoeksvraag te concluderen dat het *spreadable* maken van nieuwsitems op het platform *NOS: the series* ten opzichte van het traditionele *NOS Journaal*, duidelijke consequenties heeft voor de wijze waarop de nieuwsberichtgeving is geconstrueerd. Om *spreadability* te stimuleren zijn frames zoals *strijd* en *performance* vormgegeven in parodiërende en controverse versterkende contexten. Met behulp van montage, fotobewerking, animatie en muziek zijn de frames, die ook in het *NOS Journaal* dominant zijn, door *NOS: the series* uitvergroot en als een meer sensationele weergave van het nieuws geconstrueerd. (Figuren 36 en 37).



Fig 36 & 37. De hoofdpersonen Clinton en Trump in het *NOS Journaal* en in *NOS: the series*.

Conclusie en discussie

Aan de hand van een vergelijkende framinganalyse is in deze scriptie naar een antwoord gezocht op de centrale onderzoeksvraag: Welke consequenties heeft het *spreadable* maken van nieuwsberichtgeving rond het eerste Amerikaanse verkiezingsdebat, voor de wijze waarop het nieuws is geframed door de NOS op het platform *NOS: the series*?

De conclusie die kan worden getrokken op basis van de uitgevoerde analyse is dat de dominante frames die zijn vastgesteld in de nieuwsberichtgeving van *NOS: the series*, op thematisch niveau sterk overeenkomen met de dominante frames in de nieuwsberichtgeving van het *NOS Journaal*. Echter, op het niveau van woorden en vormgeving zijn duidelijke consequenties zichtbaar die voortvloeien uit het nastreven van *spreadability* in de items van *NOS: the series*. De woorden die in de items zorgen voor duiding zijn provocatief en ongenuanceerd van aard, in tegenstelling tot de meer gereserveerde woorden in het *NOS Journaal*. In de *mashup*-video's van *NOS: the series* worden de frames geconstrueerd met een parodiërende en controverser versterkende vormgeving die daarmee *spreadability* stimuleert. Hiermee worden de thema's die centraal staan in de nieuwsberichtgeving uitvergroot en op een sensationele wijze weergegeven in de items van *NOS: the series*.

De consequentie hiervan is dat fundamenteel commerciële elementen een prominente rol spelen in de constructie van de nieuwsberichtgeving, wat uitgaand van Debrett's betoog als onwenselijk kan worden beschouwd. Daarmee is in deze specifieke casus sprake van een vorm van nieuwsconstructie waarin, reflecterend op de *regimes of truth* die Hartley beschrijft, feitelijke en fictionele *regimes of truth* met elkaar worden samengebracht. Vanuit het besproken werk van Jenkins is dit gebied, waarin kijkers worden geconfronteerd met een mix van traditionele journalistieke conventies en parodie, een gebied waarin het publiek met een actieve houding op zoek moet naar betekenissen in de tekst.

De wijze waarop de NOS parodie inzet om een online publiek te bereiken met politieke thema's is problematisch te noemen. Ten eerste omdat de NOS zich op basis van duidelijke journalistieke idealen positioneert, die moeilijk verenigbaar zijn met een platform waarop thema's worden uitvergroot door parodie en het benadrukken van controverser. Ten tweede omdat de NOS het platform *NOS: the series* ondanks deze uitvergrotende vormen motiveert als een educatief verlengstuk van het journaal,

waarop de bezoeker de verkiezingen “beter leert begrijpen”.¹⁴⁰ Het feit dat de NOS het platform en de content daarmee als gelijkwaardig opneemt in haar reeds als onafhankelijke publieke nieuwsomroep gelegitimeerde media-aanbod, is illustratief voor de klaarblijkelijk onvermijdbare stap richting commerciële mediaomgevingen die publieke omroepen moeten zetten in het veranderende medialandschap. Door de race om snelle, originele en deelbare content te maken lijkt er geen verdieping of reflectie mogelijk in de nieuwsberichtgeving.

In dit onderzoek heb ik aan de hand van een specifieke casus, een indicatie kunnen geven van de consequenties die het *spreadable* maken van publieke nieuwsberichtgeving omtrent een politiek thema heeft voor de wijze waarop het nieuws wordt geframed. Vanuit de actuele ontwikkelingen rondom “*fake-news*” en “*alternative truths*” die in de inleiding zijn beschreven, is het relevant om meer onderzoek te doen naar de wijze waarop nationale publieke nieuwsomroepen, nieuwe omgangsvormen zoeken om buiten hun publieke kaders een online publiek te bereiken met politieke thema’s. Daarmee kan mogelijk meer inzicht worden vergaard in strategieën waarmee publieke nieuwsomroepen werkelijke journalistieke verdieping kunnen aanbieden buiten die kaders, zonder te zwichten voor commerciële principes.

¹⁴⁰ Hierbij moet worden aangetekend dat in de items van *NOS: the series* minimale historische en organisatorische informatie wordt verstrekt aan de kijker, waarmee het platform zich op dit vlak echter nauwelijks onderscheidt van de items in het *NOS Journaal*.

Bibliografie

Bardoel, Johannes, en Leen d'Haenens. "Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities: Practices and Reflections from the Netherlands." *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14(3) (2008): 351-360.

Debrett, Mary. "Riding the Wave: Public Service Television in the Multi-platform Era." *Media Culture & Society* 31(5) (2009): 807-827.

Hall, Stuart. "The Structured Communication of Events." In *Society and the Social Sciences: An Introduction*, geredigeerd door David Potter, 269-289. Londen, New York: Routledge, 1989.

Hartley, John. *Tele-Ology: Studies in Television*. Londen, New York: Routledge, 1992.

Jenkins, Henry. *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2008.

Jenkins, Henry, Sam Ford en Joshua Green. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press, 2013.

Kessler, Frank, en Mirko T. Schäfer. "Navigating YouTube: Constituting a Hybrid Information Management System." In *The Youtube Reader*, geredigeerd door Pelle Snickars en Patrick Vonderau, 275-291. Stockholm: National Library of Sweden, 2009.

Klein Shagrir, Oranit, en Heidi Keinonen. "Public Service Television in a Multi-platform Environment: A Comparative Study in Finland and Israel." *Journal of European Television History & Culture* vol. 3, (2014): 14-23.

Reese, Stephen D. "A Bridging Model for Media Research." In *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, geredigeerd door Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy, Jr. en August E. Grant, 7-31. Mahwah, New Jersey: Taylor & Francis e-Library, 2008.

Van Dijck, José, en Thomas Poell. "Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media." *Television & New Media* 16(2) (2015): 148-164.

Van Gorp, Baldwin. "Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis." In *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, geredigeerd door Paul D'Angelo en Jim A. Kuypers, 84-109. Florence: Taylor & Francis, 2010.

Van Gorp, Baldwin. "The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In." *Journal of Communication* 57(2007): 60-78.

Onlinebronnen

Facebookpagina NOS: "Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle?" Geraadpleegd op 23 januari 2017. <https://www.facebook.com/nos/videos/bc.AboQUalNGB>

Introductietekst NOS: the series: Geraadpleegd op 23 januari 2017. <https://lab.nos.nl/>

Missie van de NOS: Geraadpleegd op 23 januari 2017. <https://over.nos.nl/organisatie/taken-visie>

NOS-artikel: "Auteur nep nieuws verdient 10.000 dollar per maand heeft spijt." <http://nos.nl/artikel/2143615-auteur-nep-nieuws-verdient-10-000-dollar-per-maand-en-heeft-spijt.html>

NOS-artikel: "Nep nieuws ook in Nederland potentieel gevaarlijk." Geraadpleegd op 23 januari 2017. <http://nos.nl/artikel/2143953-nep-nieuws-op-internet-ook-in-nederland-potentieel-gevaarlijk.html>

Toelichting NOS Lab. Geraadpleegd op 23 januari 2017. <https://lab.nos.nl/>

Onderzoeksmateriaal

Item 1.

NOS 20.00 uur Journaal – maandag 26 september 2016. http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894

Item 2.

NOS 20.00 uur Journaal – dinsdag 27 september 2016. http://www.npo.nl/nos-journaal/27-09-2016/POW_02990895

Item 3.

NOS: the series. "Slijp de messen, de debatten komen eraan" (21-09-2016) <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>

Item 4.

NOS: the series. "Gevecht van het jaar: Clinton versus Trump, Round 1" (25-09-2016) <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134370>

Item 5.

NOS: the series. "Zet je schrap! Hoe hard, schaamteloos of saai wordt het eerste debat" (26-09-2016) <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134586>

Item 6.

NOS: the series. "Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle? Oordeel zelf.." (27-09-2016) <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>

Bijlage 1 – Matrixen NOS 20.00 uur Journaal en NOS: the series

(Analyse – Eerste Amerikaanse verkiezingsdebat (26 september 2016))

NOS 20.00 uur Journaal

Item 1.

NOS 20.00 uur Journaal – maandag 26 september 2016.

http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894

<i>Bron tekst</i>	<i>Framing devices</i>	<i>Formatting devices</i>	<i>Reasoning devices</i>
RT: “Vannacht staan ze voor het eerst in deze campagne, oog in oog.”	a/ “Oog in oog”,	Aankondiging item. Beelden pratende Trump en Clinton in juxtaposition.	1.1. (referentie aan rivaliteit en strijd.)
RT: “Hoe spannend kan een campagne zijn voor de presidentsverkiezingen? Hoe spannend is dan wel niet het eerste tv-debat? Vannacht staan Donald Trump en Hillary Clinton tegenover elkaar, spannend, want onvoorspelbaar. Dat geldt overigens niet voor de kijkcijfers, die worden hoe dan ook, enorm.”	a/ “Hoe spannend” “Onvoorspelbaar” b/ “De kijkcijfers worden hoe dan ook enorm”	Item vormt het zesde en laatste item van de uitzending. Achter Trip in beeld: “ <i>Commission on presidential debates</i> ” met een signatuur van een cameraman.”	1.2 (Beloften die bijdragen aan het “must-see” karakter van het debat). Afbeelding steunt voorbeschouwend karakter. 1.3 (Benadrukking als een “must-see event”, ongeacht wat er gaat gebeuren.)
WZ: “Op dit podium hierachter zullen ze dan later vannacht de degens gaan kruisen. (...) En de dynamiek tussen deze twee, zal natuurlijk cruciaal zijn.”	a/ “De degens gaan kruisen”	Verslaggever houdt foto’s Clinton en Trump in zijn hand, op de achtergrond is het podium te zien waarop debat plaatsvindt.	1.4 (Symbolische referentie aan gevecht en conflict.)
WZ: (voice-over) “Dynamiek zoals het allereerste TV-debat, vandaag exact 56 jaar geleden. Een charmante, gezond	a/ “Strijd gestreden” b/ “Charmant vs. bleek en argwanend”	Archiefbeelden van debat tussen Kennedy en Nixon.	1.5 (Gevecht en conflict) 1.6 (Focus op uiterlijkheden en performance van

ogende Kennedy tegen een bleke, argwanend kijkende Nixon. Strijd gestreden.”			kandidaten: performance is doorslaggevend voor het behalen van een overwinning.)
WZ: “Zelden was een eerste debat zo onvoorspelbaar, en dat komt natuurlijk allemaal door deze man (toont foto van Trump), want Donald Trump laat zich niet regisseren. Hij bereid zich ook nauwelijks voor op dit debat en hij is natuurlijk ontzettend impulsief. De ene keer kan hij zeer fel uit de hoek komen (...) En de andere keer is hij juist charmant, bijna op het ongemakkelijke af.” (...)	a/ “Zo onvoorspelbaar” b/ “De ene keer (...) de andere keer”.	Verslaggever houdt foto Trump omhoog en kijkt ernaar terwijl hij spreekt. Illustraties met filmfragmenten van ongemakkelijke uitspraken van Trump tegenover twee vrouwen.	1.7 (Bijdrage “must-see event”) 1.8 (Referentie aan Trump’s problematische omgang met vrouwen en personificatie van Trump als (ongeschikte politieke) buitenstaander.
“Ja dat was twee keer Trump met een vrouw, en dat gaat komende nacht ook natuurlijk heel erg interessant worden. Eén advies alvast: loop niet dreigend op een vrouwelijke kandidaat af.”	“Dat gaat komende nacht ook natuurlijk heel erg interessant worden” “Loop niet dreigend op een vrouwelijke kandidaat af”	Fragment waarin Clinton tijdens een senaatsrace in 2000, dominant wordt benaderd door een mannelijke tegenstander.	1.9 Benadrukking van spanning in het debat, vanwege Trumps reputatie met vrouwen. 1.10 Een waarschuwing die veronderstelt dat Trump zich anders zal moeten gedragen dan hoe hij zich eerder heeft gepresenteerd, want anders zal het hem duur komen te staan.
WZ: “Voor miljoenen vrouwen is het debat sowieso komende nacht al een historisch moment, maar goed, wat dan, wat gaat zij doen? (toont foto van Clinton) Gaat ze haar	a/ “Voor miljoenen vrouwen is het debat sowieso komende nacht al een historisch moment”	Verslaggever toont foto van Clinton. Illustratie met filmfragment waarin All Gore een zuchtende	1.11 (Benadrukking van feministische waarde van Clinton als kandidaat, en daarmee ook het neerzetten van personificatie door

<p>eigen race rennen? Gaat ze Trump op kennis corrigeren of valt ze hem frontaal aan? 1 ding moet ze sowieso niet doen, en dat is dit (...) want arrogantie als dit, straft de kijker genadeloos af.</p>	<p>b/ "Eigen race rennen (...) Of valt ze hem frontaal aan?"</p> <p>c/ "Arrogantie als dit, straft de kijker genadeloos af."</p>	<p>houding aanneemt wanneer George Bush aan het spreken is.</p>	<p>een man vs. vrouwstrijd.)</p> <p>1.12 (<i>Political horse race</i>. Ook Referentie aan gevecht en conflict)</p> <p>1.13(Waarschuwing presenteert een personificatie van Clinton als arrogant. Ook een waarschuwing dat arrogantie niet tot succes zal leiden.</p>
<p>WZ: Wat het ook onvoorspelbaar maakt zijn de peilingen, want die liggen zo dicht bij elkaar dat niemand van de kandidaten zich kan veroorloven om maar rustig achterover te leunen. Zeker nu met alle spanningen in Amerika, over veiligheid, over terrorisme, over politiegeweld, zullen de kijkers elk woord nauwkeurig meten.</p>	<p>a/"Onvoorspelbaar"</p> <p>b/"Alle spanningen in Amerika"</p> <p>c/"Kijkers zullen elk woord meten"</p>	<p>Verslaggever staat zonder verdere illustratie voor het podium, waar medewerker druk bezig zijn met de opbouw van het podium.</p>	<p>1.14 (Bijdrage "must-see event")</p> <p>1.15 (legitimering voor te verwachten scherpte in het debat)</p> <p>1.16 (Het publiek is bij voorbaat, gegarandeerd kritisch.)</p>
<p>WZ: Die kijkers trouwens, daar zullen er komende nacht wel honderd miljoen van zijn en een heleboel daarvan vinden eigenlijk allebei deze kandidaten, helemaal niets, dus zij hebben komende nacht op dit podium, echt wat te bewijzen.</p>	<p>a/"Wel honderd miljoen kijkers"</p> <p>b/"Heleboel vinden beide kandidaten helemaal niets"</p> <p>c/"Echt wat te bewijzen"</p>		<p>1.17 (Bijdrage "must-see event")</p> <p>1.18 (Benadrukking verdeeldheid)</p> <p>1.19 (legitimering van te verwachten scherpte in het debat)</p>

RT = Rob Trip

WZ = Wouter Zwart

Item 2.

NOS 20.00 uur Journaal – dinsdag 27 september 2016.

http://www.npo.nl/nos-journaal/27-09-2016/POW_02990895

<i>Bron tekst</i>	<i>Framing devices</i>	<i>Formatting devices</i>	<i>Reasoning devices</i>
RT: “En waarschijnlijk het best bekeken verkiezingsdebat ooit.”	a/ “Het best bekeken”	Aankondiging item. Beeld van Trump en Clinton het op podium.	<u>2.1</u> (must-see event.)
RT: “Ja.. zo ging dat...” (fragment)		Item vormt het derde item in een reeks van zeven items. Instart fragment waarin Trump zegt een betere mentaliteit te hebben dan Clinton. En waarin hij zegt dat Clinton een problematische mentaliteit heeft.	<u>2.2</u> (Personificatie en conflict.)
RT: “Zij, gepakt en gemazeld in de politiek. Hij, de absolute buitenstaander , van wie van tevoren vooral de vraag was, zou hij zich inhouden? Zou hij zich, presidentieel gedragen?”	a/ “Zij gepakt en gemazeld” “De absolute buitenstaander” “Zou hij zich inhouden? Zou hij zich presidentieel gedragen?”		<u>2.3</u> Het benadrukken van strijd tussen een gevestigde naam en een underdog. <u>2.4</u> Aankondiging die beroep doet op retorische spanning. Ook Trump als onvoorspelbaar e persoon.
Blok met fragmenten uit het debat.		Visual: “Economie” Fragment van Clinton over economische plannen. Trump valt in de reden met de beschuldiging dat	<u>2.5</u> De fragmenten benadrukken persoonlijke strijd en de strijd tussen man en vrouw.

		<p>Clinton geen plan heeft.</p> <p>Visual: “Beschuldigingen” Trump belooft zijn belastingaangiften openbaar te maken. Ook referentie aan de e-mails van Clinton.</p> <p>Visual: “Vrouwen” Trump zegt dat Clinton niet het uiterlijk en het uithoudingsvermogen heeft van een president. Clinton herinnert het publiek aan alles wat Trump eerder heeft gezegd over vrouwen.</p>	<p>2.6 Bevestiging van idee over Trump als ongemaniert, lege beloften en seksistisch.</p>
<p>RT: “Ja Wouter Zwart, in New York, Wouter ja in Amerika zijn de media er wel uit, Clinton heeft gewonnen, waarom zeggen ze dat?”</p>	<p>“Clinton heeft gewonnen”</p>		<p>2.7 Het debat als strijd.</p>
<p>WZ: “De conclusie in veel commentaren lijkt toch wel te zijn dat Clinton meer ervaring toonde, meer kennis van zaken dan Trump. En dat Donald Trump zichzelf ook wat schade heeft toegebracht de afgelopen nacht. Hij begon zo sterk, echt als een woordvoerder van onvrede in Amerika, over werkgelegenheid,</p>	<p>“Clinton meer ervaring toonde, meer kennis van zaken dan Trump”</p> <p>“En dat Donald Trump zichzelf ook wat schade heeft toegebracht.”</p> <p>“(…) hij leek te verzanden in controverse in zijn eigen persoon, over belastingen, over racisme, over vrouwenvriendelijkh</p>		<p>2.8 Trump is woordvoerder van onvrede in Amerika, maar zijn controverse overheerste.</p> <p>2.9 De performance van Trump was schadelijk voor zijn eigen kansen, dit vormt een onderbouwing van</p>

<p>over veiligheid, maar hoe langer dat debat afgelopen nacht duurde, hoe meer hij leek te verzanden in controverse in zijn eigen persoon, over belastingen, over racisme, over vrouwonvriendelijkheid, en dat heeft hem niet heel veel goed gedaan.</p>	<p>eid. En dat heeft hem niet heel veel goed gedaan.”</p>		<p>positionering van Clinton als winnaar van het debat.</p>
<p>RT: “Nee, maar gaat dit nou veel betekenen met het oog op de verkiezingen? Want daar gaat het om.</p>	<p>“Gaat dit nou veel betekenen met het oog op de verkiezingen?”</p>		<p>2.10 Vraag illustreert de dominantie van randzaken in het debat.</p>
<p>WZ: “Ja de mensen die een groot vertrouwen hebben en hadden in Donald Trump, die zullen toch niet zijn teleurgesteld de afgelopen nacht. Maar het gaat natuurlijk om de mensen die hij nog moet binnenhalen om uiteindelijk van Hillary Clinton te winnen. En die twijfelende kiezer, die zwevende kiezer, zo blijkt nu, die was helemaal niet onder de indruk van Donald Trump, afgelopen nacht. En ook de democratische kiezers die de afgelopen maanden een beetje zijn gaan twifelen, aan de bedoelingen en het beleid van Hillary Clinton, die lijken weer een beetje te</p>	<p>“(…) die zullen toch niet zijn teleurgesteld de afgelopen nacht.”</p> <p>“Die zwevende kiezer, die was helemaal niet onder de indruk van Donald Trump, afgelopen nacht”</p> <p>“Die (democratische kiezers) lijken weer een beetje te zijn gerustgesteld”</p> <p>“Dus dit kan, ik herhaal dit kan, enigszins positief voor haar uitpakken”</p> <p>“Maar goed, dit was natuurlijk debat nummer één”</p> <p>“Dus er kan nog van alles gebeuren jongens”</p>		<p>2.11 Veronderstelling dat de achterban van Trump niet geïnteresseerd is in inhoud.</p> <p>2.12 Met de wijze waarop Trump zich heeft gepresenteerd wint hij geen nieuwe kiezers.</p> <p>2.13 Het opmaken van een tussenbalans.</p> <p>2.14 Het benadrukken van een open houding ten opzichte van de ontwikkelingen in de verkiezingsstrijd: We weten</p>

<p>zijn gerustgesteld afgelopen nacht. Dus dit kan, ik herhaal dit kan, enigszins positief voor haar uitpakken. Maar goed, dit was natuurlijk debat nummer één. We hebben nog vicepresidentieel debat, en daarna nog twee presidentiele debatten dus er kan nog van alles gebeuren jongens.</p>			<p>nog niets, de verkiezingen zijn nog niet beslist.</p>
<p>RT: "Ja, er komt nog veel meer. Wouter, dankjewel."</p>	<p>"Ja, er komt nog veel meer"</p>		<p><u>2.15</u> We weten nog niets, de verkiezingen zijn nog niet beslist.</p>

NOS: The Series

Item 3. "Slijp de messen, de debatten komen eraan" (21-09-2016)

<http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>

<i>Bron tekst</i>	<i>Framing devices</i>	<i>Formatting devices</i>	<i>Reasoning devices</i>
<p>Titel item: "Slijp de messen, de debatten komen eraan."</p> <p>Tagline: "Behaalde resultaten uit het verleden zijn geen garantie voor de toekomst. Maar toch, Clinton en Trump kennen hun klassiekers om ongenadig hard uit te halen."</p>	<p>"Slijp de messen"</p> <p>"Om ongenadig hard uit te halen" (Onduidelijk wat hier precies bedoeld wordt, maar lijkt vooral een belofte voor strijdvaardigheid.</p>		<p><u>3.1</u> Referentie aan fysieke strijd.</p>
<p>Tekst in beeld: "De strijd om het Witte"</p>	<p>"De strijd"</p>		<p><u>3.2</u> Strijd en personificatie.</p>

Huis begint pas echt tijdens de debatten. Wat vinden ze nou eigenlijk van elkaar?"	"Wat vinden ze nou eigenlijk van elkaar?"		
Audiofragment Trump: "Ze ziet er in ieder geval niet presidentieel uit. Dit is geen president." Audiofragment Clinton: "We moeten een president kiezen, geen dictator."	"Ze ziet er in ieder geval niet presidentieel uit. Dit is geen president." "We moeten een president kiezen, geen dictator."	Rechts in beeld: afbeelding Trump, naar links kijkend. Links in beeld: afbeelding Clinton, naar rechts kijkend.	3.3 Personificatie door nadruk op uiterlijkheden. 3.4 Tegenstelling kandidaten in beeld creëert een afstandelijk beeld tussen de twee personen. 3.5 Personificatie door tegenstander niet te erkennen als democratische kandidaat.
Tekst in beeld: "De messen zijn geslepen" "Een TV debat win of verlies je" "Fouten zijn dodelijk" "Kennen ze hun klassiekers?"	"De messen zijn geslepen" "Win of verlies je" "Fouten zijn dodelijk" "Kennen ze hun klassiekers?"	Start spannende muziek onder montage.	3.6 Referentie aan fysieke strijd en presentatie van het debat in termen van winst en verlies. 3.7 Focus op uiterlijk en performance: "Een fout in performance is dodelijk." 3.8 Referentie naar klassieke fouten of retorische technieken in debatten.
Tekst in beeld: "1960 Nixon vs. Kennedy." "Het eerste TV debat, Nixon inhoudelijk sterker, Kennedy won."	"Nixon inhoudelijk sterker, Kennedy won."	Fragment: 1960, Debat tussen Nixon en Kennedy.	3.9 Een focus op performance, dat van doorslaggevend belang is in het debat.
Tekst in beeld: "1984 Reagan vs. Mondale"	"Ik zal het gebrek aan ervaring van	Fragment: 1984, Debat tussen	3.10 Personificatie door kritiek op competenties van

<p>“Reagan was oud, nadeel werd voordeel door deze zin..”</p> <p>Reagan: “Ik zal leeftijd geen onderwerp van discussie maken in deze campagne. Ik zal het gebrek aan ervaring van mijn tegenstander niet misbruiken”</p>	<p>mijn tegenstander niet misbruiken.”</p>	<p>Reagan en Kennedy.</p>	<p>politieke tegenstander.</p>
<p>Tekst in beeld: “1992 James Stockdale. Oorlogsheld, Stuntelt zich door debatten, weet het soms niet meer”</p>		<p>Fragment: 1992 James Stockdale</p>	
<p>Tekst in beeld: “Publiek stelt vragen, Bush kijkt op horloge en mist vraag”</p>		<p>Fragment: 1992 Clinton vs. Bush</p>	
<p>Tekst in beeld: “Foute lichaamstaal. Gore wil imponeren maar dat mislukt”</p>		<p>Fragment: 2000 Bush vs. Gore.</p>	<p>3.11 Alle historische fragmenten focussen op het slagen of falen op basis van uiterlijkheden en performances.</p>
<p>Tekst in beeld: “Hun eerste clash”</p> <p>“Live op TV”</p> <p>“Met moddergooien”</p> <p>“Hoe gênant wordt het?”</p>	<p>“Clash”</p> <p>“Live op tv”</p> <p>“Moddergooien”</p> <p>“Hoe gênant wordt het?”</p>	<p>Fragment: Clinton zwaait naar fans.</p> <p>Fragment: Trump wordt gehaast door beveiligers van het podium gehaald.</p> <p>Fragment: Clinton zwaait naar fans.</p> <p>Fragment: Trump zwaait naar fans.</p>	<p>3.12 Clash en moddergooien impliceren een (ordinaire) strijd.</p> <p>3.13 Vaststellen van een heersende opvatting over de presidentskandidaten: Het is niet de vraag óf het gênant wordt, maar hoe gênant. Aanmoediging om te gaan kijken naar het debat.</p>

			3.14 Fragmenten en muziek versterken dreigende, sensationele sfeer.
--	--	--	--

Item 4. "Gevecht van het jaar: Clinton versus Trump, Round 1" (25-09-2016)

<http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134370>

<i>Bron tekst</i>	<i>Framing devices</i>	<i>Formatting devices</i>	<i>Reasoning devices</i>
<p>Titel item: Gevecht van het jaar: Clinton versus Trump, Round 1</p> <p>Tagline: "Gaat vuurspuwer Donald met modder smijten? Houdt dossiervreter Hillary zich aan de inhoud? Het eerste debat is aanstaande. Dit is jouw gids voor de rechtstreekse confrontaties"</p>	<p>"Gevecht van het jaar"</p> <p>"Clinton versus Trump"</p> <p>"Vuurspuwer, met modder smijten"</p> <p>"Dossiervreter"</p> <p>"Dit is jouw gids"</p>		<p>4.1 Referentie aan strijd, met jargon uit de bokswereld.</p> <p>4.2 Connotatie met monster en primitieve strijd.</p> <p>4.3 Karakterisering van Clinton als inhoudsdeskundige.</p> <p>4.4 Legitimering van het item als (waardevolle) ordeschepper in chaos. Tevens referentie aan strijd.</p>
<p>Tekst in beeld: "De grote aftrap, debat nr 1."</p> <p>"De eerste rechtstreekse confrontatie"</p> <p>"Een recordaantal kijkers wordt verwacht"</p>	<p>"De grote aftrap"</p> <p>"Rechtstreekse confrontatie"</p> <p>"Recordaantal kijkers"</p>	<p>Muziek: "Talk that Talk" – Rihanna.</p> <p>Montage van beelden waarin locatie debat in beeld is en hoe arbeiders het podium opbouwen.</p>	<p>4.5 Symbolische popmuziek.</p> <p>4.6 Debat in sporttermen benadrukken als must-see event.</p> <p>4.7 Strijd.</p>
<p>Tekst in beeld: "Gooit Trump met modder?"</p>	<p>"Modder"</p> <p>"De inhoud"</p>	<p>Pratende Trump en Clinton in juxtaposition.</p>	<p>4.8 Karakterisering van Trump als ordinair en Clinton als inhoudelijk.</p>

“En blijft Hillary bij de inhoud? ”			
“Debat nr 2.” “Debat nr 3.”		Animatie kalender: 9 oktober Animatie kalender: 19 oktober.	4.9 Context bij reeks debatten, legitimerende functie van The series als verschafter van achtergrondinformatie.
Tekst in beeld: “Organisatie: onafhankelijke commissie met leden van de twee partijen.”		Muziek: “Keep Talking” – Pink Floyd.	4.10 Achtergrondinformatie organisatie debat.
Tekst in beeld: “Debat 1 en 3. 6 onderwerpen, 15 minuten per onderwerp.		Juxtaposition Trump en Clinton.	4.11 Achtergrondinformatie organisatie debat.
“Dat lijkt lang, maar is kort vergeleken met Lincoln – Douglas in 1858” “Zij voerden 7 debatten van elk 3 uur”		Zwart-wit portret van Lincoln en Douglas in beeld.	4.12 (Historische) algemene context bij tijdsduur debat. Legitimering van het platform als informatief.
Tekst in beeld: “Het publiek doet mee in debat 2: een town-hall meeting”		Zaal presentatie van Trump in beeld.	4.13 Context bij reeks debatten. Legitimering van het platform als informatief.
Tekst in beeld: “De datum van het eerste debat heeft een historisch tintje” “Nixon versus Kennedy” “Nixon won op inhoud , Kennedy op uitstraling”		Archiefbeelden Kennedy en Nixon in eerste televisiedebat. Beelden inauguratie Kennedy.	4.14 Suggestie voor een parallel tussen Nixon en Kennedy, en Trump en Clinton: Karakterisering van inhoud tegen uitstraling.

Item 5. “Zet je schrap! Hoe hard, schaamteloos of saai wordt het eerste debat” (26-09-2016)

<http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134586>

<i>Bron tekst</i>	<i>Framing devices</i>	<i>Formatting devices</i>	<i>Reasoning devices</i>
<p>Titel item: “Zet je schrap! Hoe hard, schaamteloos of saai wordt het eerste debat?”</p> <p>Tagline: “Eigenlijk kan het alleen maar tegenvallen. Al dagen, weken, nee maanden kijken ze er naar uit. De campus van Hofstra University is het decor waar het best bekeken TV-debat ooit plaatsvindt.</p>	<p>“Zet je schrap”</p> <p>“Hoe hard, schaamteloos of saai”</p> <p>“Eigenlijk kan het alleen maar tegenvallen.”</p>		<p>5.1 Vooruitblik in termen van uitersten. Bijdrage aan het debat als een must-see event.</p> <p>5.2 “Door alle voorgaande speculatie kan het debat nooit zo spectaculair worden als verwacht”. Impliciete beaming dat eerdere beeldvorming overdreven is geweest.</p>
<p>Tekst in beeld: “Live from New York”</p> <p>“Clinton versus Trump: Ronde 1”</p>	<p>“Live from New York”</p>	<p>Beelden Hofstra University.</p>	<p>5.3 Het benadrukken van <i>Liveness</i>, en daarmee het must-see karakter van het debat.</p>
<p>Tekst in beeld: “Bij de Amerikaanse nieuwszenders stijgt de spanning”</p>	<p>“Stijgt de spanning”</p>	<p>Amerikaanse journaalfragmenten waarin vooruit wordt geblikt op het debat.</p>	<p>5.4 Benadrukken van in Amerika aanwezige spanning als legitimering voor dit NOS item, dat ook vooruitblik op het debat.</p>
<p>“In 2008 en 2012 waren hier ook presidentsdebatten”</p> <p>“Hofstra University is in 1935 gesticht met geld van William Hofstra”</p> <p>“De zoon van Nederlandse emigranten en</p>		<p>Beelden Hofstra University.</p>	<p>5.5 (Historische) algemene context bij het debat.</p>

<p>steenrijk houthandelaar”</p> <p>“Slechts een paar studenten zullen bij het eerste debat zijn”</p>			
		<p>Geïnterviewde studenten aan het woord over hun favoriet en de reden van hun eigen aanwezigheid.</p>	<p>5.6 Benadrukken must-see event.</p>
<p>Tekst in beeld: “Dagen en weken zijn er in de voorbereiding gaan zitten”</p> <p>“Er komen drie grote thema’s aan bod tijdens het debat: -Welke richting moet Amerika op? -Hoe bereiken we meer welvaart en voorspoed? -En hoe maken we Amerika veiliger?”</p>	<p>“Welke richting moet Amerika op?”</p> <p>“Hoe bereiken we meer welvaart en voorspoed?”</p> <p>“En hoe maken we Amerika veiliger?”</p>	<p>Beelden opbouw decor.</p>	<p>5.7 Context inhoudelijke thema’s debat.</p>
<p>Tekst in beeld: “Maar de belangrijkste vraag is nog niet beantwoord..”</p> <p>Journalist: “Waar gaat Donald Trump staan?”</p> <p>Medewerker: “Ik weet het niet”</p> <p>Tekst in beeld: “Haha! Als we de repetities mogen geloven staat hij links”</p>			<p>5.8 Voorgaande inhoudelijke context wordt onderuit gehaald door prominenter maken van vormelijk aspect.</p>

Item 6. "Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle? Oordeel zelf.." (27-09-2016)
<http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>

<i>Bron tekst</i>	<i>Framing devices</i>	<i>Formatting devices</i>	<i>Reasoning devices</i>
<p>Titel item: "Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle? Oordeel zelf.."</p> <p>Tagline: "De eerste rechtstreekse confrontatie tussen Hillary Clinton en Donald Trump is een feit. Afgelopen nacht kruisten ze de degens in het eerste televisiedebat op weg naar de presidentsverkiezingen."</p>	<p>"Ronde 1: bokswedstrijd of rapbattle?"</p> <p>"De eerste rechtstreekse confrontatie"</p> <p>"Kruisten ze de degens"</p>		<p>6.1 Referentie aan persoonlijke fysieke strijd.</p> <p>6.2 Kandidaten spreken in soundbites.</p> <p>6.3 Symbolische referentie aan gevecht en conflict.</p>
<p>Voice-over stem: "Lady's and gentlemen, let's get ready to rumble!"</p>	<p>"Lady's and gentlemen, let's get ready to rumble!"</p>	<p>Fragment: Trump en Clinton betreden het podium en schudden elkaars hand.</p>	<p>6.4 Referentie aan bokswedstrijd, (persoonlijke fysieke strijd).</p>
<p>Tekst in beeld: "Ronde 1."</p>	<p>"Ronde 1."</p>	<p>Animatie in de vorm van klassieke Arcade games: Gezichten van Clinton en Trump tegenover elkaar, boven een boksring, en twee bokshandschoenen die aftikken voor een boks ronde. Geluid: Stoten die worden uitgedeeld. Muziek: rap beat.</p>	<p>6.5 Referentie aan bokswedstrijd, (persoonlijke fysieke strijd).</p>
		<p>Fragmenten (soundbites): Trump en Clinton beschuldigen elkaar van uiteenlopende zaken. Bij elke uitspraak is een bokshandschoen</p>	<p>6.6 Personificatie en conflict.</p>

		gemonteerd die een “tik” uitdeelt.	
Tekst in beeld: “Ronde 2.”	“Ronde 2”	Zelfde animatie als bovenstaande. Nu met rinkelende bel. Muziek: rapbeat.	6.7 Referentie aan bokswedstrijd, (persoonlijke fysieke strijd).
		Fragmenten: Opnieuw fragmenten (soundbites) waarin Trump en Clinton elkaar beschuldigen.	6.8 Personificatie en conflict.
Tekst in beeld: “Ronde 3.”	“Ronde 3”	Zelfde animatie met bokshandschoenen, met geluid van vechtkreten.	6.9 Referentie aan bokswedstrijd, (persoonlijke fysieke strijd).
		Fragmenten: Weer fragmenten (soundbites) waarin de kandidaten elkaar persoonlijk aanvallen.	6.10 Personificatie en conflict.
Tekst in beeld: “Ronde 4.”	“Ronde 4”	Animatie met bokshandschoenen, Aziatisch-achtig geschreeuw en geluid van “tikken”.	6.11 Referentie aan bokswedstrijd, (persoonlijke fysieke strijd).
		Fragmenten (soundbites) waarin kandidaten elkaar persoonlijk aanvallen.	6.12 Personificatie en conflict.
		Afsluiting: Trump en Clinton beloven elkaar te zullen steunen en schudden elkaar de hand. De geanimeerde bokshandschoenen slaan veelvuldig op het koppel, ondersteund met geluid van de bel en opnieuw “tikken.”	6.13 Referentie aan bokswedstrijd, (persoonlijke fysieke strijd). 6.14 Overdrijving van strijd.

Bijlage 2 – Terugkerende thema's en dominante frames

NOS 20.00 uur journaal

De in de eerste fase genoteerde *reasoning devices* uit de twee items van het *NOS Journaal* zijn hieronder ingedeeld in vier algemene associaties, namelijk strijd, must-see event, seksestrijd en inzet debat. Deze vier associaties zijn teruggebracht tot een selectie van twee dominante frames in de nieuwsuitzendingen.

Items NOS 20.00 uur journaal

<i>Terugkerende reasoning devices</i>	Dominante frames
<p>1. Strijd: -Referenties aan rivaliteit en strijd. -Symbolische referenties aan gevecht en conflict.</p> <p>2. Must-see event: -Beloften die bijdragen aan het “must-see” karakter van het debat. -Benadrukking als een “must-see event”, ongeacht wat er gaat gebeuren. -Bijdrage “must-see event”. -Legitimering voor te verwachten scherpte in het debat.</p> <p>3. Seksestrijd: -Referentie aan Trump’s problematische omgang met vrouwen. -Benadrukking van feministische waarde van Clinton als kandidaat, en daarmee ook het neerzetten van personificatie door een man vs. vrouw-strijd. -Waarschuwend advies voor Clinton om Trump serieus te nemen als onvoorspelbare tegenstander en om zelf niet arrogant te zijn.</p> <p>4. Maatschappelijke onrust: -Het publiek is bij voorbaat, gegarandeerd kritisch. -Benadrukking verdeeldheid. -Legitimering van te verwachten scherpte in het debat. -Trump is woordvoerder van onvrede in Amerika, maar zijn controverser overheerste.</p>	<p>- Personificatie van het debat</p> <p>- Seksestrijd</p> <p>- <i>Must-see event</i></p>

NOS: the series

De in de eerste fase genoteerde *reasoning devices* uit de vier items van *NOS: the series* zijn hieronder ingedeeld in vier algemene associaties, namelijk strijd, historie/organisatie verkiezingsdebat, vorm versus inhoud en *must-see event*.

Items NOS: the series

<p>Terugkerende reasoning devices</p> <p>1.Strijd: -Strijd en personificatie. -Het impliciet als dictator benoemen van tegenstander. -Connotatie met monster en primitieve strijd. -Slijp de messen. -Clash en moddergooien impliceren een (ordinaire) strijd. -Referenties aan de bokssport.</p> <p>2.Historie/organisatie verkiezingsdebat: -Context bij reeks debatten. -Achtergrondinformatie organisatie debat. -Historische algemene context bij tijdsduur debat.</p> <p>3.Vorm vs. Inhoud: -Personificatie door nadruk op uiterlijkheden. -Een fout in performance is dodelijk. -Referentie naar klassieke fouten of retorische technieken in debatten. -Karakterisering Trump als ordinair en Clinton als inhoudelijk -Kandidaten spreken in soundbites.</p> <p>4.Must-see event: -Het is niet de vraag óf het gênant wordt, maar hoe gênant. -Liveness benadrukken en daarmee must-see karakter. -Amerikaanse journaals blikken vooruit. -Studenten leven mee.</p>	<p>Dominante frames:</p> <p>-Het debat als strijd</p> <p>-Het debat als performance-kwestie</p> <p>-Het debat als must-see event</p>
--	--

Bijlage 3 - Lijst van figuren

Fig. 1 Verspreiding van content NOS: the series via Facebook. NOS Facebook, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, <https://www.facebook.com/search/top/?init=quick&q=de%20knokploegen%20van%20hillary&tas=0.8438962552526232>)

Fig. 2 *Frame package* gevisualiseerd. (Eigen illustratie)

Fig. 3 Voorbeeld van een gereconstrueerd *frame package*. (Eigen illustratie)

Fig. 4 Wouter Zwart op de locatie van het debat. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 5 Fragmenten die persoonlijke strijd illustreren. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/27-09-2016/POW_02990895)

Fig. 6 Fragmenten die persoonlijke strijd illustreren. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/27-09-2016/POW_02990895)

Fig. 7 Het illustreren van het belang van performance tijdens een debat. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 8 Het illustreren van het belang van performance tijdens een debat. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 9 Wouter Zwart vertelt over het onvoorspelbare karakter van Trump. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 10 Donald Trump beoordeelt een vrouw. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 11 Loop niet dreigend op een vrouw af. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 12 Wees niet arrogant. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 13 "Vrouwen" als centraal onderwerp. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/27-09-2016/POW_02990895)

Fig. 14 Trump valt Clinton af. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/27-09-2016/POW_02990895)

Fig. 15 Rob Trip kondigt het debat aan als een must-see event. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 16 Shot dat voorbereidingen op het debat toont. In NOS Achtuurjournaal, (Screenshot door Timo te Moller, 10-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 17 Het suggereren van een ordinaire strijd. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 14-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>)

Fig. 18 Trump wordt gehaast weggevoerd. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 14-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>)

Fig. 19 Beschuldigingen van Trump. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 14-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>)

Fig. 20 Beschuldigingen van Clinton. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 14-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>)

Fig. 21 Clinton krijgt een tik. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 14-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>)

Fig. 22 Een nieuw ronde in “de wedstrijd”. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>)

Fig. 23 Bokshandschoenen suggereren strijd tijdens het schudden van handen. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>)

Fig. 24 Clinton en Trump “staan lijnrecht tegenover elkaar”. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>)

Fig. 25 Clinton en Trump “staan lijnrecht tegenover elkaar”. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>)

Fig. 26 Historische voorbeelden van performance. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>)

Fig. 27 Historische voorbeelden van performance. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2133670>)

Fig. 28 Inhoud opzijgezet voor vorm. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134586>)

Fig. 29 Inhoud opzijgezet voor vorm. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 15-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134586>)

Fig. 30 Inhoud opzijgezet voor vorm. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 16-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134586>)

Fig. 31 Vooruitblikken op het debat. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 16-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134370>)

Fig. 32 Fragment uit Amerikaans journaal. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 16-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134586>)

Fig. 33 Een studente kijkt uit naar het debat. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 16-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134586>)

Fig. 34 De locatie voor het derde debat. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 16-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134370>)

Fig. 35 Informatie omtrent de opzet van het debat. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 20-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134370>)

Fig. 36 De hoofdpersonen Clinton en Trump in het Journaal en in NOS: the series. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 20-3-2017, http://www.npo.nl/nos-journaal/26-09-2016/POW_02990894)

Fig. 37 De hoofdpersonen Clinton en Trump in het Journaal en in NOS: the series. In NOS: the series, (Screenshot door Timo te Moller, 20-3-2017, <http://lab.nos.nl/projects/the-series/video/2134729>)