

# Populistische politiek: framing op Twitter en in verkiezingsprogramma's

Een vergelijking tussen de framingstechnieken van de Nederlandse politieke partij Forum voor Democratie en de Spaanse politieke partij VOX

Masterscriptie Communicatie, Beleid en Management aan de Universiteit Utrecht.  
Augustus 2022



**Universiteit Utrecht**

Algera, J.G.M. (5840821)

Dr. E.F. Loos

Dr. M.H. Winnubst

---



# Voorwoord

---

Hierbij het eindresultaat van mijn scriptie waarmee ik de masteropleiding Communicatie, Beleid en Management aan de Universiteit Utrecht afrond. De keuze voor een vergelijking tussen een Nederlandse en Spaanse politieke partij was geen toeval: naast mijn interesse in politieke communicatie heeft mijn bacheloropleiding Spaanse taal en cultuur mijn belangstelling voor Spanje aangewakkerd. In deze scriptie heb ik deze twee interesses kunnen combineren in een onderzoek waardoor mijn aandacht voor deze onderwerpen nog verder is toegenomen.

Ruim vijf maanden na de eerste ideeën over het onderwerp van deze scriptie, kan ik concluderen dat ik blij ben met het resultaat. Hoewel ik in deze vijf maanden verschillende *ups*- en *downs* heb gekend die invloed hebben gehad op het schrijven, hebben deze samen geleid tot de uiteindelijke presentatie van deze scriptie die voor u ligt. Tweemaal corona oplopen was niet bevorderlijk voor het schrijven, maar een paar dagen vertoeven in Pamplona tijdens de beroemde stierenvechters-week wel: in deze stad zag ik met eigen ogen het op-en-top nationalistische Spanje waar VOX voor staat, waardoor ik weer met een frisse blik naar mijn eigen bevindingen kon kijken.

Mijn dank gaat uit naar mijn begeleider Eugène Loos, die vanaf moment één enthousiast was over mijn vastbeslotenheid om een Spaans aspect toe te voegen in deze masterscriptie en met TEAMS-overleggen en geschreven feedback mij heeft gemotiveerd en begeleid tijdens het schrijfproces. Ook wil ik graag mijn vader bedanken, die met zijn kritische vragen mij vaker dan eens aan het denken heeft gezet over dit onderwerp. Daarnaast wil ik ook Desmond bedanken, die mij heeft gemotiveerd om door te zetten als ik soms door de bomen het bos niet meer zag. Tot slot wil ik op deze manier ook mijn dank uitspreken naar mijn oudste vriendin, die tot mijn verdriet in de beginperiode van het schrijven van deze scriptie op 96-jarige leeftijd is overleden. Mevrouw Bruinsma, zonder dat u het zelf weet, bent u een grote bron van inspiratie voor mij geweest.

Hartelijk dank,

Josanne Algera

Utrecht, augustus 2022.

# Samenvatting

---

Dit empirische onderzoek gaat in op de manieren waarop de Nederlandse politieke partij Forum voor Democratie (FvD) en de Spaanse politieke partij VOX gebruik maken van framing in hun tweets en in hun verkiezingsprogramma's over klimaatbeleid. Er is gekozen om de communicatie-uitingen te analyseren in de periode januari 2017 tot en met 2022 voor FvD, en januari 2018 tot en met 2022 voor VOX. Deze perioden zijn gekozen, aangezien in deze perioden in beide landen twee landelijke verkiezingen plaatsvonden waaraan de partijen meededen. Vanuit de verwachting dat beide partijen vergelijkbaar zijn wat betreft hun standpunten en politieke oriëntatie, is gekozen voor FvD en VOX. Om dit te onderzoeken is gekeken naar de partijen in het algemeen en naar hun overeenkomsten, waarna ze middels een literatuurreview zijn gecategoriseerd als radicaal-rechts populistische partijen. Daarnaast worden in de literatuurreview de concepten 'framing' en 'social media' besproken, om een beeld te schetsen van het analyseren van framing op het social media platform Twitter en daarnaast in verkiezingsprogramma's. Met dit onderzoek is de volgende onderzoeksvraag beantwoord: op welke manier gebruiken de Nederlandse politieke partij FvD en de Spaanse politieke partij VOX framing wanneer zij communiceren over een actueel onderwerp als het klimaatbeleid in hun Twitter-boodschappen en verkiezingsprogramma's en hoe kijken politieke communicatie experts hiernaar?

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van een kwalitatieve analyse van de twitterpagina's van FvD en VOX en van hoofdstukken uit de recentste verkiezingsprogramma's van deze partijen. Om de frames te analyseren, is gebruik gemaakt van de inzichten van Van Gorp (2006). Zijn inductieve manier van framing-analyse is in dit onderzoek toegepast, zodat er met een 'open blik' naar communicatie-uitingen van de partijen gekeken is. Op deze manier konden de frames beschreven worden zonder dat hier vooraf een manier van interpretatie voor was opgesteld. Verder zijn van de te analyseren tweets en programma's per partij twee tweets en één citaat uit het verkiezingsprogramma voorgelegd aan drie politieke communicatie experts: hoogleraren Baldwin van Gorp, Hans de Bruijn en Stefaan Walgrave. Door middel van interviews is aan hen gevraagd om hun expertise van framing en populisme te gebruiken om de communicatie-uitingen van FvD en VOX te analyseren.

Uit zowel de analyse als uit de expertise van de hoogleraren is gebleken dat FvD en VOX vergelijkbare manieren van framing hanteren op Twitter en in hun verkiezingsprogramma's. De boodschappen van beide partijen sluiten veelal aan bij de kernwaarden van hun beoogde doelgroep, zoals de nationalistische waarden van respectievelijk Nederlanders en Spanjaarden. Tegelijkertijd worden de kernwaarden van hun tegenstanders aangevallen, door te beargumenteren dat het beleid van gevestigde partijen niet deugt. Bovendien is de onderliggende boodschap bij zowel de Nederlandse als de Spaanse politieke partij meerdere malen dat het beleid van de gevestigde partijen niet voldoet aan wat de burger nodig heeft, en stellen FvD en VOX dat zij de burger wel het beleid kunnen bieden dat zij nodig hebben. Beide partijen refereren daarbij vaak aan de nationale identiteit en de Nederlandse of Spaanse waarden om deze boodschap kracht bij te zetten. Zo stelt FvD dat zij, in tegenstelling tot andere partijen, het belang van de Nederlandse boeren erkennen en benoemen zij veelal 'de trots op de Nederlandse landbouw', en wordt het woord 'klimaat' vaak in verband gebracht met 'bizar' en 'waanzin'. VOX benoemt ook vaak sectoren als landbouw, visserij en stierenvechten als 'belangrijk voor de Spaanse identiteit', en stelt ook meerdere keren dat de 'klimaatreligie' bedacht is om Spanjaarden dwars te zitten. Echter, wanneer wordt gekeken naar

specifieke *framing devices*, zijn er verschillen tussen de partijen te zien. Zo is het meest gebruikte *framing device* bij FvD het gebruik van argumenten, terwijl dit bij VOX het gebruik van metaforen is. Tot slot stellen de politieke communicatie experts dat er in de tweets en citaten die aan hen zijn voorgelegd, sprake is van framing, en tot op zekere hoogte ook van populistische uitingen. Populisme komt in één citaat sterk naar voren, in twee tweets minder duidelijk en in de andere uitingen niet. Hoewel er misschien een verschillende strategie wordt gehanteerd, komt de kernboodschap van de partijen volgens de hoogleraren op hetzelfde neer: zij framen dat de traditionele partijen volksverraders zijn, en dat je pas een echte Nederlander of een echte Spanjaard bent als je op FvD of VOX stemt.

# Inhoudsopgave

---

Voorwoord .....	2
Samenvatting .....	3
1. Inleiding.....	7
2. Literatuurreview.....	10
2.1 Framing.....	10
2.1.1 De basis van framing .....	10
2.1.2 Framingstechnieken .....	11
2.1.3 Priming en 3P-model.....	12
2.1.4 Frames onderzoeken.....	13
2.2 De politieke partijen .....	13
2.2.1 Forum voor Democratie .....	13
2.2.2 VOX.....	14
2.2.3 Gelijkenissen tussen FvD en VOX .....	15
2.3 Populisme .....	16
2.3.1 Achtergrond en definitie .....	16
2.3.2 Radicaal-rechts populisme .....	17
2.3.3 Radicaal-links populisme .....	18
2.3.4 Euroscepticisme en neoliberalisme.....	19
2.4 FvD en VOX (radicaal-)rechts populistisch?.....	19
2.4.1 FvD populistisch?.....	19
2.4.2 FvD radicaal-rechts? .....	20
2.4.3 VOX populistisch?.....	21
2.4.4 VOX radicaal-rechts? .....	23
2.4.5 Conclusie radicaal-rechtse populistische partijen.....	23
2.5 Social media.....	24
2.5.1 Geschiedenis .....	24
2.5.2 Twitter .....	25
2.5.3 Social media en politiek.....	26
2.5.4 Framing op social media.....	26
3. Methode .....	28
3.1 Inleiding .....	28
3.2 Dataverzameling- en analyse.....	28
3.2.1 Dataverzameling literatuurreview .....	28
3.2.2 Analyse literatuur .....	28

3.2.3	Dataverzameling tweets en programma's .....	29
3.2.4	Analyse tweets en programma's .....	31
3.2.5	Interviews .....	32
3.3	Validiteit en betrouwbaarheid .....	33
4.	Resultaten en analyse tweets en verkiezingsprogramma's .....	35
4.1	Tweets .....	35
4.1.1	FvD .....	35
4.1.2	VOX .....	38
4.1.3	Overeenkomsten en verschillen tweets .....	41
4.2	Verkiezingsprogramma's .....	43
4.2.1	FvD .....	43
4.2.2	VOX .....	46
4.2.3	Overeenkomsten en verschillen verkiezingsprogramma's .....	47
4.3	Samenvatting analyse .....	48
5.	Interviews experts .....	50
5.1	Interview Van Gorp .....	50
5.2	Interview De Bruijn .....	51
5.3	Interview Walgrave .....	52
6.	Conclusie .....	55
7.	Discussie .....	59
7.1	Beperkingen .....	59
7.2	Vervolgonderzoek .....	59
	Literatuur .....	61
	Bijlagen .....	67
	Bijlage 1: Concepten analyse .....	67
	Bijlage 2a: Voorbereiding interviews experts .....	70
	Bijlage 2b: Semigestructureerde interviews experts .....	73
	Bijlage 3a: Analyse tweets FvD .....	76
	Bijlage 3b: Analyse tweets FvD in tabel .....	97
	Bijlage 4a: Analyse tweets VOX .....	102
	Bijlage 4b: Analyse tweets VOX in tabel .....	121

# 1. Inleiding

---

De hoogleraar politieke communicatie Claes de Vreese schreef in een opinieartikel in het NRC Handelsblad in 2010 over de Dansk Folkeparti, een radicale partij in de toenmalige Deense centrum-rechtse minderheidsregering. Hierin legt hij uit hoe deze partij in de regering is gekomen en vergelijkt hij dit met de Nederlandse regering van twaalf jaar geleden, in de tijd van de kabinetsformatie van Rutte I. Tijdens de verkiezingen van 2010 won VVD met 31 zetels, gevolgd door PvdA met 30 zetels en een derde plek voor PVV met 24 zetels. Een kabinetsformatie was daardoor lastig te vormen. Het uiteindelijke Kabinet-Rutte I werd een minderheidskabinet VVD-CDA met PPV als gedoogsteun (Parlement.com, z.d.); oftewel VVD en CDA zouden van oppositiepartij PVV steun krijgen met betrekking tot het toekomstig regeringsbeleid. De PVV wordt in het artikel van De Vreese vergeleken met verschillende Europese anti-buitenlander partijen en er wordt gesteld dat radicale partijen in de regering een wankel evenwicht moeten bewaren tussen hun “populistische en anti-establishment trekjes enerzijds en de behoefte zich te profileren als serieus en gezaghebbend alternatief” anderzijds. De kabinetsformatie van 2010 met de radicaal-rechtse partij PVV die in korte tijd groot werd, was daarom opvallend.

Ruim een decennium later heeft de populistisch-rechtse partij Forum voor Democratie (Boersema, 2019) in Nederland in de laatste landelijke verkiezingen van 2021 vijf procent van de stemmen bemachtigd (Kiesraad, 2021). Ook in Spanje is in 2013 een zogenoemde “nieuwe partij, ver aan de rechterkant van het politieke spectrum” (Van der Heijden, 2019) ontstaan. Met ruim 15% van de stemmen (El País, 2019) in de landelijke verkiezingen van 2019 werd VOX de derde grootste partij van het land.

Zowel Forum voor Democratie (FvD) als VOX zijn partijen van minder dan een decennium oud en beide worden omschreven als extreemrechts (Abellan Matamoros, 2018; Bahara & Kranenberg, 2017). In dit onderzoek worden de twee partijen, FvD en VOX, vergeleken op hun manier van framen met betrekking tot hun standpunten wat betreft het klimaatbeleid. Framing is een manier waarop taal gebruikt wordt; een manier om kijken naar de werkelijkheid te beïnvloeden (De Bruijn, 2014). Er is voor klimaatbeleid gekozen, omdat hierover meerdere stukken door beide partijen zijn geschreven in hun verkiezingsprogramma's en dit thema komt regelmatig terug op social media. Door de twitteraccounts en verkiezingsprogramma's van de partijen te analyseren, zal een vergelijking worden gemaakt.

Verschillende studies hebben onderzoek gedaan naar deelonderwerpen van het huidige onderzoek. Zo hebben Marcos-Marne et al. (2021) onderzoek gedaan naar VOX als populistische partij en hebben Jagers & Walgrave (2007) gekeken hoe populisme als politieke communicatiestijl wordt gebruikt. Ook heeft Otjes (2020) onderzocht wat stemmers drijft om, onder andere, voor FvD te stemmen. Van Gorp (2005) heeft onderzocht hoe framing werd gebruikt rondom asielzoekers in België en De Bruijn (2014) schreef een boek over framing als de macht van taal in de politiek.

Deze studies zullen samen met nog meerdere onderzoeken over (deel)onderwerpen van het huidige onderzoek worden gebruikt voor de literatuuranalyse van hoofdstuk drie. Deelonderwerpen in dit onderzoek zijn het categoriseren van FvD en VOX als (radicaal)-rechts populistisch, de manieren van framing en frames herkennen, en het gebruik van social media als communicatie-uiting.

Met dit onderzoek wordt inzicht verkregen in de framingstactieken van populistische partijen. Zo ver mij bekend is, is dit niet eerder onderzocht. Er zijn wel studies bekend die concreet onderzoek doen naar hoe een bepaalde populistische partij stemmen werft (zie bijvoorbeeld: Otjes, 2021) of hoe de partijleider van VOX zijn identiteit op Twitter presenteert (zie bijvoorbeeld: Santos, 2020). Er



wordt in verschillende artikelen voorgesteld om vervolgonderzoek te doen waarbij wordt gekeken naar andere landen: bijvoorbeeld in het onderzoek van Geurkink et al. (2020) wordt Nederlandse data gebruikt om populistische attitudes te analyseren. De auteurs stellen in de discussie voor om in toekomstig onderzoek hun bevindingen in andere landen of tussen landen te verifiëren. Daarom is het de bedoeling dat dit onderzoek voortbouwt op- en relevant is voor andere landen, naast Nederland en Spanje, waar populistische partijen een plek hebben in de politiek. Ook omdat in dit onderzoek wordt gekeken naar de visies van FvD en VOX op klimaatbeleid, een onderwerp dat dagelijks in het nieuws wordt besproken, is het onderzoek maatschappelijk relevant.

Tevens is dit onderzoek wetenschappelijk relevant, omdat, zoals hierboven al genoemd, het mij niet bekend is dat er een eerder vergelijkend onderzoek is gedaan tussen de gekozen partijen in de twee verschillende landen. Het onderzoek draagt daarom bij aan de kennis over populistische communicatiestrategieën, zoals deze worden genoemd in Jagers & Walgrave (2007) en Marcos-Marne et al. (2021), en over de framingstactieken die FvD en VOX gebruiken om stemmen te werven. In de discussie van Marcos-Marne et al. (2021) wordt gesteld dat ondanks het belang van de toespraken van VOX die zij hebben geselecteerd voor het vaststellen of VOX als populistische partij kan worden gecategoriseerd, politieke partijen tegenwoordig complexe communicatieplatforms hebben. Zij stellen dan ook dat hun onderzoek bijvoorbeeld niet geanalyseerd heeft of populisme een kernaspect is in het socialmediadiscours van VOX. In dit onderzoek focus ik op Twitter, waarmee ik voortborduur op het onderzoek van Marcos-Marne et al. (2021).

Het onderzoek biedt nieuwe inzichten over framing als techniek toegepast door populistische partijen in twee verschillende landen. Bovendien kan het onderzoek informatie bieden aan iedereen die geïnteresseerd is in populisme en manieren van framing. Wat hierbij niet wordt onderzocht is hoe framen, en dus de tactieken om stemmen te werven, verbeterd kan worden. De doelstelling van dit onderzoek is om een duidelijke en concrete vergelijking te maken over de manier waarop FvD en VOX framen in hun tweets en in hun verkiezingsprogramma's, om zo nieuwe inzichten te verkrijgen over het gebruik van framing door populistische partijen in verschillende landen. In dit onderzoek wordt getracht antwoord te kunnen geven op de volgende onderzoeksvraag:

**Op welke manier gebruiken de Nederlandse politieke partij FvD en de Spaanse politieke partij VOX framing wanneer zij communiceren over een actueel onderwerp als het klimaatbeleid in hun Twitter-boodschappen en verkiezingsprogramma's en hoe kijken politieke communicatie experts hiernaar?**

Deze onderzoeksvraag bestaat uit de volgende deelvragen:

1. Zijn FvD en VOX te categoriseren als (radicaal-)rechts populistische politieke partijen?
- 2a. Welke manieren van framing gebruiken FvD en VOX in hun tweets omtrent klimaat en wat zeggen politieke communicatie experts hierover?
- 2b. Welke manieren van framing gebruiken FvD en VOX in hun verkiezingsprogramma's omtrent klimaat en wat zeggen politieke communicatie experts hierover?
3. Wat zijn de overeenkomsten en verschillen in de manieren van framing tussen FvD en VOX?

Het onderzoek bestaat uit een literatuuronderzoek naar- en een analyse van verschillende communicatiemiddelen: de Twitterberichten en de recente verkiezingsprogramma's van de twee partijen. Deze analyse zal kijken naar de periode waarin de partijen twee landelijke campagnes

hebben gevoerd. Deze analyse zal bestaan uit het beschrijven van de manieren van framing door de partijen in hun tweets en in de verkiezingsprogramma's. Aangezien uitingen over en door VOX veelal in het Spaans geschreven zijn, zal ik hiervan vertalingen in het Nederlands geven. Dit is te herkennen aan [vertaling JA].

Bovendien zullen er interviews worden afgenomen met drie politieke communicatie experts: de hoogleraren Van Gorp van de KU Leuven, De Bruijn van de TU Delft en Walgrave van de Universiteit Antwerpen. Zij krijgen enkele tweets en citaten uit het verkiezingsprogramma voorgelegd, en de belangrijkste bevindingen van het onderzoek worden met hen besproken. Dit levert verdieping op van de analyse van de Twitterberichten en van de verkiezingsprogramma's.

Dit onderzoek is op de volgende manier ingedeeld: na deze inleiding volgt de literatuurreview, dat bestaat uit de concepten 'framing', 'populisme' en het fenomeen 'social media'. Ook wordt hier ingegaan op de partijen FvD en VOX, hun achtergrond en gelijkenissen, en zal worden uitgelegd of deze partijen als (radicaal-)rechts populistisch kunnen worden gecategoriseerd. Vervolgens gaat hoofdstuk drie in op de methode waarop het onderzoek is uitgevoerd. Daarna volgt in hoofdstuk vier de analyse van de tweets en de verkiezingsprogramma's van beide partijen, samen met de resultaten hiervan. In hoofdstuk vijf volgen de interviews met verschillende politieke communicatie experts, waarin zij verdieping geven over de analyse, welke leidt tot de conclusie van het onderzoek in hoofdstuk zes. Tot slot wordt in hoofdstuk zeven de discussie gepresenteerd, die ingaat op hoe de inzichten uit deze masterscriptie gebruikt kunnen worden voor toekomstig onderzoek.

## 2. Literatuurreview

---

In dit hoofdstuk komt framing (2.1) aan bod, een centraal concept dat wordt geanalyseerd bij de twee politieke partijen Forum voor Democratie en VOX. In het tweede onderdeel zullen deze partijen worden besproken (2.2), waarna het concept populisme (2.3) zal worden besproken, gevolgd door een vergelijking tussen de partijen en de vraag of deze als radicaal-rechtse populistische partijen kunnen worden beschouwd (2.4). Tot slot zal social media (2.5) aan bod komen, aangezien het social media-platform Twitter een belangrijk onderdeel is in de analyse.

### 2.1 Framing

Framing is een concept dat in de laatste dertig jaar bekend is geworden: Entman (1993) noemde het 'het consequent beschrijven van de kracht van een communicerende tekst'. De analyse van frames belicht de precieze manier waarop invloed op menselijk bewustzijn wordt uitgeoefend "by the transfer (or communication) of information from one location - such as a speech, utterance, news report, or novel - to that consciousness" (Entman, 1993, p. 51-52). Een frame is dan ook te herkennen aan dat dit (1) een probleem definieert, (2) de oorzaak van het probleem constateert, (3) een moreel oordeel velt, en (4) een oplossing suggereert (Entman, 1993).

Frames zijn volgens Lakoff (2014) mentale structuren die vorm geven aan de manier waarop we de wereld zien. In de politiek vormen volgens Lakoff (2004) onze frames ons sociaal beleid en hoe dit beleid wordt uitgevoerd. Frames zijn deel van wat cognitieve wetenschappers *cognitive unconsciousness* noemen: structuren in de hersenen waar we niet bewust toegang toe hebben, "but which we know by their consequences. What we call 'common sense' is made up of unconscious, automatic, effortless inferences that follow from our unconscious frames." (Lakoff, 2014, p. xii).

#### 2.1.1 De basis van framing

Volgens De Bruijn (2014) is framing een bepaalde manier waarop taal gebruikt wordt, een manier van kijken naar de werkelijkheid beïnvloeden. In de politiek wordt gebruik gemaakt van framing, om bijvoorbeeld standpunten van politici op eenvoudigere manier duidelijk te maken aan het volk (De Bruijn, 2019). In politieke- en communicatiewetenschappen wordt veel onderzoek gedaan naar hoe boodschappen worden geframed (De Bruijn, van Bueren & Kreiken, 2012). De Bruijn (2019) noemt vijf kenmerken van framing, gebaseerd op de kernmerken van Entman: een goed frame blijft makkelijk bij de ontvanger hangen; intuïtief is de luisteraar het eens met een het gestelde frame; er wordt een schurk of *bad guy* benoemd; een goed frame sluit aan bij de kernwaarde van de beoogde doelgroep; en een goed frame raakt de kernwaarden van de tegenstander.

Wanneer het publieke discours wordt veranderd, oftewel wordt gereframed, dan wordt het publieke wereldbeeld gewijzigd. Omdat taal frames activeert, is er nieuwe taal nodig om een wereldbeeld te wijzigen (Lakoff, 2014). Reframing is volgens Lakoff (2014) dan ook een *ongoing* proces: er gaat een lange tijd overheen voordat een publiek wereldbeeld verandert. Maar om hiervoor te zorgen, moet hetgeen waar je onbewust al in gelooft, bewust gemaakt worden, en dit moet worden herhaald totdat het de standaard wordt in het publieke discours (Lakoff, 2014). Om zoveel mogelijk mensen te bereiken, zijn communicatiesystemen als televisie, kranten en social media nodig (Lakoff, 2014).

Ook stelt De Bruijn dat het onmogelijk is om je te onttrekken aan framing: “We framen allemaal en doen dit automatisch. Taal is geen objectief vehikel. Je hebt beperkte woordenschat, je gebruikt vanzelfsprekend woorden die passen bij jouw politieke en morele opvattingen. Je zult geen woorden gebruiken die jouw politieke voorkeur in een slecht daglicht zetten. (...) Als je jezelf moet verdedigen, dan gebruik je de taal die past bij je standpunten” (Maartenonline.nl, 2019). Zo geeft De Bruijn (2019) voorbeelden over linkse- en rechtse taalframes: in de discussie over ‘massa-immigratie’ gebruiken voorstanders termen als ‘immoreel’ of ‘hardvochtig’, terwijl de tegenstanders van massa-immigratie de voorstanders vaak zien als ‘naïef’.

Een typisch kenmerk van framing is de koppeling tussen enerzijds de journalistieke benadering om het nieuws binnen een referentiekader en volgens een betekenisstructuur die niet meteen zichtbaar is vorm te geven, en anderzijds het stimuleren van het publiek om deze over te nemen en de referentiekaders met betrekking tot de werkelijkheid vanuit hetzelfde perspectief te gaan bekijken (Van Gorp, 2005). Het bewust, dan wel onbewust kiezen voor een frame, begint mogelijk al voor de productie van een bepaalde communicatie-uiting: zo kan de verzender onbewust uitgaan van een bepaald frame, en hier zijn of haar bericht op aanpassen, bijvoorbeeld door elementen toe te voegen die in zijn of haar denkkader passen. Zo ontstaat een communicatie-uiting dat bepaalde *devices* bevat en overeenstemt met het bewuste frame (Van Gorp, 2006). Op deze *devices* wordt verder ingegaan in paragraaf 2.1.2. Op cultureel niveau worden frames ook geconceptualiseerd als een gereedschapskist waar journalisten hun werk uit putten, net zoals individuen nieuwsverhalen gebruiken als gereedschapskist om hun sociale en politieke omgeving te begrijpen (Van Gorp, 2010).

### 2.1.2 Framingstechnieken

“De variëteit aan mogelijke types van frames die in de onderzoekspraktijk gehanteerd worden, geeft eveneens aanleiding tot een al te brede invulling van het concept”, stelt Van Gorp (2006, p. 246). Bij het bestuderen van het effect van een bepaald frame, kan de keuze voor het desbetreffende frame ook bepalend zijn voor de bevindingen (Van Gorp, 2006). Framing betreft dan ook het samenspel tussen het tekstuele niveau (frames in de media), het cognitieve niveau (hoe het publiek een frame ontvangt), het extramedia niveau (het discours van de framesponsors) en de gedeelde, culturele ideeën als macrostructuur (Van Gorp, 2006).

Om iemand ergens van te overtuigen, kun je inspelen op één van deze niveaus. Framing kan als tactiek worden gebruikt om in te spelen op de vrijwel gedachteloze, impulsieve route van de hersenen, ook wel systeem 1 genoemd (Salmon, Brouwer, & Koop, 2020). Bovendien stelt Van Gorp (2005) dat een frame een ‘mediapakketje’ is, dat is samengesteld uit *framing devices*: metaforen, plaatjes, selectie van bronnen, stereotypen, lexicale keuzes, dramatische personages, argumenten, slagzinnen, etc. Alle *framing devices* die aan dezelfde grondgedachte bijdragen, vormen het mediapakketje, waarbij het frame specificiert wat het centrale, organiserende denkbeeld is dat de framepakketje tot een geheel maakt (Van Gorp, 2006). Daarnaast zijn er ook nog *reasoning devices*, die verbonden zijn met de vier belangrijkste functies van framing van Entman (1993). Deze *reasoning devices* hoeven niet letterlijk in een tekst voor te komen, maar moeten wel in verband staan met het frame (Van Gorp, 2006). Tijdens de interpretatie van een boodschap, wanneer een mentaal verband wordt gelegd tussen de tekst, het frame en de individuele denkwijze, kan de lezer causale conclusies trekken die in overeenstemming zijn met de *reasoning devices* (Van Gorp, 2010). Dit noemt Van Gorp (2005) ook wel de framingtheorie.

Daarbij wordt een frame ook nooit vooraf gegeven of opgenomen in de gebeurtenis die door de journalist wordt omgezet in een nieuwsgebeurtenis: “In their reports, the news media unavoidably structure the chaotic and confusing world, and how this is done is not incorporated in the occurrences themselves” (Van Gorp, 2005, p. 487). Daardoor zijn er vier plekken in het communicatieproces waar naar gekeken kan worden: de communicator, de tekst, de ontvanger en de cultuur (Entman, 1993). Echter, framing vereist de tussenkomst van een individu om de *framing-* en *reasoning devices* in een tekst te verbinden met een frame als een cultureel fenomeen (Van Gorp, 2006).

Zoals hierboven genoemd, manifesteren frames zich binnen een tekst door middel van *framing-* en *reasoning devices*. De verbinding van deze *devices* met het frame zelf als cultureel motief (bijvoorbeeld stereotype, gedeelde overtuiging, waarden) vormt een belangrijke stap. Echter kan dit niet direct worden waargenomen tijdens het analyseren van een frame, omdat het namelijk gemaakt wordt door de lezer in interactie met zijn of haar perceptie van de tekst (Van Gorp, 2005). Hoewel het geen vereiste is dat een frame met een cultureel motief in verband kan worden gebracht, is het samenspel van deze culturele frames en de schemata bij het publiek de oorzaak die kan leiden tot culturele resonantie, en bijgevolg ook tot sterke media-effecten (Van Gorp, 2006). Dit is een conceptualisering van framing: de notie van cultuur als een set symbolen waaruit mensen kunnen kiezen om communicatiestrategieën te bedenken en problemen op te lossen (Van Gorp, 2010).

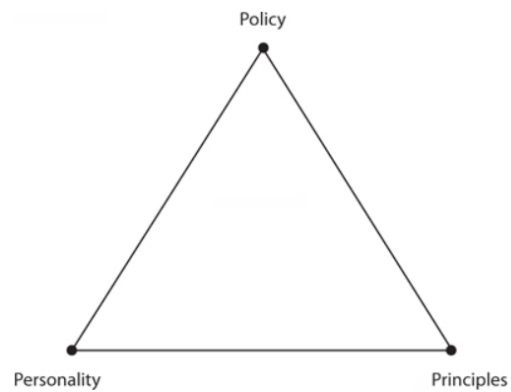
De *framing-* en *reasoning devices* die te vinden zijn in een tweet of in een programma, kunnen worden gebruikt als codes voor framing. ‘Stereotypen’, of een probleemdefinitie kunnen een code vormen. In het onderzoek van Van Gorp (2005) stelt hij dat hij het coderingsschema zoveel mogelijk heeft beperkt tot de aanwezigheid van expliciete *framing-* en *reasoning devices*. Maar, stelt hij, “it was also necessary to formulate some coding instructions that allowed the coders to interpret the implicit meaning of the news texts” (2005, p. 488-489). *Framing-* en *reasoning devices* zijn niet altijd in een tekst zijn terug te vinden, en soms gaat het om impliciete beweringen waarbij een feit en een gevolg naast elkaar worden geplaatst zonder dat het oorzakelijke verband wordt aangegeven (Van Gorp, 2006).

### 2.1.3 Priming en 3P-model

Om vertrouwen te winnen onder de toehoorders van een betoog, moet je volgens de Bruijn (2019) een goede opening hebben. Dit doe je volgens hem door *priming*, wat letterlijk betekent dat je je boodschap ‘in de grondverf zet’. Wanneer iemand kritisch ergens op in wil gaan, kan diegene eerst positieve of emotievolle opmerkingen maken. Hierdoor is de kans kleiner dat de spreker hierna als te kritisch wordt weggezet. Door de boodschap eerst te *primen*, wordt de uiteindelijke boodschap beter ontvangen (De Bruijn, 2019). De volgorde is hierbij belangrijk: eerst in de grondverf zetten, daarna pas de verf, met andere woorden; eerst de boodschap, dan de kritiek. De Bruijn (2019) stelt dat wanneer iemand eerst zijn waarden duidelijk maakt, luisteraars ontvankelijker zijn voor de boodschap die erna komt.

Bovendien kan een politicus steun winnen voor de boodschap die hij wil overbrengen, met behulp van het 3P-model. De P’s staan voor het Engelse *policy*, *principles* en *personality*. Een politicus kan het beleid dat hij voor ogen heeft toelichten met feiten en cijfers, hij kan refereren aan zijn onderliggende waarden, of hij kan zijn persoonlijke betrokkenheid bij het onderwerp onder de

aandacht brengen (De Bruijn, 2019). Inspelen op waarden werkt vaak beter dan campagne voeren met informatie als feiten en cijfers. In de Verenigde Staten voeren Democraten, die geassocieerd worden met links, vaak campagne met beleid, terwijl Republikeinen, die geassocieerd worden met rechts, vaak met hun campagne inspelen op waarden (Frank, 2007).



Figuur 1 3P-Model (De Bruijn, 2014)

## 2.1.4 Frames onderzoeken

Wanneer onderzoek wordt gedaan naar het gebruik van frames, stelt Van Gorp (2005) dat *de conditio sine qua non* van dit onderzoek het identificeren van de frames betreft die passen bij de vragen die de onderzoeker wil beantwoorden. De manier waarop een frame door een wetenschapper wordt bedacht, heeft namelijk invloed op de resultaten, op de reikwijdte, en op de vergelijkbaarheid van de bevindingen. Hierbij stelt hij een aantal vragen waar rekening mee moet worden gehouden bij het analyseren van frames: ten eerste is de vraag of een frame een waarneembaar nieuwskenmerk is die door journalisten wordt gecreëerd, of dat het een heuristisch hulpmiddel is dat is geconstrueerd door degene die het frame analyseert en die dit frame oplegt aan het nieuwsbericht. Ten tweede moet de vraag worden gesteld over de herkomst van de frames in het nieuws; zijn frames die vooraf zijn gegeven in de gebeurtenissen zelf, zodanig dat de media de frames overnemen passend zijn bij de werkelijkheid? Tot slot is het van belang in welke historische, economische, politieke en sociale context een frame plaatsvindt (Van Gorp, 2006); zo werden asielzoekers vijftig jaar geleden anders geframed dan nu, en kan het frame over weer vijftig jaar totaal zijn veranderd.

Een manier om nieuwsframes te analyseren is om de journalistieke praktijk te begrijpen door de culturele noties te identificeren die journalisten toepassen om het gedrag en de motivaties van nieuwsbronnen te framen en om de oorsprong van een probleem uit te leggen (Van Gorp, 2010). De kern van framing-analyse is het identificeren van de *framing devices* en de *reasoning devices*, en deze in verband te brengen met een symbool, dat deel uitmaakt van de gedeelde cultuur. Het frame vormt zo het framepakket tot een intern consistent geheel (Van Gorp, 2010).

## 2.2 De politieke partijen

### 2.2.1 Forum voor Democratie

Forum voor Democratie (FvD) is begin 2013 ontstaan als denktank uit een burgerinitiatief onder leiding van Thierry Baudet, die een referendum over het associatieverdrag tussen de Europese Unie en Oekraïne wilden (Forum voor Democratie, 2016). In de aanloop naar dit referendum is door Baudet de FvD in 2015 als partij opgericht en in september 2016 werd aangekondigd dat FvD deel zou nemen aan de Tweede Kamerverkiezingen van 2017



Figuur 2 Logo FvD

(Rijksuniversiteit Groningen, 2022). De politieke richting van FvD wordt in het Documentatiecentrum voor Nederlandse politieke partijen omschreven als partij tussen ‘gematigd conservatief-liberaal’ en ‘radicaal-conservatief’ (Rijksuniversiteit Groningen, 2022). FvD heeft in Nederland in 2021, tijdens de laatste landelijke verkiezingen, 5% van de stemmen bemachtigd (Kiesraad, 2021).

Thierry Henri Philippe Baudet (Heemstede, 28 januari 1983) is de partijleider van FvD en daarnaast auteur. Hij wordt omschreven als flamboyant en vaak vergeleken met Pim Fortuyn, een populistische pionier die zich hard maakte tegen moslimimmigranten (Faber, 2018). Hoewel Baudet stelt dat hij de positie van minister-president niet begeert, is hij wel bereid de positie aan te nemen, zou FvD de grootste partij worden. Dit zou hij doen, aangezien volgens Baudet iemand Nederland – en de westerse beschaving – moet redden van hun naderende ondergang (Faber, 2018). Faber (2018) stelt:

He believes that Dutch political and intellectual elites harbour a pathological hatred of their own national culture. Fed by cultural Marxism, postcolonial guilt, victim culture, and political correctness, this oikophobia—Baudet’s fancy term for “fear of the home”—has sapped the country’s defence mechanisms, leaving it open to the invasion of non-western values. These threats are embodied particularly in Muslim immigrants and refugees. (p. 5)

Een greep uit de standpunten van FvD, te vinden op de website van de partij, toont dat FvD immigratie wil aanpakken, uit de EU wil stappen, belastingen (voor ondernemers) wil verlagen, een wet voor de Bescherming van Nederlandse Waarden wil invoeren, meer politieagenten op straat wil, wil stoppen met ontwikkelingshulp, de toegang tot sociale voorzieningen voor asielzoekers en immigranten wil beperken, en de AOW terug naar 65 jaar wil brengen (FvD, 2022). Over immigratie stelt FvD dat “Nederland kende de afgelopen decennia een stelselmatig veel te hoge instroom van kansarme immigranten en asielzoekers uit niet-Westerse landen. Dat heeft enorme impact op onze samenleving. Het zet onze welvaart onder druk, holt onze verzorgingsstaat uit, leidt tot verloedering van ons onderwijs, tot onveiligheid op straat en het ondermijnt onze culturele identiteit” (FvD, 2022) en over de wet die de partij wil invoeren om Nederlandse waarden te beschermen, zegt de partij dat “door de komst van grote groepen (overwegend islamitische) immigranten zijn een aantal verworvenheden en kernwaarden van onze samenleving onder grote druk komen te staan” (FvD, 2022). Over de AOW leeftijd wordt gezegd dat FvD ouderen de keuzevrijheid wil geven om op 65 te stoppen met werken voor wie daar behoefte aan heeft (FvD, 2022).

### 2.2.2 VOX

De Spaanse partij VOX, ook wel ‘voz’ in het Latijn, wat in het Spaans ‘stem’ betekent (Sampietro & Sánchez-Castillo, 2020), werd bij de oprichting omschreven als een “nieuwe partij, ver aan de rechterkant van het politieke spectrum” (Van der Heijden, 2019). Met ruim 15% van de stemmen (El País, 2019) in de laatste landelijke verkiezingen van 2019 werd VOX de derde grootste partij van het land. De huidige partijleider Santiago Abascal sloot zich in 2013, tijdens de oprichting van de partij, bij VOX aan, nadat hij na bijna twintig jaar brak met de rechts-conservatieve Partido Popular (PP), waarvoor hij eerder in het Baskische parlement zat (Houtman, 2018). VOX is dan ook een afsplitsing van deze



Figuur 3 Logo VOX

partij (Van der Heijden, 2019). Bij de oprichting was het de bedoeling van VOX om stemmen te verzamelen die PP zou verliezen door corruptie waar deze partij bij betrokken was (Sampietro & Sánchez-Castillo, 2020).

Partijleider Santiago Abascal Conde (Álava, 14 april 1976) verkreeg zijn eerste politieke functie toen hij op zijn 23<sup>e</sup> werd verkozen tot raadslid van de PP van de gemeenteraad van Llodio (EITB, 2018). Volgens Santos (2020) zou Abascal in zijn figuur de idealen van VOX belichamen: Spaans nationalisme, autoritarisme, traditionele waarden, nativisme (xenofobie) en neoliberalisme. Abascal is bovendien de populairste Spaanse politicus op Instagram (Sampietro & Sánchez-Castillo, 2020). Abascal's idealen zijn het deporteren van alle immigranten in illegale situaties, het verdedigen van de eenheid van Spanje, de afschaffing van abortus, en het beschermen van het gezin (EITB, 2018). De belangrijkste standpunten van VOX zouden dan ook met de idealen van Abascal samengaan: de vier grote thema's in de agenda van de partij zijn de verdediging van het 'echte' Spanje, de oppositie tegen cultureel en feministisch progressivisme, recht en orde als oplossing voor politieke en sociale problemen en individuele vrijheid in economische aangelegenheden (Lobato Palomino, 2020).

VOX first gained popularity for their hard-line approach to the Catalan independence bid, tapping into growing nationalist sentiment, and with their provocative rhetoric against "supremacist feminism" and "illegal immigration", which they consider threats to traditional Spanish values. (Walker, 2019)

Ook staat het aanwakken van anti-moslimsentiment centraal bij de partij, vaak gekoppeld aan het oproepen van een nieuwe 'reconquista' (periode gedurende de middeleeuwen waarin Christenen de Islamitische Moren uit Spanje en Portugal verdreven) en nationalistische iconografie (Walker, 2019).

### 2.2.3 Gelijkenissen tussen FvD en VOX

Zowel FvD als VOX zijn partijen van minder dan een decennium oud en beiden worden omschreven als extreemrechts (Bahara & Kranenberg, 2017; Abellan Matamoros, 2018). Ook tussen de partijleiders zijn enkele overeenkomsten te herkennen: zowel Baudet als Abascal zijn van mening dat de immigratie van (met name) moslimimmigranten- en vluchtelingen zorgt voor het verlies van de nationale identiteit van respectievelijk Nederland en Spanje. Nativisme is dan ook voor beide leiders een ideaal. Qua vrouwenrechten en de mogelijkheid tot abortus, spreekt de Spaanse partijleider zich duidelijk uit: Abascal is van mening dat abortus moet worden afgeschaft en supremacistisch feminisme niet moet doorzetten. In een review essay van Baudet uit de FvD-leider kritiek op vrouwen die werk boven een gezin stichten plaatsen, waardoor hij stelt de demografische achteruitgang van Europa hier een onvermijdelijk gevolg van is (Baudet, 2019).

De standpunten van Baudet en Abascal die hierboven werden genoemd, zijn ook standpunten in de programma's van beide partijen. Zowel FvD als VOX pleiten voor het aanpakken van immigratie, en dan met name de immigratie van niet-Westerse migranten- en vluchtelingen die de Nederlandse en Spaanse cultuur zouden aantasten. Culturele identiteit en nationale waarden staan voor beide partijen daarom hoog in het vaandel en is tevens de grootste overeenkomst tussen FvD en VOX. Ook individuele vrijheid voor ondernemers is een standpunt van beide partijen, net als recht en orde als oplossing voor politieke en sociale problemen, evenals meer blauw op straat.

Zowel FvD als VOX stellen ook dat er in Nederland en Spanje een politieke elite bestaat. Baudet stelt in een interview dat de gevestigde partijen (VVD, CDA en PvdA) een partijkartel vormen en



noemt hen de politieke elite (Buitenhof, 2017). Ook Calvo Liste van VOX stelt dat Spanje wordt geregeerd door een politieke elite die zich inzet om zichzelf te beschermen in een politieke agenda “que ha expulsado a nuestras industrias y vaciado el campo”: “die industrieën heeft verdreven en het platteland heeft leeggeroofd” [vertaling JA] (Diario de León, 2022).

## 2.3 Populisme

In deze paragraaf zal worden ingegaan op populisme, waarna in paragraaf 2.4 wordt geschetst of FvD en VOX, na aanleiding van hun standpunten en manier van politiek voeren, kunnen worden omschreven als (radicaal-)rechtse populistische partijen.

### 2.3.1 Achtergrond en definitie

Populisme heeft plaatsgenomen als alternatieve, ideale vorm van partijdemocratie (Caramani, 2017) en volgens Jagers & Walgrave (2007) mobiliseert populisme vanaf de jaren zeventig tegen de traditionele politiek, die wordt verweten egoïstisch te zijn en systematisch de echte wensen van het volk te negeren. Sommigen spreken over een “populistische tijdgeest” (Mudde, 2004), terwijl anderen het hebben gerelateerd aan veranderende klassenstructuren en migratie (Caramani, 2017). Populistische leiders beweren meer macht aan ‘het volk’ te bieden: echter stellen de meeste geleerden dat populisme in feite een politiek systeem probeert op te bouwen dat verstoken is van de rechtsstaat (Rovira Kaltwasser, 2014). Populisme richt zich dan ook op kwesties als immigratie, belastingen, misdaad en nationalisme (Marcos-Marne & Plaza-Colodro, 2021). Deiwiks (2009) schets drie aspecten waarmee populisme verband houdt of zelfs door zou ontstaan: slechte sociaaleconomische omstandigheden of andere crises, de ondoorzichtigheid van politieke instellingen, en charismatische leiders die een bepaalde stijl en retoriek aannemen.

Volgens Mény & Surel (2002) zijn er drie onderdelen essentieel voor populisme: ten eerste is het ‘volk’ belangrijk en wordt een gevoel van gemeenschap benadrukt, waarbij horizontale splitsingen (zoals links-rechts) worden verkleind, terwijl verticale splitsingen worden vergroot om bepaalde groepen uit te sluiten, zoals elites en immigranten. Ten tweede zouden populistische leiders beweren dat het volk wordt verraden door de elite en hun machtsmisbruik. Ten derde stellen populistische leiders dat de huidige elites vervangen moeten worden door nieuwe (populistische) leiders die handelen in het belang van het volk. Taggart (2002) voegt hieraan toe dat vijandigheid tegenover de huidige politiek een belangrijk kenmerk van populisme is, en bovendien zou ‘een gevoel van extreme crisis’ nodig zijn om populisme te doen opkomen.

Mudde stelt dat populisme moet worden opgevat “as a thin-centred ideology that considers society to be ultimately separated into two homogeneous and antagonistic camps, ‘the pure people’ and ‘the corrupt elite’, and which argues that politics should be an expression of the *volonté générale* (general will) of the people” (2004, p. 543). ‘The people’ kan veranderen, maar meestal verwijst het naar het volk als soeverein, en als het gewone volk. Het kan verwijzen naar de hele bevolking van een land, maar ook naar een fractie ervan; het kan alleen gaan om individuen met een bepaalde nationaliteit of cultuur, met uitzondering van alle andere bevolkingsgroepen (Deiwiks, 2009). ‘The elite’ kan vaak worden beschreven op economische manier, en soms ook op etnische manier (Talani, 2021). Zowel ‘the people’ als ‘the elite’ worden gezien als mensen met dezelfde interesses en waarden, maar het belangrijkste onderscheid tussen hen is gebaseerd op moraal: ‘puur’ versus ‘corrupt’ (Mudde, 2017). “Who belongs to the elite or the people depends on the orientation of the populist” (Otjes & Louwerse, 2015, p. 61). Tot slot kan er onderscheid gemaakt worden tussen de

termen *la volonté general* (de algemene wil) en *de volonté de tous* (de wil van allen) van de Franse filosoof Rousseau (Talani, 2021): dit onderscheid zit in het algemeen belang en de som van de bijzondere belangen van de individuen. De representatieve democratie zou niet de ‘algemene wil’ kunnen implementeren of het algemeen belang kunnen bereiken (Mudde, 2004).

Volgens Deiwiks (2009) hebben populistten die verwijzen naar het volk twee complementaire doelstellingen: zo zouden populistten proberen een homogene, ongedifferentieerde gemeenschap te creëren die opzettelijk degenen die er niet bij horen uitsluiten, en zou populisme de houding van ‘the people’ tegenover een waargenomen ander (‘the other’) betreffen. Deze ander kan een individuele regeringsvertegenwoordiger zijn of de hele politieke elite, of bijvoorbeeld immigrantenarbeiders uit arme landen. Hoewel er volgens Deiwiks (2009) veel verschillende definities zijn van wat populisme inhoudt, is er overeenstemming over ten minste twee kenmerken: een sterke focus van populistische leiders op het volk, en een impliciete of expliciete verwijzing naar een antigroep, vaak de politieke elite, waartegen het volk is gepositioneerd. Vanuit bovengenoemde definities stelt Deiwiks dat “the core aspects of populism are, first, the focus on the ‘people’ - whatever this term may refer to – and its sovereignty, and second, the antagonism between this ‘people’ and its ‘other’ – whatever this ‘other’ may be, the elite in a representative democracy, foreigners, or others” (2009, p. 2). Volgens Deiwiks (2009) is de definitie van Mudde het meest *to-the-point*, en daarom zal in deze definitie in dit onderzoek gehanteerd worden.

Kaltwasser (2014) vult hierbij aan dat populisme een morele set van ideeën is, gebaseerd op een manicheïstisch onderscheid, oftewel een onderscheid tussen goed en kwaad, waarbij de elite wordt gezien als een kwade entiteit, en het volk wordt afgeschilderd als een homogene en deugdzame gemeenschap. Volgens Jagers en Walgrave is populisme daarom “a political communication style of political actors that refers to the people” (2007, p. 322).

Over het algemeen lijkt populisme een negatieve houding tegen het gevoerde beleid van een democratie te hebben, en wijst het de manier van regeren van het huidige bestuur af. Tegelijkertijd stellen populistten dat zijzelf betere vertegenwoordigers van het volk zijn (Deiwiks, 2009). Volgens Surel (2002) is dit *dual hybridization of populism*: aan de ene kant betwisten populistten de tekortkomingen van het systeem, aan de andere kant moeten ze onderdeel blijven van het systeem. Panizza (2005) stelt dat populisme als spiegel van democratie kan worden gezien, in de zin dat het de aard van democratie weerspiegelt en daarmee de problemen zichtbaar maakt. “Populism may even be an inevitable product of the democratic process” (Deiwiks, 2009, p. 5).

### 2.3.2 Radicaal-rechts populisme

Radicaal-rechts is sinds de tweede wereldoorlog steeds groter geworden, stelt Mudde (2021). Sindsdien zijn er volgens hem vier golven van uiterst rechts geweest: het neofascisme (1945-1955), daarna het rechts-populisme (1955-1980), dat weer werd opgevolgd door de ‘significante golf’ van radicaal rechts (1980-2000) en momenteel bevinden we ons in de vierde golf, die bekend staat om het mainstream worden van radicaal-rechts (Mudde, 2021).

Otjes (2020) stelt dat Nederlandse radicaal-rechts populisme zich onderscheidt van de rest van Europa, doordat Nederlandse radicaal-rechtse populistten progressiever zijn geweest op morele kwesties, dan hun zusterpartijen in de rest van Europa. Echter, “given that no party self-defines as populist radical right, classification is up to scholars, and they tend to disagree almost as much as agree” (Mudde, 2015, p. 297). Maar, hoewel er hele verschillende definities van ‘populistisch

radicaal-rechts' te vinden zijn, definiëren de meeste auteurs volgens Mudde (2015) de essentie ervan op redelijk vergelijkbare manieren.

Kaltwasser (2014) stelt dat een partij populistisch is als deze het volk, de elite en de algemene wil benoemen. Met andere woorden, leiders of partijen die slechts anti-elitair zijn, of gewoon zinspelen op de algemene wil, zijn volgens Kaltwasser niet meteen voorbeelden van populisme. Een politieke partij kan populistisch zijn, maar volgens Marcos-Marne (2021) moet wel rekening gehouden worden met dat radicaal-rechtse partijen vaak zonder nader onderzoek systematisch als populistisch worden beschouwd. De analyse van populisme moet daarom volgens Caramani (2017) beginnen met de kritiek van de populistische partij op de vermeende tekortkomingen van andere partijen.

Radicaal-rechtse partijen delen een kernideologie die, volgens Mudde (2015) drie aspecten combineert: nativisme (politiek beleid dat autochtone bewoners van een land boven allochtone bewoners plaatst), autoritarisme (een regeringsvorm dat politieke pluraliteit afwijst, de politieke status-quo wil behouden door het gebruik van een sterke centrale macht, en pleit voor vermindering van de rechtsstaat, de scheiding der machten en het democratisch stemmen (Cerutti, 2017)), en populisme. "All members of the party family share these three features and in the case of all parties these three features constitute (part of) their ideological core" (Mudde, 2015, p. 296). Individuele partijen kunnen hier ook nog kernaspecten aan toevoegen (Mudde, 2015), zoals antisemitisme of welzijnschauvinisme. Dit laatste is het alleen toedelen van sociale voorzieningen aan degenen die de verzorgingsstaat hebben opgebouwd, zoals witte ouderen, en waarbij andere groepen zoals migranten expliciet hiervan worden uitgesloten (Tonkens & Duyvendak, 2018).

### 2.3.3 Radicaal-links populisme

Links-populistische partijen staan niet zo prominent op het politieke toneel als rechtse (Deiwiks, 2009). Linkse populistten definiëren 'the people' meestal als bestaande uit een bepaalde klasse, zoals de arbeidersklasse, waarbij 'the other' kapitalisten zijn (Deiwiks, 2009). 'The people' refereert bij rechts populisme vaak naar een bepaalde nationaliteit of cultuur. Studies met betrekking tot populisme laten echter wel zien dat linkse en rechtse populistische partijen een 'populistische' retoriek delen die anti-elitair is en die beweert 'the people' te vertegenwoordigen (Otjes & Louwerse, 2015).

Linkse populistten stellen vaak dat de politieke elite alleen maar oog heeft voor de zakelijke elite en niet voor de 'gewone, werkende burger' (Otjes & Louwerse, 2015). Kioupkiolis (2016) beschrijft twee links-populistische partijen: *Syriza* uit Griekenland, en *Podemos* uit Spanje. Hij stelt dat beide partijen pleiten voor een politiek dat geïntegreerd en solidair is met Europa, in tegenstelling tot rechtse partijen, die vaak eurosceptici zijn (zie paragraaf 2.3.4). Ook pleiten linkse populistten ervoor dat immigranten en andere sociaal gemarginaliseerden worden beschermd en dat sociale rechten hoog op de politieke agenda staan. Volkssoevereiniteit, sociale rechtvaardigheid en democratisering zijn vaak belangrijke standpunten van deze partijen. De focus van links-populistische partijen ligt dus met name op sociaaleconomische problemen in een democratie (Otjes & Louwerse, 2015). Hun standpunten hierop verschillen vaak met rechts-populistische partijen, waarbij sommige rechtse partijen een neoliberale (zie paragraaf 2.3.4) economische agenda hebben (Otjes & Louwerse, 2015).

### 2.3.4 Euroscepticisme en neoliberalisme

Hoewel populisme een wereldwijd concept is, is euroscepticisme gelimiteerd tot Europa en een relatief nieuw concept. Euroscepticisme in zijn hedendaagse gedaante dateert grotendeels uit het begin van de jaren negentig (Harmsen, 2010). Het kan worden gedefinieerd als kritiek op of terughoudendheid jegens het EU-lidmaatschap, als reactie op de toetredingsvoorwaarden van de EU (Gülmez, 2013). In de afgelopen decennia hebben vrijwel alle betrokken landen in Europa de opkomst van een of andere vorm van euroscepticisme ervaren, wat een weerspiegeling is van een groeiende politisering van Europese kwesties (Harmsen, 2010). Otjes (2020) stelt dat euroscepticisme een gemene deler is van radicaal rechts: volgens radicaal-rechtse populistten kan de EU gezien worden als een elitair project en een bedreiging voor de nationale soevereiniteit. Euroscepticisme is daardoor een uiting van het nativisme en populisme van radicaal-rechtse partijen.

Ook kan populisme worden gekoppeld aan neoliberalisme: “They can but do not necessarily coexist” (Weyland, 1999, p. 381). In het populisme staat het volk, dat als homogeen wordt beschouwd, tegenover een leider in een directe relatie; in economisch liberalisme vereist efficiëntie vrije concurrentie, gehandhaafd door universele regels die door de staat worden afgedwongen en niet worden verstoord door belangengroepen (Weyland, 1999). In het geval van nieuw radicaal rechts, stelt Deiwiks (2009) dat een combinatie van liberaal marktbeleid (in tegenstelling tot het beleid van de verzorgingsstaat) en een xenofob agenda de winnende formule is. Wanneer dit wordt gekoppeld aan populisme, wordt het volk gezien als de hardwerkende maar overbelaste gewone man, en worden de bureaucraten gezien als de elite, die de burgers overreguleert om speciale belangen te dienen (Weyland 1999). Echter staat voor een neoliberale populist economie centraal en voor een radicaal-rechtse populist staat immigratiebeleid centraal (Otjes, 2020).

## 2.4 FvD en VOX (radicaal-)rechts populistisch?

In deze paragraaf zal aan de hand van de theorie van de eerdere paragrafen over de partijen (2.2) en populisme (2.3) worden geschetst of FvD en VOX kunnen worden gezien als radicaal-rechts populistische partijen.

### 2.4.1 FvD populistisch?

Een belangrijk criterium, dan wel niet het belangrijkste criterium voor het concluderen of een partij populistisch is of niet, is Mudde's (2004) criterium: de partij moet onderscheid maken tussen 'the people' (het volk) en 'the elite' van de samenleving, en politiek zou volgens de partij een uiting moeten zijn van de algemene wil van het volk. In het geval van FvD wijst 'the people' naar de gewone, autochtone burger: ook wel de gemiddelde Nederlander. De bevolkingsgroepen die hierbij worden uitgesloten (Deiwiks, 2009), zijn in het geval van FvD immigranten en vluchtelingen, met name diegenen met een islamitische achtergrond. Dit kan worden gesteld aan de hand van de standpunten van de partij, waarin zij deze bevolkingsgroep 'kansarm', 'een uitholling van de verzorgingsstaat', en 'een ondermijning van onze culturele identiteit' noemen. Volgens Otjes & Louwerse (2015) ligt het aan de oriëntatie van de populistische partij om te stellen wie als de elite wordt gezien. Bij FvD wordt de 'politieke elite' genoemd, ook wel 'het partijkartel'. De elite zou corrupt zijn (Mudde, 2017) en dit wordt door bijvoorbeeld partijleider Baudet benadrukt in een interview bij het tv-programma Buitenhof (2017). Volgens Mudde (2004) heerst onder populistten het idee dat de representatieve democratie niet de algemene wil kan implementeren of het algemeen belang steunt. De algemene wil in het geval van FvD zijn de standpunten van de partij, die de elite

tegenwerkt, terwijl het de wil van het volk is. De politici van de partij identificeren zich daarbij met het homogene volk.

Het homogene volk dat de populistten zouden creëren (bestaand uit 'de gemiddelde burger'), sluit 'the other' opzettelijk uit (Deiwiks, 2009). Deze antigroep bestaat in dit geval uit immigranten, individuele regeringsvertegenwoordigers, of de politieke elite. Vanuit de populistische leider, in het geval van FvD Thierry Baudet, zou er volgens Deiwiks (2009) een sterke focus op het volk moeten zijn, en daarbij ook een impliciete of expliciete verwijzing naar een antigroep. Baudet zou voornamelijk moslimimmigranten- en vluchtelingen een bedreiging voor de Nederlandse cultuur noemen, maar noemt ook regelmatig de term partijkartel, waarmee hij doelt op een politieke elite (Buitenhof, 2017). Politiek socioloog Rooduijn van de Universiteit van Amsterdam stelt dat Baudet een populist is die "zichzelf echt als een intellectueel presenteert, wil laten zien dat hij bijzonder is, en dat dit hem heel geschikt maakt om de gewone man te helpen" en dat de partijleider bovendien "eigenlijk afkomstig is uit de elite, maar zich presenteert als een man van het volk" (Nu.nl, 2019).

De charismatische manier van leiden door Baudet, is volgens Deiwiks (2009) één van de drie aspecten waarmee populisme verband houdt. Crises en de ondoorzichtigheid van politieke instellingen zijn de andere twee. FvD stelt dat onze Nederlandse beschaving op het punt staat te verdwijnen, en dat er daardoor sprake is van een grote crisis (Nu.nl, 2019). Ondoorzichtigheid van politieke instellingen wordt minder expliciet door FvD benadrukt, maar de term partijkartel houdt hier wel verband mee, wat door Baudet wordt uitgelegd als dat politieke partijen afspraken maken waarbij ze onderling de markt verdelen en zo de macht gesloten houden (Buitenhof, 2017).

Volgens Kaltwasser (2014) is een partij populistisch als deze ideeën heeft die voldoen aan de voorwaarde van de drie kernconcepten: het zuivere volk, de corrupte elite en de algemene wil. Caramani (2017) stelde daarbij dat kritiek van een partij op de vermeende tekortkomingen van andere partijen ook een eis is voor het label 'populistisch'. Ook de criteria voor populisme van andere onderzoekers noemen deze concepten en eisen, en wanneer dit wordt vergeleken met de standpunten en uitingen van FvD, kan worden gesteld dat FvD inderdaad als een populistische partij kan worden gezien.

#### 2.4.2 FvD radicaal-rechts?

Volgens Mudde (2015) combineren radicaal-rechtse partijen drie aspecten in hun kernideologie: nativisme, autoritarisme en populisme. Een (deel van) de ideologische kern van de partij moet daarom aan deze aspecten voldoen om FvD als rechts-radicaal te mogen categoriseren. Nativisme komt bij de FvD terug in de standpunten waarin zij vertegenwoordigen dat 'onze Nederlandse culturele identiteit' wordt ondermijnd door de komst van immigranten en vluchtelingen, en waarover FvD stelt dat het beperken van toegang tot sociale voorzieningen voor asielzoekers en immigranten nodig is om Nederland te redden van de dreigende ondergang (FvD, 2022; Buitenhof, 2017). Het tweede aspect, autoritarisme, is te zien bij FvD wanneer wordt gekeken naar standpunten als de invoering van referenda en het democratisch kiezen van een burgemeester (FvD, 2022), en de stelling dat "het evenwicht tussen democratie en rechterlijke macht ontspoot" (FvD, 2022). Tot slot is in paragraaf 2.4.1 gesteld dat FvD ook aan het derde aspect van Mudde, populisme, voldoet.

Bovendien kunnen aan de bovengenoemde drie aspecten ook nog andere kernaspecten worden toegevoegd door individuele partijen (Mudde, 2015). Welzijnschauvinisme is een aspect waar de FvD dan ook aan voldoet: zij stellen dat sociale voorzieningen moeten worden beperkt voor

onder andere immigranten, en juist moeten worden toebedeeld aan diegenen die de verzorgingsstaat hebben opgebouwd zoals ouderen. Het standpunt voor de verlaging van de AOW-gerechtigde leeftijd naar 65 is hier onderdeel van (FvD, 2022).

Euroscepticisme is volgens Otjes (2020) een gemene deler van radicaal-rechts en een uiting van nativisme en populisme. Zoals eerder genoemd, richtte partijleider Baudet FvD op als eurosceptische denktank (Forum voor Democratie, 2016). In de landelijke verkiezingen van 2017 focuste FvD zich op democratische hervormingen en de Nederlandse onafhankelijkheid van de EU (Otjes, 2020). Er kan dus worden gesteld dat euroscepticisme een ander kernaspect is van FvD en dat dit aantoont dat de partij kan worden gecategoriseerd als radicaal-rechts.

Volgens Otjes (2020) staat autoritarisme op gespannen voet met het neoliberalisme. Autoritarisme zou overheidsop treden vereisen om acties te ondernemen, terwijl neoliberalisme de overheid juist wantrouwt. Hierdoor zou FvD niet goed in de categorie neoliberal passen. Echter, stelt Otjes, “FvD voters do appear to fit in a neo-liberal (...) populist mold, (...) as they have a libertarian streak where it comes to government intervention and morality” (2020, p. 153). Deiwiks (2009) stelt ook dat de combinatie van liberaal marktbeleid en een xenofobe agenda de combinatie is van radicaal-rechts. FvD pleit voor een beperkte verzorgingsstaat, en stelt dat de “te hoge instroom van kansarme immigranten en asielzoekers uit niet-Westerse landen” (FvD, 2022) zorgt voor problemen in Nederland. Dit kan worden gezien als een xenofobe uiting en zo voldoet het aan deze criteria van Deiwiks voor radicaal-rechts. Echter stelt Otjes (2020) dat er een verschil is tussen een neoliberale populist en een radicaal-rechtse populist: namelijk het centraal stellen van de economie bij neoliberalisme, en het centraal stellen van immigratiebeleid in het geval van radicaal-rechtse politiek. Zowel economie als immigratiebeleid zijn belangrijke standpunten van FvD, dus er kan worden gesteld dat zowel aan de criteria van Deiwiks als Otjes wordt voldaan om FvD als rechts-radicaal te categoriseren.

### 2.4.3 VOX populistisch?

Volgens Caramani (2017) moet de analyse van populisme beginnen met de kritiek van de populistische partij op de vermeende tekortkomingen van andere partijen. De oprichters van VOX waren ontevreden over wat zij zagen als een matiging over onderwerpen als economisch liberalisme, traditionele waarden, en de eenheid van Spanje bij de partij waar zij vandaan kwamen, de PP (Marcos-Marne & Plaza-Colodro, 2021). Dat VOX kritiek had op de PP komt dus overeen met het criterium van Caramani.

Ander criterium is dat van Mudde (2015), waarbij moet worden gekeken of een partij onderscheid maakt tussen ‘het volk’, ‘de elite’, en ‘de algemene wil’. Door Marcos-Marne & Plaza-Colodro wordt gesteld dat VOX “its discourse was mainly focused on the national question and the challenges that the state of the autonomies – and more recently secessionism – pose to it” (2021, p. 4). Secessionisme of separatisme, waarbij een natie of deel van een land zich wil scheiden van de natie of land waar het toe behoort, is in Spanje te zien in de wens voor onafhankelijkheid van *comunidades autónomas* (autonome gemeenschappen) als Catalonië, Baskenland en de Canarische Eilanden. “The main antagonists of VOX were those ‘threatening’ their idea of Spain from the inside” (Marcos-Marne & Plaza-Colodro, 2021, p. 4). Er kan dus worden gesteld dat de elite waar VOX tegen wil strijden, degenen zijn die strijden voor onafhankelijkheid van de autonome gemeenschappen. Het van Spanje afsplitsen van deze gemeenschappen wordt door VOX gezien als bedreiging voor de eenheid van Spanje (Marcos-Marne & Plaza-Colodro, 2021). Een andere elite in de ogen van VOX, zou

de politieke elite zijn die Spanje regeert, die zich inzet om zichzelf te beschermen (Diario de León, 2022). In het geval van VOX is de elite echter niet zo duidelijk te herkennen als bij FvD. Het volk is in de ogen van VOX, net zoals bij FvD, de gemiddelde burger. Wie hier niet toe behoren, zijn de (illegale) immigranten in Spanje, wat duidelijk wordt uit de sterke anti-immigratie standpunten van de partij (Marcos-Marne & Plaza-Colodro, 2021). Zowel immigranten als degenen die onafhankelijk willen zijn van Spanje, worden beschouwd als bedreigingen voor traditionele Spaanse waarden (Walker, 2019; Marcos-Marne & Plaza-Colodro, 2021). Deze traditionele waarden kunnen worden gezien als 'de algemene wil' van het volk. Er kan daardoor worden gesteld dat VOX voldoet aan de criteria van Mudde (2015) om als populistisch beschouwd te worden: 'het volk', 'de elite', en 'de algemene wil' kunnen worden onderscheiden. Echter stellen Marcos-Marne & Plaza-Colodro dat

Our results showed that, at least until the elections that took place in November 2019, populist elements in the discourse of VOX were supplementary to nationalist and traditionalist ones. Elements associated with populism often appeared in its discourse (e.g. belligerent overtones), but neither the identification of an evil elite above the people was consistently articulated nor there was a 'populist people' that could be easily distinguished from the nation. (2021, p. 11)

Deze twee componenten, een duivelse elite boven 'het gewone volk', noemen Marcos-Marne & Plaza-Colodro (2021) essentieel om te kunnen stellen dat VOX populistisch is. Echter benoemen zij ook dat zij niet concluderen dat populisme helemaal geen rol speelt in het discours van VOX, alleen dat zij suggereren dat populisme niet de kern vormt van het electorale platform van VOX. Ferreira (2019) stelt dat de retoriek van VOX meer nationalistisch dan populistisch is, maar dat verschillende politici van VOX de corrupte elite noemen in speeches. Echter "la denuncia contra las élites siempre viene acompañada de otra ideología central": de aanklacht tegen de elites gaat altijd gepaard met een andere centrale ideologie [vertaling JA] (2019, p. 90).

Omdat er na het toepassen van Mudde's criterium (2004) dus nog enkele twijfel bestaat over het wel of niet populistisch zijn van VOX, zal ook Deiwiks' criterium (2009), dat Mudde's criterium als basis heeft, worden bekeken met de standpunten van VOX. Deiwiks stelt dat een populistische partij een homogeen volk creëert, dat bestaat uit 'de gemiddelde burger'. 'The other' wordt hiermee opzettelijk uitgesloten. In het geval van VOX kan deze antigroep bestaan uit de immigranten die Spanje volgens de partij van buiten uit bedreigen, maar de antigroep kunnen ook de vertegenwoordigers van de strijd voor onafhankelijkheid van de autonome gemeenschappen zijn, die volgens VOX het land van binnenuit bedreigen.

Daarnaast noemt Deiwiks (2009) drie aspecten waarmee populisme verband houdt: slechte sociaaleconomische omstandigheden of andere crises, de ondoorzichtigheid van politieke instellingen, en charismatische leiders. VOX stelt dat Spanje in crisis zit door cultureel en feministisch progressivisme, en stelt recht en orde als oplossing voor politieke en sociale problemen (Lobato Palomino, 2020). Bovendien wordt partijleider Abascal, de populairste Spaanse politicus op Instagram (Sampietro & Sánchez-Castillo, 2020), omschreven als charismatisch (Washington Times, 2018). Door aanvulling van Deiwiks' criterium voor populisme op die van Mudde, kan worden gesteld dat VOX vanuit deze aanvullende criteria kan worden beschouwd als een populistische partij.

Concluderend kan worden gesteld dat VOX, evenals FvD, een populistische partij is. Echter kan de mate van populistisch zijn van de Spaanse partij in twijfel worden getrokken aan de hand van verschillende criteria.

#### 2.4.4 VOX radicaal-rechts?

Om VOX als radicaal-rechts te kunnen classificeren, moeten volgens Mudde (2015) drie aspecten terugkomen in het discours van de partij: nativisme, autoritarisme, en populisme. Nativisme komt sterk terug in de standpunten van VOX. De partij noemt 'invasión migratoria', oftewel migratie-invasie een probleem, en stelt dat de buitengrenzen van Spanje en de Europese Unie ondoordringbaar moeten zijn voor ieder die van buiten het land of de EU binnen wil komen (Ferreira, 2019). Bovendien is xenofobie ook een groot onderdeel van dit nativisme, stelt Ferreira (2019). Deze xenofobie is voornamelijk tegenover moslims. Binnen VOX's ideologie is ook een anti-globalistische component aanwezig; zo heeft Abascal de EU gevraagd om "onze [Spaanse] soevereiniteit, identiteit en wetten te respecteren" (Ferreira, 2019). Autoritarisme is bij VOX sterk aanwezig wanneer wordt gekeken naar de meeste standpunten: volgens VOX is recht en orde essentieel en moet een overtreding van de wet streng worden bestraft, vooral wanneer dit te maken heeft met immigratie, misdaad, separatisme en de vijanden voor Spanje (Ferreira, 2019). Bovendien worden waarden als inspanning, verdienste en discipline door VOX benadrukt op gebieden als huisvesting, welke alleen voor Spanjaarden wordt gegarandeerd die zich inspannen of een tegenslag hebben gehad (Ferreira, 2019). Tot slot is in paragraaf 2.4.3 uitgelegd hoe VOX als populistisch kan worden gecategoriseerd.

Volgens Mudde (2015) kunnen individuele partijen ook andere aspecten toevoegen bij de categorisering van radicaal-rechts. In het geval van VOX is nationalisme een aspect dat kan worden toegevoegd. VOX steunt een nationale en gecentraliseerde staat, en stelt dat zelfs gemeentelijke autonomie een gevaar vormt voor de territoriale eenheid (Ferreira, 2019). Bovendien wordt ook gepleit voor Spaans als enige nationale taal van het land, ten nadele van het Catalaans, Galicisch en Baskisch (Ferreira, 2019).

Een andere gemene deler van radicaal-rechts is volgens Otjes (2020) eurosceptisme. Echter stelt VOX zelf dat zij niet eurosceptisch zijn, maar "euroexigente", (VOX, 2021a) oftewel euro-veeleisend. Dit zou inhouden dat VOX pleit voor een Europa waar natiestaten niet vertroebelen, waarin zij tegen multiculturalisme zijn, en zij de pijlers van de westerse beschaving op christelijke basis niet willen laten doorbreken (VOX, 2021a).

Marcos-Marne & Plaza-Colodro (2021) stellen dat VOX's discours gekarakteriseerd wordt door een combinatie van autoritarisme, nativisme, Spaans nationalisme, doordrenkt met economisch liberalisme. VOX presenteert een duidelijke neoliberale agenda in economisch opzicht: verdediging van de vrije markt, individuele vrijheid en privé-eigendom wordt centraal gesteld in standpunten van VOX (Ferreira, 2019). Concluderend kan worden gesteld dat VOX voldoet aan criteria van verschillende onderzoekers om de partij als radicaal-rechts te categoriseren.

#### 2.4.5 Conclusie radicaal-rechtse populistische partijen

In deze paragraaf is nagegaan of de politieke partijen FvD en VOX kunnen worden gecategoriseerd als populistisch en radicaal-rechts. Concluderend kan worden gesteld dat FvD populistisch is, aangezien het voldoet aan de criteria hiervoor die Mudde (2015) stelt: FvD gaat uit van het volk, een elite, en een algemene wil. Bovendien wordt er expliciet verwezen naar een antigroep. Daarnaast is FvD ook een radicaal-rechtse partij, aangezien de drie kernaspecten van Mudde voor deze term terugkomen



in de ideologie van de partij: nativisme, autoritarisme en populisme. Deze aspecten worden aangevuld door welzijnschauvinisme, eurosceptisme en neoliberalisme. FvD is daarom een radicaal-rechtse, populistische partij.

In het geval van VOX bestaat er iets meer twijfel over het toekennen van het label ‘populistisch’ aan de partij: dit komt doordat twee van Mudde’s componenten uit zijn criteria, het ‘gewone’ volk en de elite, niet consequent gearticuleerd worden volgens Marcos-Marne & Plaza-Colodro (2021). Daarom is aanvullende criteria van Deiwiks (2009) toegepast op VOX, waaruit blijkt dat VOX, evenals FvD, een antigroep benoemt. Bovendien heeft VOX een charismatische leider en noemt het crises die opgelost moeten worden; karakteristieken die verband houden met populisme (Deiwiks, 2009). Over het radicaal-rechts zijn van VOX bestaat minder twijfel: nativisme en autoritarisme komen sterk terug in het discours van de partij, aangevuld met nationalisme en economisch liberalisme. Concluderend kan daarom worden gesteld, zoals ook Marcos-Marne & Plaza-Colodro hebben benoemd, dat “VOX is first and foremost a radical-right party that returns sometimes to populism” (2021, p. 11).

## 2.5 Social media

In hoofdstuk 4 staan onder andere de berichten van de twitteraccounts van FvD en VOX centraal. Twitter is een vorm van social media, een relatief nieuw fenomeen voor communicatie. In deze paragraaf zal daarom ingegaan worden op de geschiedenis van social media, wordt er gefocust op Twitter, wordt politieke communicatie via social media behandeld en wordt er ingegaan op framing op social media.

### 2.5.1 Geschiedenis

In december 2011 logden 1,2 miljard mensen in op een social media platform. Dit was 82% van alle gebruikers van het internet boven de 15 jaar. In 2007 was dit percentage slechts 6% (Van Dijck, 2013). Statista (2022) voorspelt dat in 2025 zo’n 4,4 miljard mensen gebruik zullen maken van social media. Met de komst van social media

A new infrastructure emerged: an ecosystem of connective media with a few large and many small players. The transformation from networked communication to ‘platformed’ sociality, and from participatory culture to a culture of connectivity, took place in a relatively short time span of ten years. (Van Dijck, 2013, p. 4)

Er bestaat discussie over wat het begin van social media markeert: sommigen stellen dat dit de komst van e-mail in 1971 was, anderen zeggen dat e-mail geen social media is, aangezien “email is a distribution mechanism whereas social media is a collective mechanism and mass communication is different from mass collaboration” (Sajithra & Rajindra Patil, 2013, p. 70). Maar er kan volgens Sajithra & Rajindra Patil (2013) niet worden getwijfeld aan het feit dat de introductie van e-mail het begin markeerde van de veel meer collaboratieve social media van jaren later. In 1991 werd het *World Wide Web* uitgevonden, waardoor online *communities* en offline *supportgroups* hun intrede deden (Van Dijck, 2013). Tot de eeuwwisseling bestond dit veelal uit generieke diensten waar je je bij aan kon sluiten, of waarmee je zelf *communities* kon bouwen. Deze diensten verbonden individuen echter niet automatisch met anderen (Van Dijck, 2013). De opkomst van social media kan volgens Kaplan & Haenlein (2009) worden gezien als een evolutie terug naar de *roots* van het internet, aangezien het teruggaat naar waar het *World Wide Web* oorspronkelijk voor was uitgevonden: een platform om informatie-uitwisseling tussen gebruikers te vergemakkelijken. Omdat verbale

informatie-uitwisseling altijd al de meest effectieve en meest betrouwbare manier is geweest om informatie te delen, is social media een uitbreiding van deze traditionele informatie-uitwisseling: door de huidige technologie kan iedereen met internettoegang deel uitmaken van social media en hier zijn of haar mening verkondigen (Sajithra & Rajindra Patil, 2013). Social media bestaat dan ook uit platforms om informatie-uitwisseling tussen gebruikers te vergemakkelijken (Kaplan & Haenlein, 2009).

Om als social media te mogen worden beschouwd, stellen Kaplan & Haenlein drie eisen (2009): (1) hetgeen dat wordt gepubliceerd, moet worden gepubliceerd op een voor het publiek toegankelijke website of op een sociale netwerksite die toegankelijk is voor een geselecteerde groep mensen; (2) er moet een zekere mate van creatieve inspanning worden getoond; en (3) het moet zijn gecreëerd buiten professionele routines en praktijken.

### 2.5.2 Twitter

Twitter werd in maart 2006 uitgevonden als een spelerei van een podcastbedrijf uit San Francisco, maar het duurde niet lang totdat het een hoofdproject werd (O'Reilly & Milstein, 2011). In maart 2010 werden sinds de oprichting van het platform meer dan tien miljard berichten geplaatst, en in juli 2010 was dat aantal verdubbeld tot 20 miljard (Sajithra & Rajindra Patil, 2013). In 2011 had Twitter 100 miljoen actieve maandelijkse gebruikers, 400 miljoen maandelijkse bezoekers naar de website en miljarden berichten per week, over de hele wereld: Twitter is daardoor een belangrijk communicatiekanaal, vooral in tijden van grote politieke gebeurtenissen en natuurrampen, en bovendien vertrouwen bedrijven op het social media kanaal voor hun PR, marketing en klantenservice (O'Reilly & Milstein, 2011).



Figuur 4 Logo Twitter

Twitter is een social media kanaal waarop gebruikers berichten, ook wel tweets, van maximaal 280 tekens (eerder was dit maximaal 140) kunnen sturen en ontvangen. Door de beperkte lengte zijn de berichten makkelijk te schrijven en te lezen. Bovendien zijn tweets openbaar en kunnen twitteraars ervoor kiezen om een andere gebruiker wel of niet te volgen en zo de tweets van de ander te blijven zien (O'Reilly & Milstein, 2011). Hoewel Twitter begon als een platform voor gebruikers om persoonlijke updates te plaatsen, is het een belangrijk kanaal geworden voor mensen om verschillende informatie te delen: gebruikers tweetten over de dingen die zij lezen, zien, denken, en zo is Twitter een platform geworden voor discussies over actuele onderwerpen, "editorializing on links that people distribute and protests about media, corporate behaviour and government" (O'Reilly & Milstein, 2011, p. 11).

Verschillende experts en politici hebben volgens Lassen & Brown (2011) betoogd dat Twitter steeds belangrijker zal worden in toekomstige politieke campagnes. Zij stellen echter dat deze voorspelling misschien te optimistisch is, door het korte formaat van een tweet, en dat uitbarstingen in tweets vaak populairder zijn doordachte discussies. In de volgende paragraaf zal daarom verder worden ingegaan op politiek en social media, met een focus op Twitter.

### 2.5.3 Social media en politiek

Sampietro & Sánchez-Castillo (2019) betogen in hun artikel over het politieke imago van partijleider Abascal van VOX op Instagram dat social media erg belangrijk is in de huidige politiek. Sinds Barack Obama de eerste "internetkandidaat" werd die de nationale verkiezingen in 2008 won, stellen de auteurs dat het strategische gebruik van internet voor politieke doeleinden niet gestopt is met groeien. Het gebruik van social media in de tijd van verkiezingen, is volledig geïmplementeerd en Santos (2020) stelt dat het zelfs ondenkbaar is om een verkiezingscampagne of de communicatie van een regering te overwegen zonder de bijbehorende profielen op social media kanalen. Zelfs in tijdens waarin geen verkiezingen plaatsvinden, lijken social media platformen het politieke partijen en de overheid mogelijk te maken om met burgers te communiceren en hiermee de tussenkomst van traditionele media te omzeilen (Sampietro & Sánchez-Castillo, 2019). "Todo acto comunicativo dentro del discurso político es analizable como parte de la estrategia de comunicación de un partido" (Santos, 2019, p. 54): "Elke communicatieve handeling binnen het politieke discours kan worden geanalyseerd als onderdeel van de communicatiestrategie van een partij" [vertaling JA]. Om deze reden zijn tweets significante communicatieve handelingen van politieke partijen, en dragen deze bij aan de uitwerking van traditionele politieke boodschappen (Santos, 2019).

Zowel Obama als Donald Trump hebben Twitter gebruikt om hun politieke boodschap op een meer persoonlijke manier te verspreiden (Santos, 2019), en Twitter is direct en onbemiddeld: dit in tegenstelling tot traditionele communicatie met kiezers zoals betaalde advertenties en persoonlijke bezoeken (Lassen & Brown, 2011). Maar, beargumenteren Enli & Skogerbø (2013), in kandidaat-gecentreerde politieke systemen zoals die van de Verenigde Staten, is de kandidaat en niet de partij zelf de belangrijkste focus van verkiezingscampagnes. In dit systeem sluiten persoonlijke social media profielen goed aan bij de behoefte van kandidaten om rechtstreeks met kiezers te communiceren en om hun politieke imago op te bouwen. In het geval van partijgecentreerde systemen, zoals de Noorse die de auteurs in hun artikel gebruiken, maar ook in het geval van de Nederlandse en Spaanse die in dit onderzoek centraal staan, spelen niet de kandidaten, maar de politieke partij de hoofdrol. Daardoor is de noodzaak voor kandidaten om een persoonlijk imago op te bouwen minder duidelijk, aangezien de partijen verantwoordelijk zijn voor de algemene communicatiestrategieën in de verkiezingscampagne. Maar, zowel persoonlijke accounts als accounts van politieke partijen zijn het waard om geanalyseerd te worden, aangezien deze niet-traditionele kanalen uit kunnen leggen hoe politieke partijen en hun kandidaten zich willen presenteren (Santos, 2019).

### 2.5.4 Framing op social media

In de vorige paragraaf is aangegeven dat zowel politieke partijen als de overheid gebruik maken van verschillende social media platformen. In het artikel van Hemphill et al. (2013) analyseren de auteurs hoe de US Congress hashtags op Twitter gebruikt om politieke problemen te framen. Er wordt gesteld dat framing in dit opzicht kan gebeuren door problemen te benadrukken, of door aspecten van problemen te benadrukken. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat politici beide typen gebruiken: ten eerste door te kiezen welke onderwerpen ze willen bespreken en ten tweede door verschillende hashtags te gebruiken om aspecten van problemen te benadrukken (Hemphill et al., 2013). Daarbij stellen de auteurs dat kiezers vaak de politici volgen op Twitter waar zij waarschijnlijk al op stemmen of overwegen op te stemmen: door framing van deze politici in tweets, zal hun ideologie waarschijnlijk worden versterkt door *frame alignment*: het proces waardoor iemand de

attitudes en waarden van degenen overneemt waar hij of zij op lijkt en of mee omgaat (Hemphill et al., 2013). Ook kwam uit hetzelfde onderzoek naar voren dat onderwerpen die het meest agressief worden geframed, zoals energiebeleid, gelijke salarissen en immigratie, meer controverser vertoonden dan onderwerpen zoals buitenlandse zaken, technologie en sport.

## 3. Methode

---

### 3.1 Inleiding

In dit onderzoek wordt gekeken naar de verschillen en overeenkomsten tussen de manier waarop FvD en VOX van framingstechnieken gebruik maken, wanneer zij communiceren over het klimaatbeleid in hun Twitterboodschappen en hun verkiezingsprogramma's. Dit wordt onderzocht aan de hand van een literatuurstudie en een analyse van tweets en hoofdstukken uit de verkiezingsprogramma's over klimaatbeleid. Bovendien wordt onderzocht hoe politieke communicatie experts kijken naar de resultaten uit de analyse, aan de hand van interviews. Deze studie kwalitatief: de data is verkregen uit geschreven en gesproken woord. Door middel van kwalitatief onderzoek kan de aard en de context van verschijnselen worden bestudeerd (Philipsen & Vernooij-Dassen, 2004). De verschijnselen in dit onderzoek zijn de communicatie-uitingen in de vorm van tweets en verkiezingsprogramma's van beide politieke partijen en vormen van framing hierin. Bovendien is kwalitatief onderzoek geschikt voor situaties waarin men de betekeniswereld achter interacties, gedragingen, gevoelens en ervaringen wil exploreren (Boeijs, 2005). In dit onderzoek wordt de betekeniswereld van het geschreven woord onderzocht, evenals het interpretatieproces van experts.

### 3.2 Dataverzameling- en analyse

#### 3.2.1 Dataverzameling literatuurreview

De gebruikte artikelen voor het literatuuronderzoek zijn grotendeels afkomstig uit de (online) Universiteitsbibliotheek Utrecht. Via deze Universiteitsbibliotheek kan toegang worden verkregen naar verschillende zoeksystemen, zoals Google Scholar en de catalogus van de universiteit. De gebruikte zoektermen in deze zoeksystemen zijn termen als 'politieke framing', 'populisme', 'FvD', 'VOX', en 'radicaal rechts'. Waar mogelijk werden de Engelse en/of Spaanse vertalingen ingevoerd, of combinaties van deze termen.

Voor het literatuuronderzoek is via de websites van de te onderzoeken partijen achtergrondinformatie gezocht voor de beeldvorming van de partijen, wat betreft hun visie op verschillende beleidskwesties en wie de partijleiders zijn. Bovendien is ook LexisNexis geraadpleegd voor relevante krantenartikelen over de politieke partijen. Voor FvD is gekeken naar krantenartikelen van 2017 tot en met heden, en voor VOX is gekeken naar artikelen tussen 2018 en heden. Beide zijn perioden waarin twee landelijke verkiezingen plaatsvonden.

#### 3.2.2 Analyse literatuur

Het doel van het literatuuronderzoek was het kunnen vaststellen of FvD en VOX als radicaal-rechts populistische partijen gecategoriseerd kunnen worden. Dit moest worden vastgesteld, om te kunnen concluderen dat de partijen overeenkomen qua standpunten, visie en manier van kiezers overtuigen.

Om de partijen te vergelijken, werd met behulp van verschillende artikelen en de websites van de partijen in paragraaf 2.1 een beeld geschetst van de partijen. Er werd ingegaan op het ontstaan van de individuele partijen, de huidige partijleiders en de standpunten, waarna de paragraaf de verschillen en overeenkomsten tussen de partijen beschreef. Hierna volgde paragraaf 2.2 over populisme, waarin de achtergrond en verschillende definities van het concept werden

gegeven. Er werd beargumenteerd welke definitie van het concept in dit onderzoek wordt gehanteerd en er werd ingegaan op het verschil tussen (radicaal-)rechts en (radicaal-)links populisme. Toen na deze paragraaf duidelijk werd wat populisme is en waar een partij aan moet voldoen om als zodanig gecategoriseerd te worden, werd in paragraaf 2.3 uitgelegd of FvD en VOX voldoen aan de criteria van radicaal-rechts populistische partijen.

Een ander doel van het literatuuronderzoek is het beschrijven van de concepten framing en social media. Deze twee concepten staan centraal in de analyse van de twitteraccounts en de verkiezingsprogramma's van de partijen die volgt op het literatuuronderzoek. Het is van groot belang dat voorafgaande aan deze analyse duidelijkheid is geschept over wat framing inhoudt, aangezien de tweets en programma's hierop worden onderzocht. In paragraaf 2.4 werd framing uitgelegd, aan de hand van framingstechnieken en de manier waarop frames geanalyseerd kunnen worden. Tot slot werd in paragraaf 2.5 over social media specifiek ingegaan op Twitter, evenals het ontstaan van social media en social media in de politiek.

### 3.2.3 Dataverzameling tweets en programma's

Bij het analyseren van de tweets van beide partijen, is voor FvD voor 2017 tot en met heden gekozen, en voor VOX voor 2018 tot en met heden. Deze periodes zijn gekozen, aangezien dit de periodes zijn waarin in beide landen twee landelijke verkiezingen plaatsvonden waaraan de partijen meededen. Beide partijen hebben aan twee landelijke verkiezingen meegedaan. In Nederland vonden de landelijke verkiezingen plaats in maart 2017 en in maart 2021, in Spanje vonden landelijke verkiezingen plaats in april 2019 en in november 2019. Dat er twee landelijke verkiezingen in 2019 plaatsvonden in Spanje, heeft als reden dat na de verkiezingen in april 2019 er geen regering kon worden gevormd, waardoor in november nieuwe verkiezingen nodig waren. Dat voor beide partijen is gekozen om de tweets tot heden te analyseren, heeft als reden dat onderwerpen als klimaat, milieu en landbouw de laatste jaren veel aandacht krijgen in de politiek en media (VPRO Tegenlicht, 2022). De meest recente manier van communiceren door de partijen over deze onderwerpen kan zo worden vergeleken.

De tweets die geanalyseerd zijn, hebben betrekking op onderwerpen als klimaat, milieu en landbouw. Om deze tweets te vinden, is het nodig om een twitteraccount te hebben. Dit is gratis aan te maken wanneer je een emailadres hebt. Wanneer je een account hebt, is het via Twitter mogelijk om geavanceerd te zoeken. Op deze manier is het mogelijk om tweets te zoeken die bepaalde zoektermen wel of juist niet bevatten, kan een tijdsperiode worden ingesteld en kan er worden gezocht op tweets van specifieke accounts.

Voor de tweets van FvD wordt gezocht naar de termen 'klimaat', 'milieu', en 'landbouw' op het account @FvDemocratie. De tijdperiode die hierbij is ingevuld is januari 2017 tot en met 2022. Dit is ingevuld in mei 2022, dus de zoekresultaten lieten tweets tot en met mei 2022 zien. Na het invullen van deze zoekopdrachten zijn er van FvD 45 tweets te vinden. Na het beter bekijken van deze tweets vallen een aantal af voor de analyse, wanneer bijvoorbeeld de term 'klimaat' wordt gebruikt in een tweet over veiligheid ('een onveilig klimaat') en deze tweets daardoor niet in verband staan met het milieu. Ook reacties op andere tweets, het promoten van filmpjes en artikels, of het delen van tweets (retweeten) zijn niet de tweets die relevant zijn voor de analyse, omdat deze tweets aangevuld moet worden met informatie die niet meteen zichtbaar is in de tweet. Wanneer dit soort tweets niet worden meegenomen in de analyse, blijven er 22 te analyseren tweets over.

Voor de tweets van VOX wordt eerst gezocht op de term 'medio ambiente' (milieu) van het account @VOX\_es. 'Medio ambiente' wordt ingevuld bij het zoekvak van 'this exact phrase', aangezien de term uit twee woorden bestaat. Wanneer deze wordt ingevuld in het vak 'any of these words', wordt er gezocht naar de termen 'medio' en 'ambiente' los van elkaar. Deze woorden hebben los van elkaar niet dezelfde betekenis. De ingevulde tijdsperiode bij de zoekopdracht is januari 2018 tot en met 2022. Daarna wordt gezocht naar de termen 'clima' (klimaat), en 'agricultura' (landbouw) in het zoekvak 'any of these words'. Ook hier wordt @VOX\_es als account ingevuld en de tijdsperiode is hier ook januari 2018 tot en met 2022. Ook dit is ingevuld in mei 2022, dus de zoekresultaten lieten tweets zien tot en met mei 2022.

Wanneer de zoekopdracht 'medio ambiente' wordt ingevuld, laat Twitter 15 tweets zien waarvan de term terugkomt in de tweets van VOX in de aangegeven tijdsperiode. Ook hier worden een aantal tweets niet meegenomen in de analyse, wanneer de tweet bijvoorbeeld een reactie is op een andere tweet. Zo blijven er bij deze term 10 tweets over die geanalyseerd kunnen worden. Bij de zoekopdrachten 'clima' en 'agricultura' komen er 28 tweets tevoorschijn. Hiervan wordt een deel echter niet meegenomen in de analyse, doordat de tweets reacties zijn op andere tweets, of er wordt gerefereerd naar artikelen of informatie die niet in de tweet zelf staat. In totaal blijven er 7 tweets over die meegenomen worden in de analyse. De drie zoektermen samen leveren zo 17 te analyseren tweets van VOX op.

Voor de data-analyse van de campagnes zijn verkiezingsprogramma's van de partijen gedownload. Bij FvD is dat het programma voor de verkiezingen van maart 2021, waarbij het programma van de partij met periode 2021-2025 is gedownload. Omdat de framingstechnieken wat betreft klimaatbeleid worden onderzocht, wordt hieruit het hoofdstuk Klimaat, landbouw & innovatie geanalyseerd. Het hoofdstuk is onderverdeeld in de paragrafen Klimaat; (kern)energie en innovatie; natuurbeheer; landbouw, veeteelt en visserij; dierenwelzijn; en ruimtevaart. Omdat de laatste twee paragrafen niet te maken hebben met het klimaat, zullen deze in de analyse buiten beschouwing worden gelaten. In het laatste verkiezingsprogramma van VOX 2019-2023 (*100 medidas urgentes para España: 100 urgente maatregelen voor Spanje*) is niet een vergelijkbaar hoofdstuk terug te vinden, waardoor voor VOX niet het laatste verkiezingsprogramma zal worden geanalyseerd, maar de Agenda España uit 2021. In het voorwoord hiervan wordt aangegeven dat deze agenda voortborduurde op het verkiezingsprogramma. In deze agenda zijn vergelijkbare hoofdstukken te vinden als in het verkiezingsprogramma van FvD, namelijk de hoofdstukken *España Verde* (Groen Spanje) en *España Rural* (Landelijk Spanje). Bovendien komt deze agenda qua tijdsperiode ook overeen met FvD: beide te analyseren programma's zijn opgesteld in 2021. Zowel het verkiezingsprogramma van FvD, als de Agenda van VOX zijn te downloaden vanaf de officiële websites van de partijen.

De tweets en het verkiezingsprogramma van VOX zijn geschreven in het Spaans. Aangezien niet elke lezer van dit onderzoek genoeg kennis heeft van het Spaans om de Spaanstalige tweets en teksten te begrijpen, zal in de analyse een Nederlandse vertaling worden gegeven van Spaanse tweets en passages. Deze vertaling maak ik zelf. Na het volgen van een driejarige bacheloropleiding Spaanse taal en cultuur, en na het vijf maanden wonen in Madrid, mag er van worden uitgegaan dat deze vertalingen kloppend zijn. Eigen vertalingen worden aangegeven met [vertaling JA].

### 3.2.4 Analyse tweets en programma's

Bij de analyse van frames moet een bepaald frame centraal staan in de gekozen data (Van Gorp, 2006). In dit onderzoek is gekozen voor frames die betrekking hebben tot klimaat, milieu en landbouw. Hiervoor is gekozen, omdat er voor de gehele tijdperiode die is geanalyseerd, er data te vinden is over dit onderwerp. Het gekozen frame moet ook binnen een afgebakende tijdperiode moet zitten (Van Gorp, 2006): in dit onderzoek zijn de gekozen tijdperioden aangegeven in paragraaf 3.2.3.

Om de dominante positie van een frame aan te geven, is het volgens Van Gorp (2006) ten eerste nodig om een framebundel uitvoerig te beschrijven en te onderbouwen met veel *framing-* en *reasoning devices*. Ten tweede moet het mogelijk zijn een bepaald onderwerp op basis van het frame te definiëren, door onder meer aan te geven wat het probleem is en wie de verantwoordelijkheid draagt. Ten derde moet het benoemen van concrete frames zodanig abstract zijn, zodat de frames ook in andere, gelijkwaardige situaties te benoemen zijn. Verder moeten de connecties tussen de verschillende *reasoning devices*, ten vierde, logisch zijn, zodat de definiëring van de situatie met onder meer een verantwoordelijkheid en een oplossing in verband kan worden gebracht. Ten vijfde hoeven de frames niet correct te zijn, maar wel functioneel. Dit houdt in dat de frames de variatie en de betekenis van de data, en eventueel tegenstrijdigheden, kunnen verklaren. Tot slot moet er gekeken worden of de frames alle actoren van het debat benoemen, of slecht een beperkt aantal. In dit onderzoek zullen deze voorwaarden van Van Gorp worden gehanteerd bij de analyse van de tweets en (verkiezings)programma's.

Bovendien zijn er twee manieren om framing te analyseren: via een deductieve manier, en via een inductieve manier: bij deductie begint de onderzoeker met het identificeren van frames met de bijbehorende *framing-* en *reasoning devices*. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan op basis van literatuuronderzoek, en hierna kan worden nagegaan in welke mate deze voorkomen in een dataset. Een nadeel hiervan kan zijn dat, wanneer alleen rekening wordt gehouden met *devices* die telbaar zijn, de kans bestaat dat het eigenlijke frame over het hoofd wordt gezien (Van Gorp, 2006).

De inductieve manier betekent volgens Van Gorp (2006) dat de onderzoeker met een 'open blik' via analyse en interpretatie de frames die met een bepaalde kwestie te maken hebben, in bronnen analyseert. Hij noemt drie voordelen van deze manier: (1) het rechtstreekse contact van de onderzoeker met het bronnenmateriaal, (2) de systematische en geëxpliciteerde zoekstrategie en (3) de soepelheid die daarbij is toegestaan om diep in de data door te dringen. Daarbij stelt hij dat

The intention of an inductive framing analysis is to reconstruct the frames that are useful to define a certain topic. A systematic analysis of the framing- and reasoning device that relate to a specific frame makes it possible to instruct independent coders to identify the presence of a frame in a subsequent deductive phase, thus limiting, or even eliminating, subjectivity from the frame analysis. (2010, p. 92)

In dit onderzoek worden de frames op inductieve manier geanalyseerd, uitgaande van de bovengenoemde voordelen. Wanneer de frames in de tweets en programma's zijn geanalyseerd, zullen de framingstechnieken daarna worden samengevat in tabellen die te vinden zijn in bijlagen 3b



en 4b. Op deze manier wordt overzichtelijk weergegeven welke framingstechnieken vaker voorkomen en welke minder.

Om te bepalen of de te analyseren tweets en programma's gebruik maken van framing, zullen verschillende concepten en kenmerken van framing worden gebruikt die zijn besproken in de literatuur (paragraaf 2.1 framing). In de tabel in bijlage 1 zijn de concepten en kenmerken opgesteld die worden gebruikt bij de analyse van de tweets en programma's. Concreet zullen de causale beweringen (de *reasoning devices*) en de eigenschappen die samen het discursieve domein van de mediatekst uitmaken (de *framing devices*) in kaart worden gebracht. Daarbij worden ook de kenmerken van frames van Entman en De Bruijn gebruikt om vast te stellen of er sprake is van framing. Van elk concept uit deze tabel zal in de analyse worden bekeken of deze terugkomt in de te analyseren tweet of programma.

### 3.2.5 Interviews

Om meer verdieping te krijgen op de resultaten die zijn verkregen uit de analyse van de frames, zullen na de analyse en verwerking van de resultaten interviews volgen met experts. Deze experts worden enkele tweets voorgelegd, samen met een passage uit de verkiezingsprogramma's. Ook zullen enkele bevindingen uit de resultaten van de analyse worden voorgelegd. De experts zal worden gevraagd om op deze tweets, citaten en bevindingen te reflecteren, aan de hand van een aantal vragen. De semigestructureerde interviewvragen die deze experts worden gesteld, en de tweets en citaten die zij voorgelegd kregen, zijn te vinden in de bijlagen 2a en 2b.

Voor de interviews zijn experts op het gebied van politieke communicatie gevraagd. Deze experts zijn uitgekozen op verschillende criteria: ze moeten werkzaam zijn aan een universiteit, ze moeten artikelen hebben gepubliceerd die betrekking hebben tot politieke framing en/of populistische politieke partijen en ze moeten kennis hebben over ofwel het Nederlandse politieke systeem, ofwel het Spaanse politieke systeem. Deze criteria geeft aan dat de experts genoeg kennis hebben over (deel)onderwerpen van dit onderzoek. Daarbij zijn de gekozen experts ook auteurs van gebruikte artikelen uit de literatuurreview van dit onderzoek.

Er zullen in totaal drie experts worden geïnterviewd in het onderzoek. In kwalitatief onderzoek lijken interviews geen voorbedacht patroon te volgen, maar zijn ze "fairly free-flowing and open-ended" (Silverman, 2008, p. 199). Om er zeker van te zijn dat de onderwerpen aan bod komen die van belang zijn voor het interview, is gekozen voor semigestructureerde interviews. Bij een semigestructureerd interview wordt van tevoren een lijst met vragen en/of onderwerpen opgesteld, die de leidraad van het interview vormt. De antwoordmogelijkheden blijven vrij (Silverman, 2008). De semigestructureerde interviews geven de experts bovendien de mogelijkheid om de vragen op gestructureerde wijze te beantwoorden, en tegelijkertijd krijgen zij zo de ruimte om dieper op antwoorden in te gaan om zo een nog duidelijker beeld van de visies van de experts te krijgen. De interviews zullen worden afgenomen via MS Teams en Zoom. Op deze manier kunnen de experts zowel gezien als gehoord worden. Bovendien worden de interviews opgenomen en daarna getranscribeerd.

De tweets en citaten die de experts krijgen voorgelegd, zijn op basis van de resultaten van de analyse uitgekozen. Van zowel FvD als van VOX worden twee tweets geselecteerd en van iedere

partij wordt één passage uit het verkiezingsprogramma getoond. De tweets zijn uitgekozen op het aantal verschillende framingskenmerken die in de analyse gevonden zijn, zodat er in een relatief kort tijdsbestek van een interview meerdere kenmerken behandeld kunnen worden. Zo kunnen tweets uitgekozen worden op het bevatten van metaforen, slagzinnen, afbeeldingen, lexicale keuzes, enzovoort. Bovendien kan er worden geselecteerd op de aanwezigheid van populistische elementen als het benoemen van een antigroep. Hetzelfde criterium geldt voor de passages uit de verkiezingsprogramma's. Buiten de vragen over de tweets en passages om, zal de experts vooraf worden gevraagd of zij akkoord zijn met het opnemen van de interviews, wordt hen verteld dat zij de interviewer ten alle tijden mogen onderbreken, zullen hun antwoorden achteraf worden samengevat en zal hen worden gevraagd of hun antwoorden geciteerd mogen worden, of dat zij liever anoniem blijven.

De experts die worden geïnterviewd, zijn Baldwin van Gorp, Hans de Bruijn en Stefaan Walgrave. Van Gorp is hoogleraar aan de faculteit voor sociale wetenschappen aan de KU Leuven. Hij is opgeleid in de politieke- en sociale wetenschappen aan de Universiteit Antwerpen en is gepromoveerd op het concept framing, toegepast op berichtgeving over asielzoekers en vluchtelingen in België (Baldwin Van Gorp, 2022). In dit onderzoek zijn verschillende artikelen van Van Gorp gebruikt: *Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue* (2005), Een constructieve kijk op het concept framing (2006), Het reconstrueren van frames via inductieve inhoudsanalyse: uitgangspunten en procedures (2007), en *Strategies to take subjectivity out of framing analysis* (2010). In het interview met Van Gorp staat framing en de analyse hiervan daarom centraal.

De Bruijn is hoogleraar bestuurskunde aan de TU Delft, is opgeleid in politieke wetenschappen en Nederlands recht (beide aan de Universiteit Leiden), en heeft een PhD in openbaar bestuur (Erasmus Universiteit). Voor dit onderzoek zijn De Bruijn zijn boeken *Framing: over macht van taal in de politiek* (2014), *Handboek framing: Het spel met de taal* (2019) en zijn artikel *Framing en reframing in het klimaatdebat* (2012) gebruikt. In het interview met De Bruijn zal daarom vooral worden ingegaan op de interpretatie van frames.

Walgrave van de Universiteit Antwerpen is hoogleraar politieke wetenschappen. Na zijn opleidingen in de sociologie aan de KU Leuven is hij gepromoveerd tot doctor in politieke- en sociale wetenschappen aan dezelfde universiteit (Universiteit Antwerpen, 2022). Zijn artikel *Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium* (2007) is voor dit onderzoek gebruikt. In het interview met Walgrave zal populisme daarom hoofdonderwerp zijn.

### 3.3 Validiteit en betrouwbaarheid

Volgens Morse et al. (2002) hebben betrouwbaarheid en validiteit invloed op de evaluatie van de gehele betekenis, relevantie, impact en bruikbaarheid van een onderzoek. Daar komt bij dat onderzoek volgens deze auteurs zo goed is als de onderzoeker: creativiteit, gevoeligheid, flexibiliteit en vaardigheid van de onderzoeker bij het gebruik van de verificatiestrategieën bepalen de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek. De validiteit vergroot wanneer de onderzoeksmethoden goed aansluiten bij de onderzoeksvraag (Morse et al. 2002). Zoals eerder genoemd, is dit onderzoek kwalitatief, aangezien concepten uit de literatuur worden geanalyseerd,

websites worden onderzocht, en interviews worden afgenomen. Met name interne validiteit, externe validiteit en betrouwbaarheid worden genoemd als criteria voor goed kwalitatief onderzoek (Morse et al., 2002).

De interne validiteit is de vraag naar mogelijke alternatieve verklaringen voor de gevonden onderzoeksresultaten (Quené & Van den Bergh, 2021). De interne validiteit kan worden gewaarborgd doordat er twee politieke partijen worden geanalyseerd, en doordat dezelfde (stand)punten worden vergeleken, namelijk die over het klimaatbeleid. De manier van dataverzameling is bij beide partijen hetzelfde; dezelfde zoektermen worden gebruikt in tweets en twee periodes van nationale verkiezingen worden meegenomen in de te onderzoeken tijdsperiode. Om framing te herkennen, wordt eerst onderzocht wat framing inhoudt en welke technieken hiervoor gebruikt kunnen worden. Door dit hierna toe te passen op tweets en de verkiezingsprogramma's, kunnen de uitingen qua framing van beide politieke partijen goed vergeleken worden.

De vraag of de resultaten te generaliseren zijn, betreft de externe validiteit van een onderzoek (Quené & Van den Bergh, 2021). De externe validiteit in dit onderzoek wordt gewaarborgd wanneer hetzelfde onderzoek uitvoerbaar is als naar andere populistische partijen wordt gekeken. Omdat de uitingen van FvD en VOX volgens de zojuist besproken methode qua framing geanalyseerd worden, kunnen de inzichten wellicht ook op andere politieke partijen van toepassing zijn. Bovendien wordt geschreven materiaal geanalyseerd dat betrekking heeft op verschillende jaren en wordt er genoeg materiaal geanalyseerd (25 tweets en 17 tweets, verschillende hoofdstukken). Zo wordt de externe validiteit ook gewaarborgd.

Betrouwbaarheid is gebaseerd op de samenhang tussen observaties (Quené & Van den Bergh, 2021). Volgens Silverman (2008) wordt de betrouwbaarheid van een kwalitatief onderzoek vergroot wanneer meerdere methoden worden gebruikt voor een onderzoek. Door Boeije (2005) wordt dit triangulatie genoemd, wat zij beschrijft als "het vanuit verschillende invalshoeken, theoretisch en methodisch, benaderen van de probleemstelling met als voornaamste doel het vergroten van de validiteit van het onderzoek" (p. 152). In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van triangulatie doordat meerdere onderzoeksmethoden worden gebruikt, namelijk zowel een literatuurstudie als interviews. Bovendien komen ook de invalshoeken van experts hierdoor aan het licht, evenals invalshoeken uit de literatuur. Betrouwbaarheid wordt door Silverman (2008) ook beschreven als de mate van consistentie waarmee de data door de waarnemer bij verschillende gelegenheden aan dezelfde categorie wordt toegewezen. Om de betrouwbaarheid te kunnen meten, "it is incumbent on the scientific investigator to document his or her procedure and to demonstrate that categories have been used consistently" (p. 302).

## 4. Resultaten en analyse tweets en verkiezingsprogramma's

### 4.1 Tweets

Voor FvD zijn er in totaal 22 tweets geanalyseerd, tussen de periode januari 2017 tot en met mei 2022. De tweets van VOX tussen januari 2018 en mei 2022 zijn geanalyseerd, wat in totaal 17 tweets opleverde. De volledige analyse van deze tweets is te vinden in de bijlagen 3a, 3b, 4a en 4b. In deze paragraaf zullen bijzonderheden, voorbeelden en terugkerende patronen uit deze analyse aangehaald worden.

#### 4.1.1 FvD



Forum voor Democratie [@fvdemocratie](#) · Dec 22, 2019

Onze boeren en andere ondernemers zijn het doelwit van de gevestigde partijen. Stikstof, PFAS, **klimaat**, steeds vinden deze partijen weer een bizarre reden om deze mensen dwars te zitten. Dit kan en moet stoppen! Laat ondernemers ondernemen! [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)



De eerste tweet van FvD die is geanalyseerd (Tweet 1), voldoet aan alle framingskenmerken van Entman (1993): er wordt gesteld dat boeren worden dwarsgezet door de gevestigde partijen. Dit is de definitie van het probleem dat FvD stelt. De oorzaak hiervan zou zijn dat de gevestigde partijen redenen vinden om boeren dwars te zitten. Deze redenen worden 'bizar' genoemd, wat het morele oordeel van de partij laat zien. Als oplossing stelt FvD dat dit kan stoppen, door ondernemers te laten ondernemen. Bovendien is er gekeken naar *framing devices* in deze tweet, die bestaan uit de afbeelding, de metafoor 'een doelwit zijn', de lexicale keuze voor een opsomming ('Stikstof, PFAS, klimaat'), en de slagzin 'Laat ondernemers ondernemen!'. De *reasoning devices* zijn verbonden aan de voorwaarden van Entman (Van Gorp, 2006): volgens Van Gorp (2005) wordt een redeneermiddel niet expliciet vermeld, maar zal dit toch worden opgeroepen door het framebericht tijdens het interpretatieproces van de lezer. In deze tweet wordt geredeneerd dat FvD een partij voor de boeren is, terwijl de andere partijen de boeren tegenwerken.

Volgens Lakoff (2004) vormen frames het sociaal beleid. Hierboven is gesteld dat in deze tweet geframed wordt. FvD pleit in de tweet voor hun visie op dit sociale beleid: boeren hun gang laten gaan. Dat de tweet ingaat op beleid, gaat samen met *policy* uit het 3P-model van De Bruijn (2014). Het beleid van de gevestigde partijen, zoals VVD, wordt in een negatief daglicht gezet, en het eigen beoogde beleid wordt als positief en beter geschetst. Bovendien wordt er door de afbeelding op eenvoudige manier het standpunt van FvD weergegeven: dit is volgens De Bruijn (2019) ook een manier van politieke framing.

Een kenmerk van een goed frame is volgens De Bruijn (2014) dat het makkelijk bij de ontvanger blijft hangen, wat in deze tweet wordt gedaan door de slagzin “Laat ondernemers ondernemen!”. Een ander kenmerk is dat de luisteraar het intuïtief eens is met het gestelde frame, in dit geval dat je ondernemers hun gang moet laten gaan met ondernemen. Bovendien is er een duidelijke *bad guy* in de tweet: de gevestigde partijen, en dan met name VVD die expliciet wordt genoemd in de afbeelding. Nog een kenmerk van De Bruijn is dat het frame aansluit bij de beoogde doelgroep: door de boeren ‘onze boeren’ te noemen, voelt bijna iedereen zich aangesproken. Tot slot raakt het frame de kernwaarden van de tegenstander, doordat stikstof, PFAS en klimaat ‘bizarre redenen’ worden genoemd en de gevestigde partijen juist hier hun beleid volgens FvD op hebben ingesteld.

Zo voldoet tweet 1 aan zowel de framingskenmerken van Entman als die van De Bruijn, zijn er *framing-* en *reasoning devices* te herkennen, evenals het 3P-model. Er kan daardoor worden gesteld dat er sprake is van framing in deze tweet.



**Forum voor Democratie**  @fvdemocratie · Jan 18, 2020

...

VVD en CDA hebben het de boer zo ontzettend moeilijk gemaakt. Steeds nieuwe en zelfgecreëerde problemen worden op de boeren afgewenteld, van stikstof tot belastingverhogingen. De Nederlandse **landbouw** behoort tot de wereldtop, daar moeten we trots op zijn! [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)

In bovenstaande tweet zijn de kenmerken van Entman (1993) wederom te herkennen: het probleem is dat het de boeren steeds moeilijker wordt gemaakt door nieuwe en zelfgecreëerde problemen van de VVD en CDA (de oorzaak). Het morele oordeel dat hierover geveld wordt is dat dit oneerlijk is tegen de boeren, waar FvD over zegt dat ‘we er trots op moeten zijn’. Opvallend is dat er geen oplossing wordt gegeven. De *framing devices* die worden gebruikt zijn het argument ‘De Nederlandse landbouw behoort tot de wereldtop, daar moeten we trots op zijn!’ en lexicale keuzes als het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden (‘ontzettend’, ‘nieuwe’, ‘zelfgecreëerde’) en een opsomming (‘van stikstof tot belastingverhogingen’). De *reasoning devices* die aan de *framing devices* en de kenmerken van Entman verbonden zijn, zijn dat het beleid van VVD en CDA als negatief wordt gezien en zij de veroorzakers zijn van de problemen waar boeren tegenaan lopen. Samen staan de *devices* in verband met ‘de trots’ van de Nederlanders op de boeren. Ook de framingskenmerken van De Bruijn (2014) komen in deze tweet terug: de luisteraar het intuïtief eens is met het gestelde frame (‘daar moeten we trots op zijn!’), er wordt een schurk benoemd, namelijk VVD en CDA, en de kernwaarden van de beoogde doelgroep (boeren en trotse burgers) worden benoemd. Tot slot worden ook de kernwaarden van VVD en CDA geraakt, doordat zij achter de belastingverhogingen en stikstofmaatregelen staan.

Bovenstaande tweets framen beide dat FvD een partij voor de boeren is, terwijl de andere partijen de boeren tegenwerken. Echter zit er verschil in de manier van deze boodschap

overbrengen: tweet 1 maakt gebruik van een afbeelding, een metafoor en een slagzin, terwijl de andere tweet overtuigt door het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden en een argument. Bovendien gebruikt de FvD in verschillende tweets doemscenario's, zoals in tweet 19:

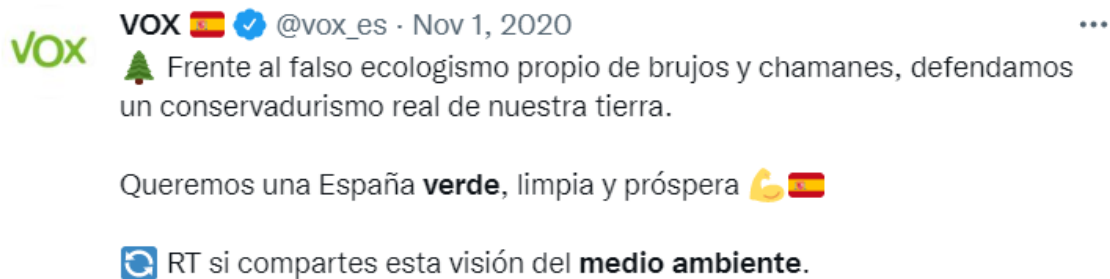


In deze tweet wordt ook geprimed, door eerst een emotievolle opmerking te maken ('Een verwarmde woning dreigt voor veel Nederlanders onbetaalbaar te worden'), hier op door te gaan door te stellen dat dit niet had hoeven gebeuren en daarna het standpunt van de partij duidelijk te maken. Framing door *priming* gebeurt in verschillende tweets (6, 14, 19, 21, 22) om verschillende boodschappen over te brengen. Zo wordt er in deze tweets gesproken over hogere kosten, strenger beleid en onjuiste informatie vanuit de overheid.



Een andere terugkomende manier van framen in de tweets van FvD is het gebruik van een sarcastische ondertoon, zoals in tweet 17. 'Jahoor', 'die gekke @thierrybaudet toch' en de aanhalingstekens bij de woorden 'ernstig' en 'piek afvlakken met lockdown' zijn kenmerken voor sarcasme. Het gebruik van sarcasme komt in bijna een derde deel van de tweets van FvD terug.

#### 4.1.2 VOX



[Vertaling JA]: *Tegen het valse milieubewustzijn van heksen en sjamanen, verdedigen wij een echt conservatisme van ons land.*

*We willen een groen, schoon en welvarend Spanje.*

*RT [Retweet] als je deze visie over het milieu deelt.*

In deze tweet (tweet 2) stelt VOX dat er een probleem is: het valse milieubewustzijn dat er heerst. De oorzaak hiervan zijn volgens de partij heksen en sjamanen. Het morele oordeel hierover staat niet direct in de tweet, maar de oplossing zou de verdediging van het conservatisme door VOX zijn. Deze framingskenmerken van Entman (1993), zijn gekoppeld aan de *reasoning devices*: het morele oordeel dat uit de tweet kan worden gehaald, is dat het huidige bewustzijn over het milieu niet klopt en dat Spanjaarden om de tuin worden geleid door de Spaanse regering. De 'heksen en sjamanen' die worden genoemd, zijn dan ook metaforen voor de Spaanse milieubewuste regering en het beleid dat zij hiervoor opstellen. Metaforen zijn *framing devices*: door niet degenen die VOX bedoelt bij de naam te noemen maar hun heksen en sjamanen te noemen, wordt er een negatieve connotatie opgewekt bij de lezer over deze bestuurders. Heksen en sjamanen zouden toveren/goochelen en de waarheid verdoezelen: VOX impliceert dat de huidige regering ook waarheid verdoezelt over het milieu. Een ander *framing device* dat in deze tweet te herkennen is, is het gebruiken van *nuestra tierra*, oftewel 'ons land' (letterlijk: 'onze aarde/grond') en de oproep om deze tweet te 'retweeten' als de lezer de visie van VOX deelt. Door de lezer aan te spreken en te betrekken, zoals in deze tweet wordt gedaan, zal de lezer het sneller eens zijn met wat er wordt gesteld. De *framing-* en *reasoning devices* in deze tweet kunnen samen in verband worden gebracht met scepticisme over milieubeleid, wat deel uitmaakt van de gedeelde cultuur omtrent milieubewustzijn.

Van de kenmerken van framing van De Bruijn (2014) zijn er in deze tweet ook enkele te herkennen: de *bad guy* wordt benoemd, oftewel de 'heksen en sjamanen' die voor het huidige beleid verantwoordelijk zijn. Ook sluit de tweet aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep: de kiezers van VOX die ook van mening zijn dat het huidige milieubeleid niet deugt. Tot slot raakt hetgeen wat VOX in de tweet stelt ook de kernwaarden van de tegenstander; degenen die verantwoordelijk zijn voor het milieubeleid worden in het defensief gedreven.

In deze tweet zijn verschillende framingskenmerken te zien, die ook terugkomen in andere tweets van VOX. Zo gebruikt de partij in meerdere tweets metaforen, zoals in bovengenoemde tweet, maar ook in tweet 5:



VOX   @vox\_es · Jan 30

Gurúes del ecologismo que solo pisan cemento pretenden dictarle a las gentes del campo cómo deben cuidar el **medio ambiente**.

Laureano nos muestra cuál es el verdadero ecologismo.

 Puedes volver a ver el capítulo completo aquí: [youtu.be/UzNpxn0ICz0](https://youtu.be/UzNpxn0ICz0)

[#LaEspañaSilenciada1](#)



 86

 1,257

 2,707



[Vertaling JA]: *Milieugoeroes die alleen op cement trappen, willen de mensen op het platteland voorschrijven hoe zij voor het milieu moeten zorgen.*

*Laureano laat ons zien wat echt milieubewust zijn is.*

*Je kunt de volledige aflevering hier terugkijken: [link]*

[#LaEspañaSilenciada1](#)<sup>1</sup>

De metaforen ‘milieugoeroes’ en ‘op cement trappen’ benadrukken de boodschap van VOX: de milieugoeroes zouden de beleidsmakers uit de grote steden zijn, die kijken naar cijfers en onderzoeken over het klimaat, maar die niet weten hoe het er daadwerkelijk aan toe gaat in de landbouw. De metaforen die worden gebruikt in de tweet, weerspiegelen het huidige beleid (Lakoff, 2014): de boeren wordt verteld hoe zij hun werk moeten doen, door beleidsmakers die dat werk zelf nooit hebben gedaan.

---

<sup>1</sup> La España Silenciada is een tv-programma geregisseerd door VOX leider Abascal, waarin hij in gesprek gaat met Spanjaarden op het platteland van Spanje, over hun zorgen. De afleveringen worden geplaatst op het Youtube-kanaal van VOX (La Gaceta, 2022).



VOX 🇪🇸 @vox\_es · Jan 23  
🚗 VOX con la España real en la gran manifestación de Alma Rural.

@Jorgebuxade "No puede existir una España **verde** en números rojos. La agricultura, ganadería, pesca, artesanía y caza son sectores estratégicos para nuestra Nación".

#VOXConElCampo



84 1,179 2,576

[Vertaling JA]: VOX met het echte Spanje in de grote demonstratie van Alma Rural <sup>2</sup>.

@Jorgebuxade [woordvoerder VOX] "Er kan geen groen Spanje bestaan in rode getallen. De agricultuur, veeteelt, visserij, ambachten en jacht zijn strategische sectoren voor onze Natie".

#VoxMetHetPlatteland

Ook in tweet 8 is er sprake van het gebruik van een metafoor: 'een groen Spanje in rode getallen'. Maar ook *framing devices* als lexicale keuzes zoals het gebruik van *nuestra* ('onze'), en het benoemen van de onderliggende Spaanse waarde dat de verschillende sectoren strategisch zijn voor het land zijn kenmerkend voor de manier van framen van VOX: het gebruik van *nuestr-o(s)/-a(s)* komt in meer dan de helft van de geanalyseerde tweets terug, en de Spaanse waarden worden in bijna een derde van de tweets genoemd.

Bovendien worden waarden tweet 8 benadrukt, wat te herkennen is aan de hand van *principles* in het 3P-model. De geciteerde woordvoerder gaat in op 'onze Natie' en de wat voor Spanje belangrijk is: de gemiddelde Spanjaard zal het hier mee eens zijn. *Policy* komt ook terug in de tweet, door het huidige beleid te bekritisieren met het benoemen van 'rode getallen'.

VOX 🇪🇸 @vox\_es · Mar 20, 2021  
🚗 Nuestra **agricultura** es una de las grandes perjudicadas por la imposición de la agenda globalista 2030.

Frente a la competencia desleal de productos extracomunitarios, protejamos a nuestros agricultores y la calidad de sus productos 🇪🇸

<sup>2</sup> Alma Rural [Landelijke Ziel] is een Spaanse onafhankelijke vereniging van de landelijke wereld, die acties en demonstraties organiseert ter verdediging de landelijke sector.

[Vertaling JA]: *Onze agricultuur is één van de grootste benadeelden door het opleggen van de globalistische agenda van 2030.*

*Laten we onze boeren en de kwaliteit van hun producten tegen oneerlijke concurrentie van niet-EU-producten beschermen.*

In bovenstaande tweet 16 is te lezen hoe VOX stelt dat de Spaanse agricultuur wordt benadeeld. De oorzaak hiervan is de oplegging van de globalistische agenda van 2030 en de oplossing hiervoor is het beschermen van de boeren en de kwaliteit van hun producten. Het morele oordeel dat hierover wordt geveld is dat de concurrentie van niet-EU-producten oneerlijk is. Zo voldoet bovenstaande tweet aan de vier framingskenmerken van Entman (1993). Ook in deze tweet wordt de lexicale keuze voor het gebruik van *nuestra* en *nuestros* (onze) getoond, en ook het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden (*las grandes perjudicadas*: de grootste benadeelden, *desleal*: oneerlijke, *extracomunitarios*: niet-EU) is een *framing device*. De *reasoning devices* die hierbij horen, oftewel hoe de boodschap uit de tweet geïnterpreteerd kan worden (Van Gorp, 2010), kunnen zijn dat VOX stelt dat het huidige beleid van andere partijen ervoor heeft gezorgd dat de Spaanse agricultuur wordt benadeeld en dat het landbouwbeleid van VOX ervoor zorgt dat de boeren weer worden beschermd. Bovendien wordt in deze tweet geprimed, door eerst een emotievolle opmerking te maken: 'Onze agricultuur is één van de grootste benadeelden', deze op te volgen met de oorzaak hiervan, en te eindigen met hoe dit volgens VOX opgelost kan worden.

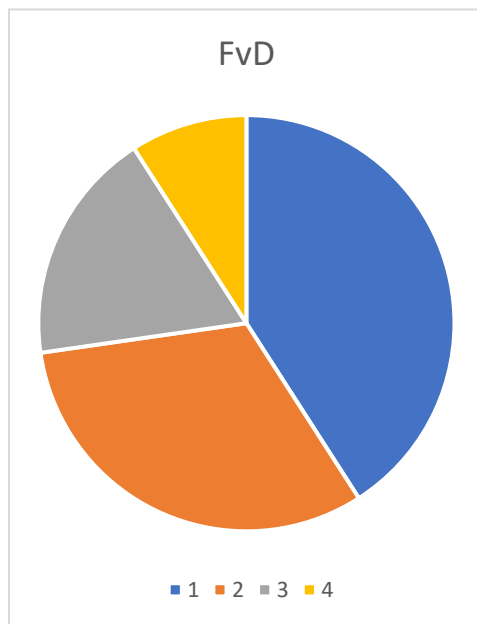
### 4.1.3 Overeenkomsten en verschillen tweets

Wanneer wordt gekeken naar de framingskenmerken van Entman (1993), is gebleken dat FvD in de meeste gevallen van haar tweets een probleem noemt, in combinatie met een moreel oordeel hierover. VOX noemt ook vaak een probleem, maar geeft hierbij vaak een oplossing. De oorzaak wordt bij beide partijen vaak achterwege gelaten.

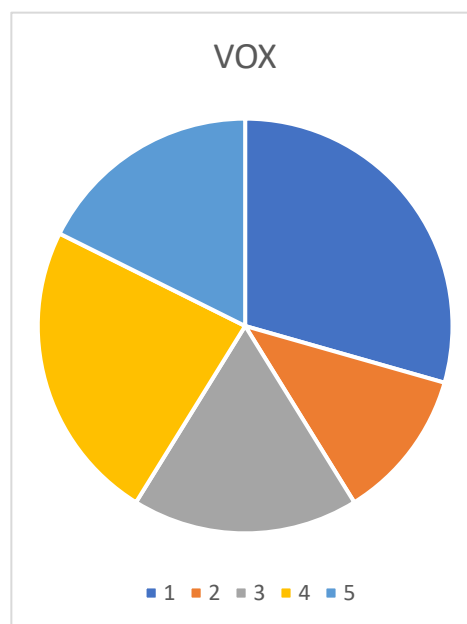
Bij beide partijen zijn in verschillende tweets *framing devices* gevonden, zoals metaforen, argumenten, waarden, afbeeldingen, selectie van bronnen, stereotypen en dramatische personages. Bij FvD is er in drie van de 22 tweets ook sprake van het gebruik van een slagzin, en bij VOX is er in één van de 17 tweets gebruik gemaakt van de lezer oproepen. Opvallend is dat bij FvD voornamelijk gebruik wordt gemaakt van argumenten (in 18 van de 22 tweets), terwijl bij VOX het gebruik van metaforen het meeste is geanalyseerd (in 6 van de 17 tweets). Naast deze *framing devices*, gebruikt FvD in 20 van de 22 tweets lexicale keuzes als woorden met een positieve of negatieve connotatie, een sarcastische ondertoon, bijvoeglijke naamwoorden, de lezer betrekken, een opsomming, het gebruik van hoofdletters, een overtreffende trap of verkleinwoorden. VOX gebruikt deze lexicale keuzes in 13 van de 17 gevallen. De meest gebruikte lexicale keuzes van FvD zijn het gebruik van woorden met een positieve of negatieve connotatie (in 10 van de 22 tweets) en het gebruik van een sarcastische ondertoon (in 10 tweets). VOX betreft de lezer in 9 van de 17 tweets, en gebruikt woorden met een positieve of negatieve connotatie in 6 tweets.

De onderliggende boodschap die kan worden opgemaakt uit de tweets, staat in verband met de *framing devices* en komt tot stand vanuit *reasoning devices*. Deze onderliggende boodschappen kunnen worden verdeeld in vijf categorieën: (1) het huidige beleid werkt niet; (2) het huidige kabinet misleidt de burger met foute informatie; (3) het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Nederlander/Spaanjaard; (4) FvD/VOX is een partij voor de boeren, de andere partijen werken de

boeren tegen; en (5) de Nederlandse/Spaanse waarden lopen gevaar. De verdeling van deze boodschappen in de tweets is weergegeven in onderstaande cirkeldiagrammen:



Figuur 5 Onderliggende boodschap FvD



Figuur 6 Onderliggende boodschap VOX

Er is gebleken dat de onderliggende boodschap bij beide partijen het vaakst is dat het huidige beleid van de gevestigde partijen niet werkt. Dit komt bij FvD in negen van de 22 tweets naar voren, en bij VOX in vijf van de 17. Bij FvD wordt de onderliggende boodschap dat het huidige kabinet de burger misleidt met foute informatie in zeven van de 22 tweets gebruikt, en staat daarmee bij FvD op de tweede plek. Bij VOX staat de onderliggende boodschap dat VOX is een partij voor de boeren is, en de andere partijen de boeren tegen werken op de tweede plek, met vier van de 17 tweets.

Na het analyseren van de framingskenmerken van De Bruijn (2014), is naar voren gekomen dat FvD in 19 van de 22 tweets de kernwaarden van de tegenstander raakt, gevolgd door het benoemen van een schurk in 16 van de tweets. Ook het aansluiten bij de kernwaarden van de doelgroep komt vaak terug (in 14 van de 22 gevallen). Bij VOX wordt het framingskenmerk 'de kernwaarden van de tegenstander raken' ook het meeste gebruikt, namelijk in 14 van de 17 tweets. Op de tweede plek staat hier het aansluiten bij de kernwaarden van de doelgroep (12 van de 17 tweets), gevolgd door het de lezer intuïtief eens laten zijn met de boodschap in tien van de 17 gevallen.

Tot slot is er gekeken naar het gebruik van het 3P-model en *priming*. Het 3P-model kan bij beide partijen in ongeveer een derde van de tweets worden herkend (zeven van de 22 bij FvD; vijf van de 17 bij VOX). FvD gaat hierbij echter vaker in op het beleid (*policy*), terwijl VOX vaker refereert naar waarden (*principles*). Persoonlijke betrokkenheid wordt bij FvD één keer gebruikt, en bij VOX geen één keer. Het gebruik van *priming* komt bij FvD vaker terug dan bij VOX, namelijk in zes van de 22 tweets, tegenover drie van de 17 tweets van VOX.

## 4.2 Verkiezingsprogramma's

### 4.2.1 FvD

In hoofdstuk vijf van het verkiezingsprogramma 'Stem Nederland terug' van Forum voor Democratie (2021), gaat de partij in op klimaat, landbouw en innovatie. Zoals aangegeven in het methodehoofdstuk zullen in deze analyse de laatste twee paragrafen van het hoofdstuk, dierenwelzijn en ruimtevaart, buiten beschouwing worden gelaten. Elke paragraaf begint met 'wij willen:' en een opsomming van standpunten die daarna worden toegelicht.

De paragraaf 'Klimaat' begint met onder andere de standpunten 'Opzeggen Parijs-akkoord, klimaat- en energieakkoord. Intrekken klimaatwet' en 'Stoppen met de plaatsing van gesubsidieerde windturbines, zonneparken en biomassacentrales' (p. 66). De standpunten worden toegelicht door eerst te stellen dat er geen sprake is van een klimaatcrisis, in te gaan op het feit dat het klimaat altijd verandert, en te stellen dat het aantal slachtoffers als gevolg van klimaatgerelateerde rampen juist met meer dan 95% is afgenomen. Vervolgens wordt gesteld dat

Daarnaast is CO<sub>2</sub> een belangrijke voedingsstof voor het leven op aarde, met name voor planten en bomen. De uitstoot van CO<sub>2</sub> leidt daardoor tot een aarde met meer bomen en planten en tot hogere landbouwopbrengsten. (p. 67)

Hierna concludeert FvD dat de huidige klimaatdoelen onhaalbaar zijn en geen merkbaar effect leveren op het klimaat. De klimaatdoelen zouden volgens het verkiezingsprogramma wel een groot negatief effect hebben op de Nederlandse welvaart. Tot slot wordt gesteld dat het huidige klimaatbeleid moet stoppen, CO<sub>2</sub>-reductie moet vervallen en er gefocust moet worden op adaptie en het wereldwijd delen van Nederlandse kennis.

De volgende framingskenmerken van Entman (1993) zijn te herkennen: het probleem dat wordt gesteld is dat de huidige klimaatdoelen onhaalbaar zijn. De oplossing die FvD noemt is het stoppen met deze klimaatdoelen en de focus verleggen naar adaptie op klimaatverandering en extreme weersomstandigheden. De oorzaak en het morele oordeel staan niet in de tekst, maar met behulp van *reasoning devices* kunnen deze worden vastgesteld: de oorzaak die impliciet wordt genoemd, zijn de beleidsmakers die hun beleid baseren op andere informatie dan FvD. De partij noemt namelijk informatie ('Het klimaat verandert altijd', 'CO<sub>2</sub> leidt tot hogere landbouwopbrengsten') die suggereert dat er geen sprake is van een klimaatcrisis. Het morele oordeel zou dan ook kunnen zijn dat FvD meent dat het huidige klimaatbeleid is gebaseerd op onjuiste informatie. *Framing devices* die hierbij horen zijn voorbeelden en argumenten ('Daarnaast is CO<sub>2</sub> een belangrijke voedingsstof voor het leven op aarde' (p. 67)). De gedeelde overtuiging die de *devices* naar voren brengen is dat het huidige klimaatbeleid nutteloos is, en dat ermee stoppen zorgt voor een welvarender Nederland.

De framingskenmerken van De Bruijn (2014) die in de paragraaf te herkennen zijn, zijn dat de lezer het intuïtief eens is met wat FvD stelt, door de manier van beargumenteren en feiten noemen. Ook sluit de boodschap aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, namelijk degenen die (overwegen om) op FvD te stemmen, rechts georiënteerd zijn en een welvend Nederland voorop stellen.

Bovendien wordt er geprimed in de paragraaf. De tekst begint met een positieve boodschap, namelijk dat klimaatverandering van alle tijden is en dat CO<sub>2</sub> goed is voor de landbouw. Daarna

wordt er kritiek geleverd op het huidige klimaatbeleid, waarna de paragraaf eindigt met veranderingen die FvD voor ogen heeft. Ook is er sprake van het 3P-model om de boodschap van de partij over te brengen: het huidige beleid wordt toegelicht met feiten en cijfers (*policy*) en er wordt gerefereerd naar onderliggende waarden (*principles*), zoals de Nederlandse welvaart en kennis van Nederlandse ingenieurs.

De tweede paragraaf in het hoofdstuk, '(Kern)energie en innovatie', toont overeenkomsten met de vorige paragraaf. Zo worden de standpunten 'Kernenergie stimuleren door middel van scheppen goede langetermijnrandvoorwaarden' en 'Het aardgasverbod per direct opheffen' (p. 68) genoemd, waarna dit wordt toegelicht met argumenten als de positieve gevolgen van fossiele brandstoffen, kernenergie en (het importeren van) aardgas. Dit wordt aangevuld met de notie dat

De plannen om onze woningen van het aardgas af te halen zijn peperduur en ridicuul. We hebben het beste en meest fijnmazige aardgasnetwerk ter wereld. Het aardgasverbod moet van tafel. (p. 69)

Daarbij wordt gesteld dat energie dat geleverd wordt uit zon, wind en biomassa niet aan de energiebehoefte kunnen voldoen, en dat deze manieren van energiewinnen slechts 1% van de energiebehoefte kan vervangen. Bovendien "verpesten windturbines en graslanden vol zonnepanelen ons mooie Nederlandse landschap" (p. 69). De paragraaf sluit af met een toekomstvisie waarin Nederland koploper wordt van kernenergie.

Evenals bij de paragraaf over klimaat, zijn in deze paragraaf een probleem en oplossing te vinden: het probleem is dure energie vanuit zon, wind en biomassa, dat niet volstaat aan de Nederlandse energiebehoefte. De oplossing volgens de partij is het gebruik van (een nieuwe soort van) kernenergie en aardgas. Ook de oorzaak voor het probleem wordt genoemd: het aardgasverbod en het nastreven van CO<sub>2</sub>-reductiedoelen zorgen voor meer kosten voor Nederlanders. Het morele oordeel dat hierbij hoort, is dat FvD het huidige beleid om onder andere geen aardgas meer te gebruiken 'ridicuul' vindt. Zo voldoet de paragraaf aan de framingskenmerken van Entman (1993).

*Framing devices* die te herkennen zijn, zijn lexicale keuzes als het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden zoals 'peperduur', 'ridicuul', 'meest fijnmazige ter wereld' en 'ons mooie Nederlandse'. Ook het gebruik van argumenten dat het energiegebruik de komende jaren gaat toenemen en dat kernenergie een schone, betrouwbare en veilige manier van energie opwekken is, is een *framing device*. *Reasoning devices* zijn dat Nederland moet vertrouwen op de genoemde manieren van energie opwekken en dat Nederland hiermee concurrerend energie kan produceren.

Op basis van De Bruijn (2014) zijn framingskenmerken zijn ook in deze paragraaf te herkennen: wederom is de lezer het intuïtief eens is met in de paragraaf wordt gesteld, door de argumenten en feiten die worden genoemd. Ook sluit de boodschap in deze paragraaf aan bij de beoogde doelgroep en haar kernwaarden, namelijk (mogelijke) FvD-stemmers, die lagere energieprijzen willen.

Aangezien deze paragraaf hetzelfde is opgebouwd als de eerder besproken klimaatparagraaf, wordt er in deze paragraaf op dezelfde manier gebruik gemaakt van *priming* en het 3P-model, namelijk door eerst positieve eigenschappen van (kern)energie en gas te noemen, daarna kritiek te leveren op het huidige beleid (*policy*) en te eindigen met oplossingen en veranderingen naar aanleiding van Nederlandse waarden (*principles*).

Paragraaf drie (Natuurbeheer) en vier (Landbouw, veeteelt en visserij) zijn wederom op dezelfde manier opgebouwd als paragrafen één en twee. De paragraaf Natuurbeheer begint met standpunten als ‘Steun voor boeren die op hun land de natuur de ruimte geven’ (p. 70) en paragraaf vier noemt onder andere de standpunten ‘Respect, aandacht en steun voor onze boeren’ en ‘In de EU veel meer opkomen voor Nederlandse belangen qua landbouw en visserij’ (p. 72). Er wordt beargumenteerd dat natuurbehoud essentieel is voor ‘mooie stukjes Nederland’ (p. 71). Om hiervoor te zorgen wordt het volgende gesteld:

Onze belangrijkste maatregel om de ‘natuur’ in stand te houden is beperking van bevolkingsgroei door te stoppen met massale immigratie. Dat is het enige dat de drang naar bebouwing van het landschap stopt. (p. 71)

De agrarische sector van Nederland noemt FvD in de vierde paragraaf ‘een technologisch hoogwaardige bedrijfstak’ (p. 73) en ook wordt er gesteld dat

Koeien horen in de Nederlandse weilanden thuis. En Nederlandse boeren zijn ondernemers, die alle ruimte moeten krijgen die ze nodig hebben om hun beroep uit te oefenen. Het visserijbeleid van de Europese Unie is schadelijk voor de Nederlandse vissers. (p. 73)

Ook in paragraaf drie en vier komen de framingskenmerken van Entman (1993) terug. Deze kenmerken hangen samen met de stelling dat de Nederlandse natuur en agrarische sector essentieel zijn voor het land om prettig in te kunnen wonen en concurrerend te produceren. De problemen en oorzaken die worden gesteld zijn dat natuur wordt ingeleverd voor bebouwing als gevolg van immigratie en verspilling van geld voor de boeren aan de Europese Unie en haar wetgevingen. Het morele oordeel van de partij over deze zaken is dat de Nederlandse natuur en agrarische sector zullen opbloeien wanneer er minder immigratie en wetgeving vanuit de EU. De oplossingen die FvD geeft hangen samen met de leuzen als ‘boeren laten boeren’ (p. 71) en ‘Forum voor Democratie wil deze [agrarische] sector voor Nederland behouden en versterken’ (p. 73).

De *framing devices* in deze paragrafen zijn lexicale keuzes als het gebruik van woorden met een positieve connotatie (‘steun’, ‘respect’, ‘aandacht’, ‘mooie stukjes Nederland’), argumenten als dat koeien in de Nederlandse weilanden thuishoren en dat het stikstofprobleem een boekhouwkundig probleem is (p. 71), en het gebruik van een slagzin als ‘boeren laten boeren’. De hiermee samenhangende *reasoning devices* zijn dat op dit moment boeren klein worden gehouden en dat het huidige ‘slechte’ natuurbehoud een negatief gevolg is van het immigratiebeleid.

Als gevolg van deze argumenten en *reasoning devices*, is de lezer het intuïtief eens met wat er wordt gesteld en blijft de boodschap gemakkelijk hangen. Ook sluiten de paragrafen aan bij de kernwaarden van agrariërs en de gemiddelde Nederlander die voor het behoud van de natuur is. Dit komt overeen met drie van de vijf framingskenmerken van De Bruijn (2014).

Tot slot wordt er zowel in paragraaf drie als in paragraaf vier geprimed en wordt het 3P-model gebruikt. Evenals bij paragraaf één en twee komt *priming* terug door eerst positieve eigenschappen van de Nederlandse natuur en agrarische sector te noemen, vervolgens kritiek te uiten op het huidige beleid en daarna oplossingen en veranderingen te noemen, die overeenkomen met de waarden van de gemiddelde Nederlander. *Policy*, oftewel beleid, en *principles* (waarden) van het 3P-model komen zo tot uiting.

### 4.2.2 VOX

In hoofdstuk twaalf van het programma van VOX *Agenda España* (2021) gaat de partij in op 'Groen Spanje'. Dit hoofdstuk begint met de notie dat er geen realistische maatregelen worden genoemd in de globalistische agenda die het behoud van de natuur garanderen, en dat de zogenoemde 'ecologische transitie' bestaan uit het overhevelen van enorme hoeveelheden geld van de midden- en arbeidersklasse naar de elites die de klimaatagenda sturen. VOX stelt dat de toekomst van Spanje en Europa wordt verpest als de "nieuwe klimaatreligie" (*una nueva religión climática*, p. 27) van deze elite wordt opgelegd aan de 'gewone Spanjaard' en dat het behoud van de natuur en de verbetering hiervan moet gebeuren met respect voor de levenskwaliteit van burgers. De *impuestos verdes*, oftewel groene belastingen, moeten volgens de partij niet een extra gewicht zijn op de schouders van de Spanjaarden waardoor "onze boeren of arbeiders" (*nuestros trabajadores o agricultores*, p. 27) worden gecriminaliseerd. Dit wordt vervolgd met een aantal standpunten die betrekking hebben op het milieu, als het behouden van (historisch) landschap en andere zaken die Spanje representeren. Ook pleit de partij voor beleid dat niet gericht is op het verminderen van CO<sub>2</sub>-uitstoot, maar op herbebossing waardoor CO<sub>2</sub>-opname wordt bevorderd. Bovendien wil VOX een nationaal landbouw-, veeteelt- en visserijbeleid hebben dat verenigbaar is met het beleid van de EU waardoor het land niet onderworpen wordt aan de belangen van andere landen.

Uit dit hoofdstuk blijkt dat VOX stelt dat het huidige klimaatbeleid niet realistisch is en gebaseerd op het geld van boeren en arbeiders overhevelen naar een elite. De 'nieuwe klimaatreligie', zoals de partij dit noemt, is een probleem veroorzaakt door de EU met haar beleid. Het morele oordeel dat de partij hierover velt is dat de globalistische agenda niet het beste met Spanje voorheeft. De oplossing van VOX is dan ook om het huidige klimaatbeleid zodanig aan te passen dat de focus op Spanje ligt en niet op de EU. Hieruit blijkt dat Entman (1993) zijn vier framingskenmerken te herkennen zijn in dit hoofdstuk.

*Framing devices* die herkend kunnen worden, zijn lexicale keuzes als het gebruik van woorden met een negatieve connotatie (*ningún plan realista*: geen enkel realistisch plan; *trasferir ingentes cantidades de dinero*: enorme hoeveelheden geld overhevelen; *hacen la vista gorda ante los crímenes medioambientales*; een oogje dichtknijpen voor milieucriminaliteit etc.), het benoemen van waarden als het nationale erfgoed (*nuestro patrimonio*), de metafoor 'nieuwe klimaatreligie' en het geven van argumenten dat groene belastingen het leven van de midden- en arbeidersklasse moeilijk maakt. *Reasoning devices* die hieraan kunnen worden toegevoegd zijn dat Spanje wordt benadeeld door de EU en dat het huidige klimaatbeleid nutteloos is. De gedeelde waarde die hierin terugkomt is de trots op de Spaanse boeren en natuur.

Door termen te introduceren als 'klimaatreligie' blijft de boodschap uit dit hoofdstuk gemakkelijk bij de lezer hangen. Ook zal de gemiddelde Spanjaard het eens zijn met de trots op de Spaanse natuur en boeren welke op verschillende manieren in het hoofdstuk wordt benoemd. De schurk die wordt benoemd zijn de EU en de elite die het huidige klimaatbeleid hebben gemaakt en de boodschap sluit aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep: de gemiddelde Spanjaard. Door kritiek te leveren op de tegenstanders, worden ook de kernwaarden van de beleidsmakers geraakt. Tot slot maakt dit hoofdstuk gebruik van het 3P-model, door kritiek te leveren op het huidige beleid (*policy*) en in te gaan op de Spaanse waarden (*principles*) die verdedigd moeten worden.

Verderop in het programma van VOX *Agenda España* (2021), in hoofdstuk zeventien, gaat de partij in op 'Landelijk Spanje'. Dit hoofdstuk begint met het statement dat landelijk Spanje wordt gestigmatiseerd (*estigmatización del modo de vida rural*, p. 37). VOX stelt dan ook dat

La España rural necesita medidas que garanticen la persistencia y el crecimiento de un modo de vida crucial para la Nación. Es de vital importancia defender el mundo rural y sus tradiciones. (p. 37)

Oftewel: "Landelijk Spanje heeft maatregelen nodig die het voortbestaan en de groei van een cruciale manier van leven voor de Natie garanderen. Het is van vitaal belang om de landelijke wereld en haar tradities te verdedigen" [vertaling JA].

Vervolgens worden enkele standpunten benoemd, zoals het beschermen van Spanjaarden op het platteland tegen de opleggingen van de overheid met betrekking tot het milieu, en de bescherming van nationale producten en tradities als stierenvechten *como garante de nuestra identidad nacional y motor económico y turístico* (p. 38), oftewel: als garantie voor onze nationale identiteit en economische en toeristische motor [vertaling JA].

In dit hoofdstuk stelt VOX als probleem dat landelijk Spanje wordt gestigmatiseerd, ondergewaardeerd en dat de waarde van het Spaanse platteland niet genoeg wordt erkend. De oorzaak hiervan kan worden gesteld aan de hand van *reasoning devices*: het huidige beleid heeft het de Spanjaarden op het platteland moeilijk gemaakt met vele regels. Het morele oordeel stelt dat het Spaanse platteland, haar inwoners, tradities, en de manier van leven essentieel zijn voor de Spaanse nationale identiteit, maar ook voor de economie en toerisme. Bescherming van landelijk Spanje is volgens VOX dan ook de oplossing voor het behoud van de Spaanse identiteit.

Naast het bovengenoemde *reasoning device*, zijn er ook *framing devices* te herkennen in dit hoofdstuk. Zo worden argumenten gegeven die de waarde van het Spaanse platteland benadrukken, hangen deze argumenten samen met waarden, worden lexicale keuzes gemaakt als het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden, en is ook het gebruik van de eerdergenoemde metafoor 'klimaatreligie' in dit hoofdstuk van toepassing. De gedeelde waarde die hierin terugkomt, komt overeen met de gedeelde waarde uit het hoofdstuk 'Groen Spanje': de trots op het Spaanse platteland en identiteit, evenals de framingskenmerken van De Bruijn (2014), zoals de boodschap die makkelijk blijft hangen en de lezer het intuïtief eens laten zijn met wat er wordt gesteld. Ook sluit de kernboodschap aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep.

Tot slot is in hoofdstuk zeventien het 3P-model op dezelfde manier te herkennen als in hoofdstuk twaalf: er wordt kritiek geleverd op het huidige beleid (*policy*) en er wordt ingegaan op de Spaanse waarden (*principles*) die verdedigd moeten worden.

### 4.2.3 Overeenkomsten en verschillen verkiezingsprogramma's

Van de vier framingskenmerken van Entman (1993) komen het benoemen van een probleem en een oplossing voor dit probleem vaak terug in het verkiezingsprogramma van FvD. Hetzelfde geldt voor het verkiezingsprogramma van VOX. Morele oordelen over- en oorzaken van de problemen worden in sommige paragrafen genoemd, dan wel impliciet.

De meest voorkomende *framing devices* bij FvD zijn het gebruik van argumenten en het gebruik van lexicale keuzes als bijvoeglijke naamwoorden of woorden met een positieve connotatie. In mindere mate wordt gebruik gemaakt van een slagzin of voorbeelden. In het geval van VOX kan



worden geconcludeerd dat met name lexicale keuzes (bijvoeglijke naamwoorden en het gebruik van woorden met negatieve connotatie), het gebruik van de metafoor 'klimaatreligie' en argumenten benoemen terugkomen. Ook worden waarden benoemd, dan wel in mindere mate.

De framingskenmerken van De Bruijn (2014) die in het hoofdstuk van FvD terugkomen, zijn het intuïtief eens zijn van de lezer met wat er in de paragraaf wordt gesteld, en het aansluiten bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep. Door VOX wordt er vaak voor gezorgd dat de lezer het intuïtief eens is met wat er wordt geschreven, de boodschap gemakkelijk blijft hangen en sluit de boodschap ook aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep.

Opvallend bij FvD is het gebruik van *priming* in elke paragraaf, evenals het terugkomen van *policy* en *principles* vanuit het 3P-model. In het programma refereert FvD vaak terug naar onderliggende waarden en uit het duidelijk kritiek op het huidige beleid. De framingstechnieken samen tonen de overtuiging dat het huidige klimaatbeleid niet goed is in de ogen van FvD, dat ingaan tegen dit beleid zorgt voor een welvarender Nederland en dat de partij de natuur en agrarische sector als essentieel ziet voor de Nederlandse identiteit. Het 3P-model komt in bij VOX tot uiting in de manier van refereren naar waarden (*principles*) en het geven van feiten en cijfers over het beleid (*policy*). Bovendien zijn er overeenkomstige frames in de vorm van kritiek op het huidige klimaatbeleid, trots op de Spaanse boeren en natuur en de Spaanse identiteit.

### 4.3 Samenvatting analyse

Concluderend kan er worden gesteld dat de grootste overeenkomsten in manieren van framen in tweets de volgende zijn: het gebruik van het *framing device* 'lexicale keuzes', en dan met name het gebruik van woorden met een positieve of negatieve connotatie. Ook de onderliggende boodschap van de tweets is bij beide partijen het vaakst dat het huidige beleid van de gevestigde partijen niet werkt. De framingskenmerken van de Bruijn die bij zowel FvD als VOX veel terugkomen, zijn het raken van de kernwaarden van de tegenstander, gevolgd door het aansluiten bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep (bij FvD op de derde plek; bij VOX op de tweede plek). In ongeveer een derde van de tweets refereren beide partijen naar beleid of waarden, welke te herkennen zijn door middel van het 3P-model van De Bruijn. De grootste verschillen tussen de partijen zijn dat FvD vaak een probleem in combinatie met een moreel oordeel deelt, terwijl VOX vaker van probleem in combinatie met een oplossing spreekt. FvD maakt daarbij veel vaker gebruik van het *framing device* 'argumenten' dan VOX, terwijl VOX vaker metaforen gebruikt dan FvD. Ook is er in de tweets van FvD vaker sprake van een sarcastische ondertoon, terwijl VOX de lezer vaker betreft in de boodschap dan de Nederlandse partij. Het benoemen van een schurk in de tweets komt vaker voor bij FvD, maar het de lezer intuïtief eens laten zijn met de boodschap is kenmerkender voor VOX. Tenslotte maakt FvD vaker gebruik van *priming* dan VOX.

Over de verkiezingsprogramma's kan worden gesteld dat beide partijen het benoemen van een probleem, gevolgd door een oplossing als framingstechniek gebruiken in de programma's. Ook het gebruik van argumenten komt bij beide partijen terug, evenals bepaalde lexicale keuzes (bijvoeglijke naamwoorden, woorden met een positieve/negatieve connotatie). Ook zijn de meest gebruikte framingskenmerken van De Bruijn (2014) bij beide partijen het ervoor zorgen dat de lezer het intuïtief eens is met wat er wordt gesteld, en de boodschap laten aansluiten bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep. Opvallend is terugzien van het 3P-model door beide partijen: de verschillende hoofdstukken benoemen allemaal duidelijk het huidige beleid en kritiek hierop,

gevolgd door het beleid dat de partijen voor ogen hebben, wat zij beargumenteren aan de hand van waarden. Tot slot maakt FvD veel gebruik van *priming*, in tegenstelling tot VOX, maar zorgt de Spaanse partij er vaker voor dat haar boodschap blijft hangen bij de lezer dan FvD.

## 5. Interviews experts

---

In dit hoofdstuk worden de drie interviews met verschillende politieke communicatie experts behandeld. Hoogleraar journalistiek en communicatiemanagement aan de KU Leven Baldwin van Gorp, hoogleraar bestuurskunde aan de TU Delft Hans De Bruijn, en hoogleraar politieke communicatie aan de Universiteit Antwerpen Stefaan Walgrave. Aan de experts zijn twee tweets van FvD voorgelegd (Tweet 1 en 3), twee tweets van VOX (Tweet 2 en 8), en van beide partijen een citaat uit hun verkiezingsprogramma's. De zaken die deze experts opvallend en/of typerend vonden met betrekking tot framing en populisme, zijn in dit hoofdstuk uitgewerkt. De tweets en passages uit de verkiezingsprogramma's die zijn besproken in de interviews, hebben de experts vooraf toegestuurd gekregen als bijlage in een e-mail. Deze bijlage is in dit onderzoek bijgevoegd als bijlage 2a. Elk interview is gestart met de vraag of de hoogleraar FvD en VOX kenden. Alle drie kenden zij FvD, maar waren minder bekend met VOX. Er is aan het begin van elk interview daarom achtergrondinformatie over beide partijen en hun gelijkenissen gegeven.

### 5.1 Interview Van Gorp

Over tweet 1 van FvD stelt Van Gorp dat er metaforen worden gebruikt: 'het doelwit zijn', en dat dit, in combinatie met het gebruik van woorden als 'bizarre' ervoor zorgt dat de lezers naar redenen zoeken en dat dit taalgebruik een strategie is. De slagzin 'laat ondernemers ondernemen' is daarbij volgens Van Gorp een manier om te zorgen dat de boodschap bij de lezer blijft hangen. Over deze tweet zegt hij dan ook "geen enkel woord is neutraal en elk woord vertegenwoordigt een frame." Bovendien noemt de hoogleraar dat de afbeelding bij de tweet ervoor zorgt dat het lijkt alsof VVD wil dat de boeren hun werk niet meer kunnen doen: "Ja, dat is natuurlijk framing, dit is geen toeval. Over alles is nagedacht."

De andere tweet van FvD ligt volgens Van Gorp in dezelfde lijn als de eerste: de boodschap die FvD hiermee wil overbrengen, is dat FvD voor de boeren strijdt, terwijl de andere partijen niet het beste met hun voorhebben. Op de vraag of het gebruik van een metafoer en slagzin in tweet 1 verschil maakt in het overbrengen van de boodschap, ten opzichte van tweet 3 waarin dit niet gebeurt, zegt Van Gorp: "door het gebruik van een metafoer als 'het doelwit zijn' gaat de lezer associaties leggen: ze gaan vanuit dat beeld kijken. Maar, in principe geeft FvD in tweet 3 ook een beeld aan de lezer door woorden als 'wereldtop' en 'trots'. Zo wordt er geappelleerd aan de trots op Nederland: de lezer maakt de associatie met een belangrijk landbouwland zijn." Dit appelleren is een *reasoning device*. Van Gorp:

Die redenering hoeft niet helemaal expliciet in de tekst te staan, maar door die metaforen en die verwijzing naar dat trots zijn, ga je wel redeneringen triggeren. Bijvoorbeeld 'stoppen met de regels voor de boeren', dat staat er niet letterlijk, maar na het lezen lijkt het wel vanzelfsprekend dat het onterecht is dat die mensen worden dwarsgezet. (...) Dus wat dat betreft zit daar reasoning in, van 'dat klopt gewoon niet, punt'.

Over de twee tweets van FvD concludeert hij dat er duidelijk is nagedacht over de boodschap: "Dat is geen snel berichtje of iemand die emotioneel iets van zich afschrijft. Dit is gewikt en gewogen, om kort en krachtig bij elk woordje te proberen iets extra's mee te geven aan de lezer." Over het citaat uit het verkiezingsprogramma van FvD voegt hij bovendien toe dat er een dubbele

strategie in zit: de partij neemt het op voor de genoemde beroepsgroepen, maar er wordt ook een link gelegd met de niet-boeren en niet-vissers, de rest van Nederland, door nadruk te leggen op hoe de boeren in Nederland horen, omdat ze opkomen voor de beroepsgroepen en zo iedereen voor zich winnen: “ik denk dat door die framing, ze ruimere verkiezingsuccessen beogen.”

Over tweet 2 van VOX stelt Van Gorp dat het gebruik van ‘vals’ (*falso*) en ‘echt’ (*real*) een tegenstelling laat zien, waarmee de partij zegt “dit is *fake*, en wij zijn *the real thing*”. Ook door het noemen van ‘heksen en sjamanen’, die natuurlijk niet bestaan, wordt dit benadrukt. In de andere tweet van VOX, tweet 8, stelt hij dat VOX de genoemde sectoren verbindt met de Natie, met Spanje als een logische eenheid. Ook door deze sectoren te benoemen als strategisch (*estratégicos*), wordt ervoor gezorgd dat de lezer de conclusie trekt dat deze sectoren niet zomaar geschrapt mogen worden en dat VOX voor de belangen van de mensen in deze sectoren opkomt. Over de tweets van de Spaanse partij zegt hij: “zonder dat ik natuurlijk een expert ben in VOX, zie ik parallellen in hun tweets.” Over het citaat uit het verkiezingsprogramma van VOX stelt van Gorp onmiddellijk dat het populistisch is en dat “ze hanteren geen rationele argumenten, ze proberen het emotioneel te bespelen, door te verwijzen naar complotten en achterliggende bedoelingen”.

Concluderend stelt Van Gorp: “het ligt allemaal wel in dezelfde lijn. Ze kunnen een verschillende strategie hanteren; negatief spreken over andere partijen of appelleren op de trots op het land, maar beide beroepen op het idee dat je pas een echte Nederlander of een echte Spanjaard bent als je op Forum voor Democratie of VOX stemt. De boodschap van beide partijen komt er op neer dat de traditionele partijen een beetje volksverraders zijn, die tegen de ziel van het land zijn.”

## 5.2 Interview De Bruijn

Op de vraag of de hoogleraar framing ziet in de eerste tweet van FvD, antwoordt hij dat alles framing is, en dat het idee van een ‘objectieve werkelijkheid’ en ‘een frame’ hebben te eenvoudig is. Over de specifieke tweet stelt De Bruijn dat daarin de focus ligt op de gevestigde partijen als elite, die achter de ‘gewone mensen’ mensen aanzit. Daaraan voegt hij toe dat volgens hem de manier van framen door een partij als de FvD vaak gebeurt door lang genoeg te blijven zeggen dat de problemen die de gevestigde partijen aandragen, zoals stikstof; milieu; economische instabiliteit; simpele oplossingen hebben, en dat de toehoorder op een gegeven moment denkt “misschien zit daar wel wat in”. De Bruijn: “als je iets maar blijft roepen, ja, op enig moment kan zoiets zomaar gaan bekliven. Soms zijn frames best wel onzinnig, maar zeggen we ‘het zou wel kunnen. Het had wel gekund’.” De slagzin ‘laat ondernemers ondernemen’ vindt De Bruijn een krachtige oneliner, die volgens hem door Pim Fortuyn is bedacht en goed werkt, doordat het waarde geeft aan de onderliggende verhaalstructuur: “Het zinnetje *as such* kan door iedereen gebruikt worden. Maar het krijgt pas betekenis in het verhaal van de partij.”

De tweede tweet van FvD vindt de hoogleraar in dezelfde lijn liggen als de eerste: “We hebben de *bad guys*, dat zijn natuurlijk de gevestigde partijen; VVD en CDA voorop; die hebben het probleem ‘gecreëerd’, want die zouden zijn losgezongen van ‘de gewone boer’. Het probleem bestaat niet objectief, maar is volgens de partij gecreëerd”. Ook het citaat uit het verkiezingsprogramma, waarin wordt gesteld dat ‘koeien in de Nederlandse weilanden thuishoren’, ligt volgens De Bruijn in dezelfde lijn: “we zeggen ook wel eens, een flauwe woordspeling in dit verband, maar een goed frame is altijd een waarheid als een koe”. Hij legt uit dat de partij hier een

waarheid geeft waar je niet tegen kan zijn, want: een weiland zonder koe; dat slaat nergens op. Evenals dat een koe zonder weiland ook nergens op slaat.

VOX zet haar frames volgens De Bruijn iets scherper aan dan FvD. Door het noemen van 'heksen en sjamanen' en ook het noemen van de ideologie conservatisme, labelt de Spaanse partij haar verhaal anders naar buiten toe dan de Nederlandse. Maar de hoogleraar noemt dit 'een accentverschil'. Wat De Bruijn als apart punt noemt, is dat VOX in de tweet de progressieve waarden van de 'heksen en sjamanen' van de linkse partijen als het ware kaapt, door te stellen dat zij ook een "groen, schoon en welvarend Spanje" willen:

Ze zeggen 'daar zijn wij ook voor' en 'daarom zijn we tegen dat gekke milieubeleid'. Dus het kapen van die groene waarden. Dat is volgens mij ook in Duitsland wel zo bij conservatieve partijen, die zeggen 'de heimat moet groen zijn, daar ben je zuinig op.' Dus die groene waarden kapen als conservatief en zeggen 'dat zijn ónze waarden, maar op beleidsniveau denken we er heel anders over'.

Ook 'er kan geen groen Spanje bestaan in rode getallen' uit de tweede tweet van VOX, noemt hij een "aardige oneliner", maar ook een "simpele tegenstelling". Het gebruik van 'onze' legt hij uit als het oproepen van een inclusieve sfeer, door te stellen dat ze bij elkaar horen en "dat heeft iets inclusiefs: het gaat om 'óns Spanje'." Over het citaat van VOX stelt De Bruijn dat het erg populistisch is, door het feit dat de elite en de gewone burger zo expliciet worden genoemd.

Op de vraag of de hoogleraar een verschil verwacht wanneer er door de FvD in veel tweets eerst een probleem wordt genoemd, gevolgd door een moreel oordeel en door VOX een probleem, gevolgd door een oplossing, zegt hij:

Als er wordt gesteld dat er een ingewikkeld probleem is, waar een eenvoudige oplossing voor bestaat, dan zit daar ook gelijk al een moreel oordeel in besloten. (...) Maar als je een denkbeeldig spectrum hebt van populistisch tot bestuurlijk, dan zou je kunnen zeggen dat een partij die zegt 'hier heeft u het probleem en hier heeft u de oplossing', VOX in dit geval, wat bestuurlijker is georiënteerd. Aan de andere kant, populistten spreken altijd met oplossingen. Het is een andere manier om de elite weg te zetten als partijen die niet doen wat logisch is.

Concluderend komt De Bruijn zijn kijk op de tweets en citaten overeen met die van Van Gorp: hij ziet enkele verschillen in de manier van framing, maar de onderliggende boodschappen die de partijen proberen over te brengen liggen ook volgens De Bruijn op dezelfde lijn bij zowel de Nederlandse als Spaanse partij.

### 5.3 Interview Walgrave

Over tweet één van FvD, stelt de hoogleraar dat 'onze boeren en andere ondernemers' een deel van het volk zijn, die tegenover 'de gevestigde partijen' worden geplaatst. Hoewel hij de kritiek op de partijen "relatief gematigd" vindt, en er ook niet wordt gesproken over boeren en ondernemers die van het volk vervreemd zijn, stelt hij dat wanneer hij kijkt vanuit de codering die hij in zijn eigen populisme-onderzoek<sup>3</sup> heeft gebruikt, dat dit voldoende is om te kunnen zeggen dat deze tweet een

---

<sup>3</sup> Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European journal of political research*, 46(3), 319-345.

populistische passage is. “Er zit wel populisme in, maar toch niet heel uitgesproken en sterk. Ik zou het niet het schoolvoorbeeld van een populistische tweet noemen”. Hij voegt hier wel aan toe dat het woordje ‘onze’ in deze tweet interessant is, aangezien dit “een soort identificatie creëert tussen de spreker en de bevolkingsgroepen”.

Over de tweede tweet van FvD die Walgrave voorgelegd krijgt, stelt hij “dit is zeker kritischer”. De VVD en CDA worden volgens hem wel als vijand benoemt, maar dit betekent niet dat zij ook de ‘elite’ zijn die in populisme wordt bekritiseerd. “Ik denk niet dat hier wordt gezegd dat VVD en CDA een gebrek hebben aan volksgebondenheid. (...) Ik denk dat dit meer een negatieve communicatie is over politieke tegenstanders, en dat je hier toch vooral in de ‘gewone’ politieke communicatie zit”.

Het citaat uit het verkiezingsprogramma noemt Walgrave een voorbeeld van wij-zij-denken, en dat dit aan populisme doet denken. “Maar, ik zou dit toch eerder als kritische oppositie retoriek durven klasseren”. Hij geeft daarbij aan dat als er ‘de wereldvreemde Europese Unie’ zou hebben gestaan, het een populistische passage zou zijn geweest. “Maar ‘het visserijbeleid van de Europese Unie’, is heel neutraal”.

Over de eerste tweet van VOX (tweet 2) die de hoogleraar krijgt voorgelegd, stelt hij: “er zit natuurlijk, net zoals in de vorige tweets van FvD, een vorm van nationalisme in, maar nationalisme op zichzelf gaat samen met populisme, maar is niet per definitie populisme”. Bovendien benoemt hij dat er in deze tweet een horizontaal onderscheid wordt gemaakt binnen de bevolking, in plaats van een verticaal onderscheid tussen elites en burgers, welke kenmerkend is voor populisme. Ook over de tweede tweet van VOX (tweet 8) stelt Walgrave dat er geen referentie is naar een specifieke bevolkingsgroep die tegenover een elite wordt geplaatst. “Er wordt over sectoren gesproken: het gaat niet over mensen, maar over economische sectoren. Dus nee, voor mij is dit geen populisme”.

De passage waar populisme wel sterk naar voren komt, is volgens Walgrave het citaat van VOX uit het partijprogramma: “die quote is in hart en nieren een populistische quote. (...) Een letterlijke referentie naar de elites, een referentie naar de bevolking, en het feit dat de elites helemaal niet in overeenstemming zijn met de bevolking. Dit lijkt mij duidelijk populistisch”.

Na het bespreken van de tweets en citaten gaat Walgrave in op het conservatisme van de beide partijen:

VOX is in de eerste plaats misschien wel een heel conservatieve partij, hè? En hetzelfde geldt misschien wel voor de partij van Baudet. (...) Eerder misschien dan populistisch, en er is natuurlijk een soort tegenstelling tussen conservatisme en populisme. Conservatisme betekent dat je vertrouwen hebt in de elites; de elites zijn de bewakers van de morele orde, van hoe dat de maatschappij in elkaar zit. Populisme is tegen de elites, dus dat is een beetje een raar huwelijk. Er is een soort inherent spanningsveld tussen conservatief zijn en populist zijn.

Op de vraag of Walgrave een verschil ziet in het geven van een probleem en een oordeel zoals FvD vaak doet, en het geven van een probleem en een oplossing zoals VOX vaak doet, benoemt hij dat vaak wordt gezegd dat populist met ‘simpele’ oplossingen komen en “met allemaal voorstellen

die voor de hand liggen. En dat de elites blind zijn, omwille van hun eigen belangen: dat zij de eenvoudige oplossing die wij zien, niet toepassen”. Echter betwijfelt de hoogleraar of dit een juiste definitie is van populisme, maar “als je populisme definieert als ‘simpele politieke retoriek’, ja dan horen de tweets van VOX wel bij populisme”.

## 6. Conclusie

---

Het doel van dit kwalitatieve onderzoek is het vergelijken van de manieren van framen van de Nederlandse politieke partij FvD en de Spaanse politieke partij VOX. Daarvoor zijn eerst de concepten framing, populisme en social media onderzocht, waarna er een vergelijking is gemaakt tussen de overeenkomsten en verschillen tussen de partijen op basis van hun standpunten en ideologie. In het empirische gedeelte van het onderzoek zijn 22 tweets van FvD en 17 tweets van VOX met betrekking op het onderwerp klimaat geanalyseerd, samen met hoofdstukken uit hun verkiezingsprogramma's. De resultaten die hieruit voortkwamen, zijn voorgelegd aan drie experts op het gebied van framing en populisme. In dit hoofdstuk zal antwoord worden gegeven op de deelvragen en ten slotte op de hoofdvraag van het onderzoek.

### **Deelvraag 1: Zijn FvD en VOX te categoriseren als (radicaal-)rechts populistische politieke partijen?**

In paragraaf 2.4 is gesteld dat zowel FvD als VOX kunnen worden gecategoriseerd als radicaal-rechts populistische partijen. FvD voldoet aan de criteria van Mudde (2004) die uitgaat van de kernaspecten nativisme, autoritarisme en populisme als kenmerken van het zijn radicaal-rechts zijn, en het uitgaan van het volk, een elite en een algemene wil als criteria voor populisme. FvD voldoet aan al deze criteria en kan zo worden bestempeld als radicaal-rechts populistische politieke partij. Voor VOX is aanvullende criteria van Deiwiks (2009) gebruikt om de partij als populistisch te benoemen, maar ook de Spaanse partij kan aan de hand van de verschillende criteria gecategoriseerd worden als radicaal-rechts populistische politieke partij. Of, zoals Marcos-Marne & Plaza-Colodro (2011) over de Spaanse partij stellen: "VOX is first and foremost a radical-right party that returns sometimes to populism" (p. 11).

### **Deelvraag 2a: Welke manieren van framing gebruiken FvD en VOX in hun tweets omtrent klimaat en wat zeggen politieke communicatie experts hierover?**

In de tweets van zowel FvD als VOX zijn verschillende framingskenmerken en *framing devices* te vinden. Zo noemt de Nederlandse partij in haar tweets vaak een probleem en een moreel oordeel, en de Spaanse partij een probleem en een oplossing. Beide partijen raken in hun tweets meestal de kernwaarden van de tegenstander, en sluiten juist aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep. Beide partijen gebruiken verschillende *framing devices*: FvD gebruikt voornamelijk argumenten, en lexicale keuzes als woorden met een positieve of negatieve connotatie en een sarcastische ondertoon. VOX daarentegen gebruikt vaak metaforen, samen met lexicale keuzes als het betrekken van de lezer en woorden met een positieve of negatieve connotatie.

Een opvallende overeenkomst tussen de twee partijen is te vinden aan de hand van *reasoning devices*, namelijk de onderliggende boodschap van de tweets. De onderliggende boodschap die bij beide partijen het vaakst voorkomt, is dat het huidige beleid van de gevestigde partijen niet werkt en dat FvD en VOX beleid zouden voeren dat wel werkt. Dit komt bij FvD in negen van de 22 tweets naar voren, en bij VOX in vijf van de 17. De onderliggende boodschappen die hierna vaak naar voren komen, verschillen echter wel. Zo stelt FvD impliciet in zeven van de 22 tweets dat het huidige kabinet de burger misleidt met foute informatie, en kan in vier van de 17 tweets van VOX de onderliggende boodschap worden opgemerkt dat VOX een partij voor de boeren is, terwijl de andere partijen deze boeren juist tegenwerken. Tevens gebruiken zowel FvD als VOX regelmatig het 3P-model, namelijk beide in ongeveer een derde van de tweets, maar gebruikt FvD *priming* een stuk vaker dan VOX als framingstechniek.



Over de tweets die de experts zijn voorgelegd, zijn Van Gorp en De Bruijn het eens dat erin wordt geframed. Zo stelt Van Gorp dat elk woord een frame vertegenwoordigt en noemt hij ook de slagzin 'laat ondernemers ondernemen' een typisch voorbeeld van framing. Beide hoogleraren halen verschillende voorbeelden van framing aan. Ook worden metaforen benoemd, evenals de onderliggende boodschappen die zij uit de tweets opmaken: Van Gorp benoemt dat beide partijen de traditionele partijen neerzetten als volksverraders en zichzelf als trots op de natie. De Bruijn stelt ook dat zowel FvD als VOX in hun tweets de boodschap overbrengen dat de gevestigde partijen milieuproblemen zelf creëren en bedenken, om het 'de gewone mensen' moeilijk te maken. Concluderend stellen zowel Van Gorp als De Bruijn dat er duidelijk sprake is van framing in de tweets van de partijen. Van Gorp noemt hiervoor verschillende *framing devices*, De Bruijn beroept meer op onderliggende boodschappen en framingskenmerken als het benoemen van een *bad guy*.

De derde expert die is geïnterviewd, Walgrave, richt zich op concept populisme en of dit te zien is in de tweets. Hij concludeert dat de voorgelegde tweets van FvD enigszins populisme bevatten, maar noemt deze geen 'schoolvoorbeelden van populistische tweets'. Hij stelt dat de 'elite' en 'het volk' in de tweets van FvD wel onderscheiden kunnen worden, maar dat dit niet overduidelijk is. Over de tweets van VOX benoemt hij dat hij hier geen populisme in ziet, maar nationalisme.

### **Deelvraag 2b: Welke manieren van framing gebruiken FvD en VOX in hun verkiezingsprogramma's omtrent klimaat en wat zeggen politieke communicatie experts hierover?**

Zowel FvD als VOX noemen in de verkiezingsprogramma's veel problemen omtrent het huidige beleid, en suggereren een oplossing hiervoor. VOX geeft daarbij ook vaak een moreel oordeel. Qua *framing devices* gebruikt FvD in het verkiezingsprogramma, voornamelijk argumenten en de lexicale keuze voor woorden met een positieve connotatie. Bij VOX komt het gebruik van metaforen terug in het verkiezingsprogramma, en de lexicale keuze voor het gebruik van woorden met een negatieve connotatie. Beide partijen gebruiken ook veel bijvoeglijke naamwoorden. Het framingskenmerk van De Bruijn (2014) dat beide partijen in de programma's gebruiken, is ervoor zorgen dat de lezer het intuïtief eens is met wat er wordt gesteld. Ook sluiten hun boodschappen aan bij de kernwaarden van de doelgroep, maar zorgt VOX daarbij ook ervoor dat de boodschap makkelijk bij de lezer blijft hangen. Opvallend is dat FvD veelal gebruik maakt van *priming*, in tegenstelling tot VOX. Wel is bij beide partijen het 3P-model terug te zien in de vorm van *policy* en *principles*. Ook gaan beide in op hun overtuigingen dat het huidige klimaatbeleid niet werkt, en wordt er veelal gerefereerd aan de nationale identiteit.

De framingsexperts Van Gorp en de Bruijn zien in de twee citaten van FvD en VOX die aan hen zijn voorgelegd voorbeelden van framing. De Bruijn stelt dat in het citaat van de Nederlandse partij een waarheid wordt gesteld, waar de lezer niet omheen kan. Over het citaat uit het verkiezingsprogramma van VOX stellen alle experts, en populisme-expert Walgrave in het bijzonder, dat populisme niet nadrukkelijker aanwezig kan zijn dan in het voorgelegde citaat. Walgrave noemt de passage 'populistisch in hart en nieren'.

### **Deelvraag 3: Wat zijn de overeenkomsten en verschillen in de manieren van framing tussen FvD en VOX?**

In haar tweets noemt FvD vaak een probleem en een moreel oordeel, terwijl VOX vaker juist een probleem en een oplossing noemt. In de verkiezingsprogramma's wordt een probleem in combinatie met een oplossing door beide partijen vaak genoemd. Zowel in de tweets als in de programma's

zorgen de partijen ervoor dat hun boodschap aansluit bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, maar raken zij in de tweets ook vaak de kernwaarden van de tegenstander en zorgen zij in de programma's juist dat de lezer het intuïtief eens is met wat er wordt gesteld. Als *framing devices* gebruikt FvD zowel in haar tweets als in het verkiezingsprogramma argumenten en woorden met een positieve of negatieve connotatie. In haar tweets gebruikt FvD ook vaak een sarcastische ondertoon. Daarentegen gebruikt VOX vaak metaforen als *framing device* in haar tweets en verkiezingsprogramma, samen met woorden met een positieve of negatieve connotatie. In haar tweets betreft VOX de lezer vaak ook bij haar boodschap. Beide partijen gebruiken bovendien veel bijvoeglijke naamwoorden in de verkiezingsprogramma's. De genoemde *framing devices* worden ook door de experts uit de tweets en citaten gehaald, echter moet rekening gehouden worden met het feit dat deze hoogleraren de vier tweets en twee citaten voorgelegd hebben gekregen waar meer framingskenmerken en *framing devices* in te vinden waren dan in de gemiddelde tweet en passage. De onderliggende boodschap die in zowel de tweets als programma's van FvD en VOX naar voren komt, is de kritiek op het beleid van de gevestigde partijen.

In de verkiezingsprogramma's wordt daarbij vaak gerefereerd de nationale identiteit van Nederland en Spanje. De hoogleraren halen deze onderliggende boodschappen uit de tweets en citaten die hun zijn voorgelegd, en noemen daarbij ook populistische kenmerken als het plaatsen van de elite tegenover de burger, en het idee dat de gevestigde partijen 'zelf problemen creëren'. Echter trekken zowel De Bruijn als Walgrave het benoemen van VOX als populistisch enigszins in twijfel: het kan namelijk volgens De Bruijn zo zijn dat één van de terugkomende factoren bij VOX, het benoemen van een probleem met een oplossing, kan betekenen dat VOX meer aan de bestuurlijke dan populistische kant zit van het denkbeeldige spectrum 'populistisch tot bestuurlijk'. Walgrave benoemt VOX eerder conservatief dan populistisch en legt hierbij uit dat er een soort inherent spanningsveld bestaat tussen conservatisme en populisme. Ook refereren beide partijen veelal aan *policy* en *principles*, te herkennen door middel van het 3P-model. Van *priming* maakt alleen FvD gebruik.

Met dit onderzoek is geprobeerd een antwoord te vinden op de hoofdvraag:

**Op welke manier gebruiken de Nederlandse politieke partij FvD en de Spaanse politieke partij VOX framing wanneer zij communiceren over een actueel onderwerp als het klimaatbeleid in hun Twitter-boodschappen en verkiezingsprogramma's en hoe kijken politieke communicatie experts hiernaar?**

Concluderend kan worden gesteld dat zowel het Nederlandse FvD als het Spaanse VOX gebruik maken van framing in hun communicatie-uitingen omtrent het klimaatbeleid in hun tweets en in hun verkiezingsprogramma's. De grootste overeenkomsten zijn dat de boodschappen in zowel tweets als verkiezingsprogramma's veelal aansluiten bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, zoals de trots op Nederland en Spanje, en de kernwaarden van de tegenstander raken, door kritiek te uiten op het beleid van gevestigde partijen. De boodschap die bij beide partijen vaak geframed wordt, is dat het beleid van de gevestigde partijen niet goed werkt. Beide partijen refereren daarbij vaak aan de nationale identiteit en Nederlandse of Spaanse waarden om deze boodschap kracht bij te zetten. Zo stelt FvD dat zij, in tegenstelling tot andere partijen, het belang van de Nederlandse boeren erkennen en benoemen zij veelal 'de trots op de Nederlandse landbouw', en wordt het woord 'klimaat' vaak in verband gebracht met 'bizar' en 'waanzin'. VOX benoemt veelal sectoren als landbouw, visserij en stierenvechten als 'belangrijk voor de Spaanse identiteit' en stelt ook meerdere

keren dat de 'klimaatreligie' bedacht is om Spanjaarden dwars te zitten. Verschillen tussen de manier van framing zijn te vinden in specifiekere *framing devices*, zoals het gebruik van argumenten bij FvD en metaforen bij VOX. Bovendien komen deze bevindingen overeen met die van de politieke communicatie experts die tweets en citaten uit de verkiezingsprogramma's zijn voorgelegd.

## 7. Discussie

---

Het huidige onderzoek heeft een aantal beperkingen ondervonden die in dit hoofdstuk worden besproken. Dit bestaat uit een reflectie op de manier waarop het onderzoek is aangepakt, en op het onderzoeksproces zelf. Daarbij worden ook suggesties gedaan voor eventueel vervolgonderzoek.

### 7.1 Beperkingen

De keuze om uitingen van FvD en VOX omtrent klimaat te onderzoeken, heeft mogelijk invloed gehad op de gevonden resultaten. Wanneer onderwerpen als immigratie, covid-19 of economie zouden zijn onderzocht, kan dit mogelijk andere resultaten hebben opgeleverd doordat het wereldbeeld rondom deze onderwerpen wellicht anders is dan rondom het onderwerp klimaat. Ook doordat wereldbeelden kunnen veranderen, evenals de standpunten van partijen, is het mogelijk dat hetzelfde onderzoek in de toekomst andere resultaten oplevert dan in dit onderzoek. Wanneer in vervolgonderzoek andere partijen uit andere landen dan Nederland en Spanje worden onderzocht, bestaat de mogelijkheid dat de resultaten verschillen met de gevonden resultaten in dit onderzoek.

Voor dit onderzoek is criteria voor populisme van Mudde (2004) en Deiwiks (2009) gebruikt om de partijen als populistisch te categoriseren. Voor het onderzoek naar framing in de tweets en programma's van FvD en VOX zijn kenmerken van Entman (1993), Van Gorp (2006) en De Bruijn (2014) gebruikt. Nieuwe onderzoeken om populisme en framing te onderzoeken leveren eventueel nieuwe criteria op, waardoor andere resultaten kunnen worden gevonden.

De Spaanse uitingen in tweets en programma's die voor dit onderzoek zijn gebruikt, zijn door mijzelf uitgezocht en vertaald. Omdat dit onderzoek in het Nederlands is geschreven, is mijn eigen vertaling vergeleken met Nederlandse tweets en passages uit programma's. Hoewel er vanuit kan worden gegaan dat deze vertalingen overeenkomen met hetgeen dat VOX in haar boodschappen wilde overbrengen, kan het toch zo zijn dat er framing over het hoofd is gezien. Zo bestaat de mogelijkheid dat een *framing device* als een sarcastische ondertoon niet duidelijk genoeg is vertaald en zo niet is benoemd.

Voor FvD zijn er in totaal 22 tweets geanalyseerd en voor VOX 17, en de verkiezingsprogramma's die zijn geanalyseerd bestonden uit enkele pagina's. Er zijn drie experts geïnterviewd aan de hand van vier tweets en twee passages uit de verkiezingsprogramma's van de partijen. Deze tweets en passages zijn gekozen middels de mate van gevonden framing uit de analyse. Om de experts voorbeelden te geven van tweets en passages waar framing duidelijk in naar voren is gekomen, gaf de mogelijkheid om concreet in te gaan op de manier van framing. Echter, wanneer aan deze experts tweets en passages zouden zijn voorgelegd waarin framing minder duidelijk tot uiting kwam, is het mogelijk dat hun bevindingen en conclusies hierover anders zouden zijn geweest.

### 7.2 Vervolgonderzoek

Aan de hand van de beperkingen uit paragraaf 7.1, zal nu worden ingegaan op de mogelijkheden voor vervolgonderzoek.

Ten eerste wil ik voorstellen vervolgonderzoek te doen dat ingaat op de vergelijking tussen radicaal-rechts populistische partijen uit andere landen dan Nederland en Spanje. Zo kan worden gekeken naar de Italiaanse partij *Lega Nord*, *Chega* uit Portugal, of het *Rassemblement National* uit

Frankrijk. Ook de *Fremskrittspartiet* uit Noorwegen, *Sverigedemokraterna* uit Zweden en de Duitse AfD (*Alternative für Deutschland*) zijn partijen waartussen vergelijkingen kunnen gemaakt op dezelfde manier als in dit onderzoek. Op deze manier kan worden onderzocht of de manieren van framing van radicaal-rechts populistische partijen in deze landen vergelijkbaar zijn met het Nederlandse FvD en het Spaanse VOX.

Ten tweede wil ik vergelijkbaar onderzoek voorstellen dat kijkt naar linkse populistische partijen en de manier waarop linksgeoriënteerde politieke partijen gebruik maken van framing. De Nederlandse partijen SP en Groenlinks worden door sommigen als populistisch bestempeld, hoewel hier discussie over bestaat. Ook het Spaanse *Podemos* wordt vaak als links populistisch bestempeld, evenals het Griekse *Syriza* en het *Movimento 5 Stelle* uit Italië. Onderzoek naar deze of vergelijkbare partijen kan kennis opleveren over de verschillen en overeenkomsten tussen de manieren van framen van linkse- en rechtse politieke partijen.

Ten derde kan er vervolgonderzoek worden uitgevoerd naar FvD en VOX en hun manieren van framing met betrekking tot onderwerpen als immigratie, covid-19 of belastingen. Andere onderwerpen kunnen tevens worden gebruikt voor een vergelijking tussen andere partijen. Op deze manier kan worden aangetoond of een onderwerp invloed heeft op de manier van framen in politieke communicatie.

Tot slot wil ik voorstellen onderzoek te doen naar framing aan de hand van andere social media kanalen dan Twitter. Zo kunnen social media kanalen worden gebruikt als Instagram en Facebook, die vaak foto's/afbeeldingen of video's gebruiken in de communicatie-uitingen. Ook social media als Snapchat en Tiktok, veelal gebruikt onder jongeren, kunnen worden geanalyseerd om te kijken of de manier van framen verschilt wanneer er vooral een jong publiek wordt aangesproken.

# Literatuur

---

- Abellan Matamoros, C. (2018, 9 november). Explained: Who is VOX? Spain's latest far-right party gaining popularity. In *Euronews*. Geraadpleegd 13 april 2022 via <https://www.euronews.com/2018/10/08/explained-who-is-vox-spain-s-latest-far-right-party>.
- Bahara, H. & Kranenberg, A. (2017, 18 november). Hoe Erkenbrand zich voorbereidt op de opstand van de blanke man. In *de Volkskrant*.
- Baldwvangorp.com. (2022). *Over Baldwin van Gorp*. Geraadpleegd 20 juni 2022 via <https://baldwvangorp.com/over/>
- Baudet, T. (2019). Houellebecq's Unfinished Critique of Liberal Modernity. *American Affairs*, 2(3).
- Boersema, W. (2019, 29 maart). Zal Forum voor Democratie slagen waar de PVV dat niet deed? In *Trouw*. Geraadpleegd 13 april 2022 via <https://www.trouw.nl/nieuws/zal-forum-voor-democratie-slagen-waar-de-pvv-dat-niet-deed~be8fca02/>
- Bruijn, H. de. (2014). *Framing: over macht van taal in de politiek*. Atlas Contact.
- Bruijn, H. de. (2019). *Handboek framing: Het spel met de taal*. Atlas Contact.
- Bruijn, H. de., Van Bueren, E., & Kreiken, F. (2012). Framing en reframing in het klimaatdebat. *Bestuurskunde*, 21(4).
- Buitenhof. (2017, 5 februari). *Seizoen 12, aflevering 5*. Fragment 14:40-29:00. Geraadpleegd 1 juni 2022 via NPO Start [https://www.npostart.nl/buitenhof/05-02-2017/VPWON\\_1265949](https://www.npostart.nl/buitenhof/05-02-2017/VPWON_1265949)
- Cerutti, F. (2017). *Conceptualizing Politics: An Introduction to Political Philosophy*. Routledge.
- Deiwiks, C. (2009). Populism. *Living Reviews in Democracy*, 1.
- Diario de León. (2022, 20 maart). *Vox sale a la calle contra la «élite política» y la ruina de los impuestos*. Geraadpleegd 1 juni 2022 via <https://www.diariodeleon.es/articulo/leon/vox-sale-calle-elite-politica-ruina-impuestos/202203200334542203348.html>
- Dijck, J. van. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- EITB. (2018, 3 december). *Abascal, el 'ex' del PP que lleva la extrema derecha a la política nacional*. Geraadpleegd 1 juni 2022 via <https://www.eitb.eus/es/noticias/politica/detalle/6035014/biografia-santiago-abascal-quien-es-presidente-vox-santi-abascal/>
- El País. (2019). *Resultados elecciones generales 2019 10N*. Geraadpleegd 24 april 2022 via <https://resultados.elpais.com/elecciones/generales.html>

- Enli, G., & Skogerbø, E. (2013). Personalized campaigns in party-centred politics: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information, communication & society*, 16(5), 757-774.
- Faber, S. (2018). Is Dutch Bad Boy Thierry Baudet the New Face of the European Alt-Right?. *The Nation*, 5.
- Ferreira, C. (2019). Vox como representante de la derecha radical en España: un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política* 51, 73-98.
- Forum voor Democratie. (2016, 6 november). Mini-docu: Wat wil Forum voor Democratie? Via Youtube. Geraadpleegd 24 april 2022 via [https://www.youtube.com/watch?v=4WiHFykiwr4&ab\\_channel=ForumvoorDemocratie](https://www.youtube.com/watch?v=4WiHFykiwr4&ab_channel=ForumvoorDemocratie)
- Forum voor Democratie. (2021). Hoofdstuk 5 Klimaat, Landbouw & Innovatie. *Stem Nederland terug. Verkiezingsprogramma 2021-2025*. 65-78.
- Frank, T. (2007). *What's the matter with Kansas?: How conservatives won the heart of America*. Picador.
- FvD. (2022). *Standpunten*. Geraadpleegd 1 juni 2022 via <https://www.fvd.nl/standpunten>
- Geurkink, B., Zaslove, A., Sluiter, R., & Jacobs, K. (2020). Populist attitudes, political trust, and external political efficacy: old wine in new bottles? *Political Studies*, 68(1), 247-267.
- Gorp, B. van. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European journal of communication*, 20(4), 484-507.
- Gorp, B. van. (2006). Een constructieve kijk op het concept framing. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap*, 34(3), 246-256.
- Gorp, B. van. (2007). Het reconstrueren van frames via inductieve inhoudsanalyse: uitgangspunten en procedures. *KWALON* 35, 13-18.
- Gorp, B. van. (2010). Strategies to take subjectivity out of framing analysis. *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, 84-109.
- Gülmez, S. (2013). EU-Scepticism vs. Euroscepticism. Re-assessing the Party Positions in the Accession Countries towards EU Membership. *EU Enlargement. Current Challenges and Strategic Choices Europe plurielle—Multiple Europes*.
- Harmsen, R. (2010). Concluding comment: On understanding the relationship between populism and Euroscepticism. *Perspectives on European Politics and Society*, 11(3), 333-341.
- Heijden, C. van der. (2019, 11 april). Tot hier en niet verder; Nieuwrechts in Spanje: Vox. In *De Groene Amsterdammer*.

- Hemphill, L., Culotta, A., & Heston, M. (2013). Framing in Social Media: How the US Congress uses Twitter hashtags to frame political issues.
- Houtman, J. (2018, 18 december). Politicus met pistool leidt de Spaanse ontevredenen. In *Het Financieel Dagblad*.
- Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium. *European journal of political research*, 46(3), 319-345.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kiesraad (2021). *Tweede Kamer 17 maart 2021*. Geraadpleegd 13 mei 2022 via <https://www.verkiezingsuitslagen.nl/verkiezingen/detail/TK20210317>
- Kioupkiolis, A. (2016). Podemos: the ambiguous promises of left-wing populism in contemporary Spain. *Journal of Political Ideologies*, 21(2), 99-120.
- La Gaceta. (2022, 31 januari). 'La España silenciada': Abascal escucha a los españoles del mundo rural marginados por las élites. Geraadpleegd 15 juni 2022 via <https://gaceta.es/actualidad/la-espana-silenciada-abascal-escucha-a-los-espanoles-del-mundo-rural-marginados-por-las-elites-20220131-1322/>
- Lakoff, G. (2004). *Don't think of an elephant!: Know your values and frame the debate*. Chelsea Green Publishing.
- Lakoff, G. (2013). Neural social science. In *Handbook of neurosociology*. Springer.
- Lakoff, G. (2014). *The all new don't think of an elephant!: Know your values and frame the debate*. Chelsea Green Publishing.
- Lassen, D., & Brown, A. (2011). Twitter: The electoral connection?. *Social science computer review*, 29(4), 419-436.
- Leven in Spanje. (2018, 5 december). *De Spaanse overheid en zijn politiek systeem*. Geraadpleegd 24 april via <https://leveninspanje.be/de-spaanse-overheid-en-zijn-politiek-systeem/>
- Lobato Palomino, V. (2020). *El pájaro verde. La comunicación política de VOX en Twitter* (Masterthesis). Universitat Oberta de Catalunya, Catalunya. Geraadpleegd 1 juni 2022 via <https://cutt.ly/td25Nwn>
- Maartenonline.nl. (2019). *Framing is juist belangrijk voor de kwaliteit van het politieke debat*. Geraadpleegd 21 april via <https://www.maartenonline.nl/framing-is-juist-belangrijk-voor-de-kwaliteit-van-het-politieke-debat/>
- Marcos-Marne, H., Plaza-Colodro, C., & O'Flynn, C. (2021). Populism and new radical-right parties: The case of VOX. *Politics*.
- Mény, Y., & Y. Surel. (2002). The Constitutive Ambiguity of Populism. In *Democracies and the Populist Challenge*. Palgrave.



- Morse, J. M., Barrett, M., Mayan, M., Olson, K., & Spiers, J. (2002). Verification strategies for establishing reliability and validity in qualitative research. *International journal of qualitative methods*, 1(2), 13-22.
- Mudde, C. (2004). The populist zeitgeist. *Government and opposition*, 39(4), 541-563.
- Mudde, C. (2015). Populist radical right parties in Europe today. *Transformations of populism in Europe and the Americas: History and recent trends*, 295-307.
- Mudde, C. (2017, 7 juli). Populism isn't dead. Here are five things you need to know about it. *The Guardian*.
- Mudde C. (2021, 19 juli). Politicoloog Cas Mudde: 'Als iets radicaal-rechts is, moeten we dat blijven benoemen'. *Het Parool*.
- NRC. (2016, 27 november). *Peilingen, dat zijn dus geen voorspellingen*. Geraadpleegd 21 juni 2022 via <https://www.nrc.nl/nieuws/2016/11/27/peilingen-dat-zijn-dus-geen-voorspellingen-5546114-a1533877>
- Nu.nl (2019, 29 maart). *Hoe rechts is Thierry Baudet?* Geraadpleegd 7 juni 2022 via <https://www.nu.nl/weekend/5816661/hoe-rechts-is-thierry-baudet.html>
- O'Reilly, T., & Milstein, S. (2011). *The twitter book*. O'Reilly Media, Inc.
- Otjes, S. (2021). The fight on the right: what drives voting for the Dutch Freedom Party and for the Forum for Democracy?. *Acta Politica*, 56(1), 130-162.
- Otjes, S., & Louwerse, T. (2015). Populists in parliament: Comparing left-wing and right-wing populism in the Netherlands. *Political studies*, 63(1), 60-79.
- Panizza, F. (2005) *Populism and the Mirror of Democracy*. Verso.
- Parlement.com (z.d.) *Kabinet-Rutte I (2010-2012)*. Geraadpleegd 29 juni 2022 via [https://www.parlement.com/id/vij7e8jky5lw/kabinet\\_rutte\\_i\\_2010\\_2012](https://www.parlement.com/id/vij7e8jky5lw/kabinet_rutte_i_2010_2012)
- Philipsen, H., & Vernooy-Dassen, M. (2004). Kwalitatief onderzoek: nuttig, onmisbaar en uitdagend. *Huisarts en wetenschap*, 47(10), 288-292.
- Quené, H. & Van den Bergh, H. (2021). *Kwantitatieve Methoden en Statistiek*. Geraadpleegd 20 april via <https://hugoquene.github.io/KMS-NL>
- Rijksuniversiteit Groningen. (2022). Forum voor Democratie partijgeschiedenis. *Documentatiecentrum voor Nederlandse politieke partijen*. Geraadpleegd 24 april 2022 via <https://dnpp.nl/pp/fvd/geschied>
- Sajithra, K., & Patil, R. (2013). Social media—history and components. *Journal of Business and Management*, 7(1), 69-74.
- Salmon, S. Brouwer, S. & Koop, S. (2020) Waterbesparing in Nederland: hoe kunnen we ons gedrag veranderen? *Water matters: kenniskatern voor waterprofessionals*. Geraadpleegd 10 april via <https://library.wur.nl/WebQuery/hydrotheek/2293052>

- Sampietro, A., & Sánchez-Castillo, S. (2020). La promoción de la imagen política en Instagram: un estudio del perfil personal de Santiago Abascal (Vox) en 2018. *Communication & Society*, 33(1), 169-184.
- Santos, M. (2020). La construcción de la identidad lingüística de Santiago Abascal en Twitter. *Revista Estudios del Discurso Digital (REDD)*, 3, 50-77.
- Senado de España. (z.d.). *Régimen económico*. Geraadpleegd 24 april 2022 via <https://www.senado.es/web/composicionorganizacion/senadores/regimeneconomico/index.html>
- Silverman, D. (2008). *Doing Qualitative Research*. SAGE publications.
- Statista. (2022, 28 april). *Number of social network users worldwide from 2017 to 2025*. Geraadpleegd 10 juni 2022 via <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Taggart, P. (2002). Populism and the Pathology of Representative Politics. *Democracies and the Populist Challenge*, bewerkt door Y. Mény en Y. Surel. Palgrave.
- Talani, L. S. (2021). *The International Political Economy of Migration in the Globalization Era*. Palgrave Macmillan.
- Tonkens, E. & Duyvendak, J. (2018). Het sociale domein: professionaliteit, democratie en solidariteit onder druk. *Wetenschappelijk bureau Groenlinks*. Geraadpleegd 31 mei 2022 via <https://www.wetenschappelijkbureaugroenlinks.nl/tijdschrift/najaar-2018/het-sociale-domein-professionaliteit-democratie-en-solidariteit-onder-druk>
- TU Delft. (2022). *Prof. mr. dr. J.A. (Hans) de Bruijn*. Geraadpleegd 20 juni 2022 via <https://www.tudelft.nl/tbm/over-de-faculteit/afdelingen/multi-actor-systems/people/profmrdr-ja-hans-de-bruijn/>
- Universiteit Antwerpen. (2022). *Over Stefaan Walgrave*. Geraadpleegd op 20 juni 2022 via <https://www.uantwerpen.be/nl/personeel/stefaan-walgrave/>
- VOX. (2021a, 24 april). *Garriga: 'Nuestro objetivo es recuperar España de las manos de la izquierda'*. Geraadpleegd 7 juni 2022 via <https://www.voxespana.es/actualidad/garriga-nuestro-objetivo-es-recuperar-espana-de-las-manos-de-una-izquierda-20210424>
- VOX. (2021b). 12 España Verde. *Agenda España*. 27-28.
- VOX. (2021c). 17 España Rural. *Agenda España*. 37-38.
- VPRO Tegenlicht. (2022, 13 mei). *Waarom warmt de aarde nu zo snel op?* Geraadpleegd 15 juni 2022 via <https://www.vpro.nl/programmas/tegenlicht/lees/artikelen/2022/enst-jan-kuiper-Klimaatverandering--de-belangrijkste-begrippen-uitgelegd-.html>
- Vreese, C. de. (2010, 19 juni). De stelling van Claes de Vreese: Radicale partijen aan de macht, dat is democratie. In *NRC Handelsblad*.

Walker, K. (2019, 29 april). Spain's far-right makes election gains using anti-Muslim sentiment. In *The National News*. Geraadpleegd 1 juni 2022 via <https://www.thenationalnews.com/world/europe/spain-s-far-right-makes-election-gains-using-anti-muslim-sentiment-1.855172>

Washington Times. (2018, 8 november). *Santiago Abascal, VOX leader, becomes Trump of Spain*. Geraadpleegd 7 juni 2022 via <https://www.washingtontimes.com/news/2018/nov/8/santiago-abascal-vox-leader-becomes-trump-spain/>

## Bijlagen

### Bijlage 1: Concepten analyse

Concepten framing	Definitie	Typen/dimensies/aspecten van het concept
Kenmerken frames (Entman, 1993)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definieert een probleem</li> <li>- Constateert de oorzaak van het probleem</li> <li>- Velt een moreel oordeel</li> <li>- Suggereert een oplossing</li> </ul>	Probleem, oorzaak, moreel oordeel, oplossing
Politieke frames (Lakoff, 2004)	Frames vormen het sociaal beleid en de instellingen om beleid uit te voeren	Sociaal beleid: "Social <i>policy</i> is often made on the basis of metaphor, which by itself would not discredit the <i>policy</i> if the metaphor is apt, that is, if its entailments fit the social situation" (Lakoff, 2013, p. 16).
Framing (De Bruijn, 2014)	Een bepaalde manier van taal gebruiken, om de manier van kijken naar de werkelijkheid te beïnvloeden.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blijft makkelijk bij de ontvanger hangen</li> <li>- Intuïtief is de luisteraar het eens met een het gestelde frame</li> <li>- Er wordt een schurk of <i>bad guy</i> benoemd</li> <li>- Sluit aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep</li> <li>- Raakt de kernwaarden van de tegenstander</li> </ul>
Politieke frames (De Bruijn, 2019)	Door het kiezen van de juiste woorden, kun je dan ook het debat winnen. In de politiek wordt er gebruik van gemaakt, om standpunten van politici op eenvoudigere manier duidelijk te maken aan het volk	Debat: "aan regels gebonden openbare gedachtenwisseling" (Ensie, 2021b)
<i>Priming</i> (De Bruijn, 2019)	Een goede opening van een betoog, om zo vertrouwen te winnen onder de toehoorders. Het betekent letterlijk dat je je boodschap 'in de grondverf zet'.	
3P-model (De Bruijn, 2019)	De P's staan voor het Engelse <i>policy</i> , <i>principles</i> en <i>personality</i> . Een politicus kan steun winnen voor zijn boodschap, met behulp van dit model. Beleid kan worden	

	toegelicht met feiten en cijfers, er kan worden gerefereerd aan onderliggende waarden, of persoonlijke betrokkenheid kan bij het onderwerp onder de aandacht gebracht worden.	
Framing (Van Gorp, 2006)	Het samenspel tussen het tekstuele niveau, het cognitieve niveau, het extramedia niveau, en de macrostructuur (2006, p. 247)	<p>Tekstueel niveau: frames in de media</p> <p>Cognitief niveau: hoe het publiek een frame ontvangt</p> <p>Extramedia niveau: het discours van de framesponsors</p> <p>Macrostructuur: gedeelde, culturele ideeën</p>
Framing (Van Gorp, 2010)	De notie van cultuur als een set symbolen waaruit mensen kunnen kiezen om communicatiestrategieën te bedenken en problemen op te lossen (2010, p. 86).	Cultureel motief: bijvoorbeeld stereotype, gedeelde overtuiging, waarden
<i>Framing devices</i> (Van Gorp, 2005)	Een frame is een 'mediapakketje', dat is samengesteld uit <i>framing devices</i> : metaforen, plaatjes, selectie van bronnen, stereotypen, lexicale keuzes, dramatische personages, argumenten, slagzinnen, etc.	Mediapakketje: alle <i>framing devices</i> die aan dezelfde grondgedachte bijdragen, vormen het mediapakketje, waarbij het frame specificiert wat het centrale, organiserende denkbeeld is dat de framepakketje tot een geheel maakt (Van Gorp, 2006).
<i>Reasoning devices</i> (Van Gorp, 2005)	Zijn verbonden zijn aan de vier belangrijkste functies van framing: het probleem definiëren, de oorzaak van het probleem definiëren, een moreel oordeel vellen en een mogelijke oplossingen suggereren (Van Gorp, 2006, p. 249).	Deze <i>reasoning devices</i> hoeven niet letterlijk in een tekst voor te komen, maar moeten wel in verband staan met het frame.
Framingtheorie (Van Gorp, 2005)	Wanneer een redeneermiddel niet expliciet in een nieuwstekst wordt vermeld, zal dit toch worden opgeroepen door het framebericht tijdens het interpretatieproces van de lezer (2005, p. 487).	Interpretatieproces: Een frame wordt nooit vooraf gegeven of opgenomen in de gebeurtenis die door de journalist wordt omgezet in een nieuwsgebeurtenis.

<p>Analyse frames (Van Gorp, 2010)</p>	<p>De kern van framing-analyse is het identificeren van de <i>framing devices</i> en de <i>reasoning devices</i>, en deze in verband te brengen met een symbool, dat deel uitmaakt van de gedeelde cultuur. Het frame vormt zo het framepakket tot een intern consistent geheel (2010, p. 92).</p>	<p>Een manier om nieuwsframes te analyseren is om de journalistieke praktijk te begrijpen door de culturele noties te identificeren die journalisten toepassen om het gedrag en de motivaties van nieuwsbronnen te framen en om de oorsprong van een probleem uit te leggen (2010, p. 100).</p>
--	--	---

## Bijlage 2a: Voorbereiding interviews experts

Interview [datum]

### Tweet 1 FvD



**Forum voor Democratie** @fvdemocratie · Dec 22, 2019

Onze boeren en andere ondernemers zijn het doelwit van de gevestigde partijen. Stikstof, PFAS, **klimaat**, steeds vinden deze partijen weer een bizarre reden om deze mensen dwars te zitten. Dit kan en moet stoppen! Laat ondernemers ondernemen! [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)



### Tweet 2 FvD



**Forum voor Democratie** @fvdemocratie · Jan 18, 2020

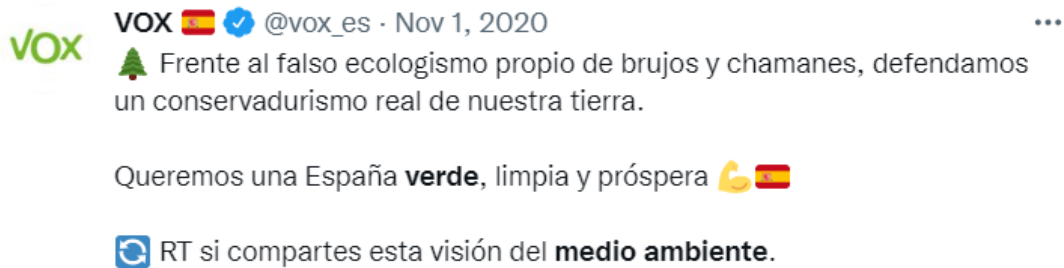
VVD en CDA hebben het de boer zo ontzettend moeilijk gemaakt. Steeds nieuwe en zelfgecreëerde problemen worden op de boeren afgewenteld, van stikstof tot belastingverhogingen. De Nederlandse **landbouw** behoort tot de wereldtop, daar moeten we trots op zijn! [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)

### Verkiezingsprogramma FvD

“Koeien horen in de Nederlandse weilanden thuis. En Nederlandse boeren zijn ondernemers, die alle ruimte moeten krijgen die ze nodig hebben om hun beroep uit te oefenen. Het visserijbeleid van de Europese Unie is schadelijk voor de Nederlandse vissers” (p. 73)

Forum voor Democratie. (2021). Hoofdstuk 5 Klimaat, Landbouw & Innovatie. *Stem Nederland terug. Verkiezingsprogramma 2021-2025*. 65-78.

## Tweet 1 VOX



Vertaling [JA]: *Tegen het valse milieubewustzijn van heksen en sjamanen, verdedigen wij een echt conservatisme van ons land.*

*We willen een groen, schoon en welvarend Spanje.*

*RT [Retweet] als je deze visie over het milieu deelt.*

## Tweet 2 VOX



84 1,179 2,576

Vertaling [JA]: *VOX met het echte Spanje in de grote demonstratie van Alma Rural*<sup>4</sup>.

*@Jorgebuxade [woordvoerder VOX] "Er kan geen groen Spanje bestaan in rode getallen. De agricultuur, veeteelt, visserij, ambachten en jacht zijn strategische sectoren voor onze Natie".*

*#VoxMetHetPlatteland*

<sup>4</sup> Alma Rural [Landelijke Ziel] is een Spaanse onafhankelijke vereniging van de landelijke wereld, die acties en demonstraties organiseert ter verdediging de landelijke sector.



## **Verkiezingsprogramma VOX**

“Las llamadas “transiciones ecológicas” consisten en transferir ingentes cantidades de dinero de las clases medias y trabajadoras a las élites que impulsan la agenda climática” (p. 27)

Vertaling [JA]: De zogenaamde "ecologische transitie" bestaan uit het overhevelen van enorme hoeveelheden geld van de midden- en arbeidersklasse naar de elites die de klimaatagenda sturen.

VOX. (2021). 12 España Verde. *Agenda España*. 27-28.

## Bijlage 2b: Semigestructureerde interviews experts

Intro: vertellen master, onderwerp scriptie, welk(e) artikel(en) van de expert is/zijn gebruikt.

- Mag ik dit gesprek opnemen?
- U mag mij altijd onderbreken voor vragen of verduidelijking
- Kent u de partijen FvD en VOX?
  - FvD (2013): eurosceptische denktank; immigratie aanpakken, uit de EU, lagere belastingen, wet voor Nederlandse waarden.
  - VOX (2013): derde grootste partij van Spanje; afsplitsing van de Partido Popular (kritiek op economisch liberalisme, traditionele waarden, en de eenheid van Spanje). Spaans nationalisme, autoritarisme, traditionele waarden, anti-moslimsentiment, neoliberalisme en economische vrijheid.
- **Tweets & Citaten:**
  - **Ziet u hier voorbeelden van framing in?**
    - **Framing devices / reasoning devices**
    - **Radicaal-rechts populistisch**
  - **Welk morele oordeel kan hieruit worden gehaald?**
  - **Gebruik 'onze' tegenover een antigroep: waarom?**
  - Mijn resultaten:
    - Tweet 1 FvD:
      - Probleem, oorzaak, moreel oordeel, oplossing.
      - *Framing devices*: de afbeelding, de metafoor van 'een doelwit zijn', de lexicale keuze voor een opsomming ('Stikstof, PFAS, klimaat'), en de slagzin 'Laat ondernemers ondernemen!'.
      - *Reasoning devices*: FvD is een partij voor de boeren, terwijl de andere partijen de boeren tegenwerken.
      - Blijft hangen, intuïtief eens, *bad guy*, aansluiten bij doelgroep 'onze boeren', raken kernwaarden tegenstander
    - Tweet 2 FvD:
      - Probleem, oorzaak, moreel oordeel
      - *Framing devices*: lexicale keuzes van bijvoeglijke naamwoorden ('ontzettend', 'nieuwe', 'zelfgecreëerde'), een opsomming ('van stikstof tot belastingverhogingen') en er wordt ook gebruik gemaakt van een argument 'De Nederlandse landbouw behoort tot de wereldtop, daar moeten we trots op zijn!').
      - *Reasoning devices*: het beleid van VVD en CDA wordt als negatief gezien en zij de veroorzakers zijn van de problemen waar boeren tegenaan lopen. Samen staan de *devices* in verband met 'de trots' van de Nederlanders op de boeren.
      - Intuïtief eens, *bad guy*, kernwaarden doelgroep, kernwaarden tegenstanders
    - → Gebruik metafoor in 1, niet in 2. Verschil in mate waarin de boodschap blijft hangen? **Het gebruik van metaforen; waarom?**
    - Verkiezingsprogramma:
      - Benoemen Nederlandse waarden

- EU als *bad guy*
  - Tweet 1 VOX:
    - Probleem, oorzaak, moreel oordeel, oplossing
    - *Framing devices*: metaforen, gebruik 'nuestra', retweeten oproep
    - *Reasoning devices*: het huidige bewustzijn over het milieu klopt niet en Spanjaarden worden om de tuin geleid door de Spaanse regering. *Devices* samen: scepticisme over milieubeleid, wat deel uitmaakt van de gedeelde cultuur omtrent milieubewustzijn.
    - *Bad guy*, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander
  - Tweet 2 VOX:
    - Probleem, oorzaak
    - *Framing devices*: metafoor 'een groen Spanje in rode getallen', lexicale keuzes als het gebruik van nuestra ('onze'), en het benoemen van de onderliggende Spaanse waarde dat de verschillende sectoren strategisch zijn voor het land
    - *Reasoning devices*: uit de metafoor kan de causale conclusie worden getrokken (Van Gorp, 2010) dat het huidige beleid zorgt voor economische verliezen en daardoor voor het minder kunnen investeren in klimaat. Ook: het huidige beleid niet toereikend (morele oordeel)
    - Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, sluit aan bij kernwaarden doelgroep
  - → **Benoemen probleem en oorzaak, maar niet altijd de oplossing. Waarom?**
  - → **Vraag om te retweeten: waarom?**
  - **Gebruik 'onze' in veel tweets: wat doet dit?**
  - Verkiezingsprogramma:
    - "zogenaamde"
    - Elites → populisme?
- Ik heb tweets geanalyseerd op framing door te beginnen met kijken of er een probleem, oorzaak, moreel oordeel en oplossing worden benoemt. **Bij FvD wordt er vaak een probleem en een moreel oordeel genoemd, bij VOX een probleem en een oplossing. Wat voor verschil levert dit op, denkt u?**
  - De *framing devices* die bij beide partijen voornamelijk terugkomen, zijn het gebruik van **bepaalde lexicale keuzes**. FvD gebruikt vaak een sarcastische ondertoon ('Kijk ze stralen in vak K'). VOX gebruikt metaforen. Beide partijen gebruiken vaak **woorden met een negatieve connotatie** ('tegen Nederlands belang', 'slecht', 'tegenhouden' & 'alarmisme' en 'demoniseren'). **Framet negatief meer dan positief? / Wat voor verschil leveren negatieve woorden op ten opzichte van positieve woorden?**
  - Conclusies tweets: **het huidige beleid werkt niet / kritiek hierop**. FvD refereert aan verkeerde informatie waarop het Nederlandse beleid is gebaseerd, VOX presenteert zich als achter de Spaanse tradities/waarden staan (boeren, stierenvechten, producten) in tegenstelling tot de gevestigde partijen. **Zorgt dit voor verschillen?**

- Concluderen wat er is gezegd
- Mag ik uw antwoorden citeren of blijft u liever anoniem?

## Bijlage 3a: Analyse tweets FvD

### Tweet 1 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Dec 22, 2019

Onze boeren en andere ondernemers zijn het doelwit van de gevestigde partijen. Stikstof, PFAS, **klimaat**, steeds vinden deze partijen weer een bizarre reden om deze mensen dwars te zitten. Dit kan en moet stoppen!

Laat ondernemers ondernemen! [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)



In de tweet van FvD van 22 december 2019, wordt gesteld dat boeren worden dwarsgezeten door de gevestigde partijen. Dit is de definitie van het probleem dat FvD stelt. De oorzaak hiervan zou zijn dat de gevestigde partijen redenen vinden om boeren dwars te zitten. Deze redenen worden 'bizar' genoemd, wat het morele oordeel van FvD laat zien. Als oplossing stelt FvD dat dit kan stoppen, door ondernemers te laten ondernemen. Zo voldoet deze tweet aan de voorwaarden van Entman (1993) van framing. De *framing devices* in deze tweet, oftewel het 'mediapakketje' bestaat uit de afbeelding bij de tweet, de metafoer van 'een doelwit zijn', de lexicale keuze voor een opsomming ('Stikstof, PFAS, klimaat'), en de slagzin 'Laat ondernemers ondernemen!'. De *reasoning devices* zijn verbonden aan de voorwaarden van Entman (Van Gorp, 2006): volgens Van Gorp wordt een redeneermiddel niet expliciet vermeld, maar zal dit toch worden opgeroepen door het framebericht tijdens het interpretatieproces van de lezer (2005). In deze tweet wordt geredeneerd dat FvD een partij voor de boeren is, terwijl de andere partijen de boeren tegenwerken.

Volgens Lakoff (2004) vormen frames het sociaal beleid. Hierboven is gesteld dat in deze tweet geframed wordt. Het 'sociale beleid' is terug te zien in de afbeelding die is bijgevoegd bij de tweet, waaruit kan worden opgemaakt dat FvD boeren voornamelijk hun gang laat gaan zonder al te veel regels op te leggen, terwijl de politieke partij VVD juist wel allemaal redenen zou bedenken om boeren dwars te zitten. FvD pleit in de tweet voor hun visie op dit sociale beleid: boeren hun gang laten gaan.

De tweet gaat in op beleid, ook wel *policy* uit het 3P-model van De Bruijn (2014). Het beleid van de gevestigde partijen, zoals VVD, wordt in een negatief daglicht gezet, en het eigen beoogde beleid wordt als positief en beter geschetst. Bovendien wordt er door de afbeelding op eenvoudige

manier het standpunt van FvD weergegeven: dit is volgens De Bruijn ook een manier van politieke framing (2019).

Een kenmerk van een goed frame is volgens De Bruijn (2019) dat het makkelijk bij de ontvanger blijft hangen, wat in deze tweet wordt gedaan door de slagzin “Laat ondernemers ondernemen!”. Een ander kenmerk is dat de luisteraar het intuïtief eens is met het gestelde frame, in dit geval dat je ondernemers hun gang moet laten gaan met ondernemen. Bovendien is er een duidelijke *bad guy* in de tweet: de gevestigde partijen, en dan met name VVD die expliciet wordt genoemd in de afbeelding. Nog een kenmerk van De Bruijn is dat het frame aansluit bij de beoogde doelgroep: door de boeren ‘onze boeren’ te noemen, voelt bijna iedereen zich aangesproken. Tot slot raakt het frame de kernwaarden van de tegenstander, doordat stikstof, PFAS en klimaat ‘bizarre redenen’ worden genoemd en de gevestigde partijen juist hier hun beleid volgens FvD op hebben ingesteld.

## Tweet 2 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Apr 8 

Onder Rutte is het leven steeds duurder geworden. Terwijl ons geld wordt uitgegeven aan de 3 grootste kostenposten van onze tijd - immigratie, **klimaat** en EU - houden hardwerkende Nederlanders steeds minder geld over. [#FVD](#) wil radicale lastenverlichting om de inflatie te stoppen.

Ook in deze tweet van FvD kan framing worden herkend. Om te beginnen kunnen het probleem, de oorzaak, het morele oordeel en de oplossing (Entman, 1993) worden vastgesteld: het leven dat steeds duurder wordt en hardwerkende Nederlanders die steeds minder geld overhouden, is het probleem; de oorzaak hiervan is het beleid van minister-president Rutte; het morele oordeel dat hierover wordt geveld is dat het huidige kabinet het geld van de burgers uitgeeft aan de drie grootste kostenposten; en de oplossing die FvD tot slot geeft is een radicale lastenverlichting om de inflatie te stoppen.

De *framing devices* die te herkennen zijn in deze tweet, zijn de lexicale keuzes als het gebruik van de overtreffende trap (‘duurder’, ‘grootste’) en bijvoeglijke naamwoorden (‘hardwerkende’, ‘radicale’). Bovendien is het geven van redenen voor het probleem ook een *framing device*: ‘immigratie, klimaat en EU’. De *reasoning devices* zijn verbonden aan de *framing devices*: onder Rutte’ refereert naar het huidige kabinet, dat niet zou geven om de hardwerkende Nederlander, en zijn of haar geld uitgeven aan grote kostenposten waar deze Nederlander niks aan heeft. Hierdoor ontstaat inflatie en door FvD kan deze inflatie worden gestopt. Deze *devices* samen kunnen volgens Van Gorp (2010) in verband worden gebracht met een symbool dat deel uitmaakt van een gedeelde cultuur. In het geval van deze tweet gaat het om het symbool van de hardwerkende Nederlander en de cultuur dat hard werken beloond moet worden, en dat het geld van deze hardwerkende Nederlanders niet wordt afgepakt door de overheid.

Een aantal van de kenmerken van framing van De Bruijn (2014) zijn ook te herkennen in deze tweet: zo wordt er een *bad guy* benoemd: Rutte en hiermee wordt Rutte’s beleid en het gehele kabinet bedoelt. Ook sluit de tweet bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep aan: hardwerkende Nederlanders verdienen lastenverlichting. Tot slot raakt het de kernwaarden van de tegenstander, oftewel Rutte en het huidige kabinet: zij willen juist geld investeren in immigratie, klimaat en de EU, terwijl FvD hier tegen is.

### Tweet 3 FvD



**Forum voor Democratie** ✓ @fvdemocratie · Jan 18, 2020

...

VVD en CDA hebben het de boer zo ontzettend moeilijk gemaakt. Steeds nieuwe en zelfgecreëerde problemen worden op de boeren afgewenteld, van stikstof tot belastingverhogingen. De Nederlandse **landbouw** behoort tot de wereldtop, daar moeten we trots op zijn! [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)

In bovenstaande tweet zijn de kenmerken van Entman (1993) wederom te herkennen: het probleem is dat het de boeren steeds moeilijker wordt gemaakt door nieuwe en zelfgecreëerde problemen van de VVD en CDA (de oorzaak). Het morele oordeel dat hierover geveld wordt is dat dit oneerlijk is tegen de boeren, waar FvD over zegt dat 'we er trots op moeten zijn'. Een oplossing wordt in deze tweet niet gegeven. De *framing devices* die worden gebruikt zijn lexicale keuzes van bijvoeglijke naamwoorden ('ontzettend', 'nieuwe', 'zelfgecreëerde'), een opsomming ('van stikstof tot belastingverhogingen') en er wordt ook gebruik gemaakt van het geven van een argument ('De Nederlandse landbouw behoort tot de wereldtop, daar moeten we trots op zijn!'). De *reasoning devices* die aan de *framing devices* en de kenmerken van Entman verbonden zijn, zijn dat het beleid van VVD en CDA als negatief wordt gezien en zij de veroorzakers zijn van de problemen waar boeren tegenaan lopen. Samen staan de *devices* in verband met 'de trots' van de Nederlanders op de boeren.

De kenmerken van De Bruijn (2014) van framing die in deze tweet terugkomen zijn dat de luisteraar het intuïtief eens is met het gestelde frame ('daar moeten we trots op zijn!'), er wordt een schurk benoemd, namelijk VVD en CDA, en de kernwaarden van de beoogde doelgroep worden benoemd. Er kan worden gesteld dat de doelgroep boeren zijn, en burgers die trots zijn op de boeren. Zowel de boeren als de burgers zullen instemmen met FvD dat problemen op de boeren worden afgewenteld. Tot slot worden ook de kernwaarden van VVD en CDA geraakt, doordat zij achter de belastingverhogingen en stikstofmaatregelen staan. Het frame dat FvD in deze tweet stelt, wordt gebracht op extramedia niveau, oftewel het standpunt van FvD, en het speelt in op de macrostructuur: op de gedeelde, culturele ideeën van de Nederlandse burger (Van Gorp, 2006).

### Tweet 4 FvD



**Forum voor Democratie** ✓ @fvdemocratie · Nov 27, 2019

...

Volgens gerenommeerde wetenschappers wordt het **klimaat** beheerst door wolken. Wolken worden gevormd door kosmische straling en kosmische straling wordt gereguleerd door de zon. "CO2 is irrelevant." [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)  
©Channel4

In de tweet van FvD van 27 november 2019 zijn de kenmerken van framing van Entman (1993) niet duidelijk te herkennen: er wordt geen probleem gesteld, geen oorzaak genoemd, geen moreel oordeel geveld, en geen oplossing gegeven.

Er zijn wel *reasoning devices* te benoemen, oftewel de causale conclusies die de lezer trekt wanneer de lezer verbanden legt tussen de tekst, het frame en de individuele denkwijze (Van Gorp, 2010). In het geval van deze tweet kan de lezer concluderen dat het probleem dat wordt gesteld door FvD, de foute informatie over CO<sub>2</sub> is waarop klimaatbeleid is gebaseerd. De oorzaak die de lezer

uit de tweet kan halen, is de foute informatie gegeven door wetenschappers, en hoe het kabinet deze foute informatie overneemt. Het morele oordeel zou kunnen zijn dat de burger bewust wordt misleid en dat de regering niet het beste voor heeft met de burger, terwijl FvD dat wel heeft door informatie te verspreiden, welke volgens hen de juiste is. De gegeven oplossing is onduidelijk, maar zou de verspreiding van andere informatie over Co<sub>2</sub> kunnen zijn. Er is één *framing device* te herkennen in de tweet: het gebruik van argumenten. Door aan te geven dat de informatie komt van ‘gerenommeerde wetenschappers’, een bron en uitleg te geven, wekt de tweet de suggestie op dat de informatie die wordt gegeven juist is. Het gebruik van argumenten, samen met de *reasoning devices* kan samen staan voor de cultuur en de gedeelde waarde van sceptisch blijven tegenover informatie die in de media of door de overheid wordt gegeven.

De tweet begint met stellen dat de informatie die gegeven gaat worden, klopt, aangezien het door wetenschappers is gezegd. De tweet eindigt met een conclusie. Deze manier van informatie geven, is een vorm van *primen* (De Bruijn, 2019). Bovendien wordt ook gebruik gemaakt van *policy* van het 3P-model: beleid wordt toegelicht met feiten, waardoor FvD steun wint voor haar standpunt.

Evenals de kenmerken van framing van Entman (1993) die niet te vinden zijn in deze tweet, zijn ook de kenmerken van De Bruijn (2014) niet vinden. Zo blijft de tweet niet makkelijk hangen, wordt er geen schurk of *bad guy* genoemd, is het niet duidelijk wie de beoogde doelgroep is en sluit de tweet daardoor ook niet aan bij de kernwaarden van deze groep, en raakt de tweet ook niet de kernwaarden van de tegenstander. Met behulp van *reasoning devices* kan wel worden bedacht wie de doelgroep is, of wie de *bad guy*, maar net zoals bij de kenmerken van Entman worden deze niet expliciet gegeven. Wel kan de lezer het intuïtief eens zijn met wat er wordt gesteld in de tweet: door een reden te geven (‘het klimaat wordt beheerst door wolken’), daarop weer een reden te geven (‘wolken worden gevormd door kosmische straling’), hierop weer een reden te geven (‘kosmische straling wordt gereguleerd door de zon’) en daaruit een conclusie te trekken (‘CO<sub>2</sub> is irrelevant’), is het voor de lezer lastig om het hier niet mee eens te zijn.

Maar, aangezien zowel de kenmerken van Entman als die van De Bruijn niet te vinden zijn in deze tweet, en er ook slechts één *framing device* van Van Gorp te vinden is, kan niet worden gesteld dat er in deze tweet sprake is van framing.

## Tweet 5 FvD



**Forum voor Democratie** @fvdemocratie · Nov 7, 2018  
Het einde van de **klimaat**-alchemie. Stoppen met deze voodoo-cult! 0,00007 graden verschil voor 1.000 miljard. Absurd. Maar VVD & CDA willen het. #FVD wil het niet. Bekijk de hele speech: [youtu.be/4ODlpKEDMRM](https://youtu.be/4ODlpKEDMRM)



11 117 297



In deze tweet van 7 november 2018 zijn verschillende *framing devices* te herkennen: een metafoor ('voodoo-cult'), lexicale keuzes als het gebruik van woorden met een negatieve connotatie ('alchemie'; het op speculatieve wijze filosoferen over de natuur, en 'absurd'), en het gebruik van een argument, dan wel zonder bron ('0,000007 graden verschil voor 1.000 miljard'). Deze *framing devices* dragen samen bij aan de grondgedachte van de tweet: het klimaatbeleid dat wordt gevoerd is niet de juiste. De *reasoning devices* die hierbij horen zijn dan ook dat het huidige beleid het probleem is, dat FvD wetenschappelijke data heeft dat door het kabinet niet wordt gebruikt en dat deze data de oplossing is voor het probleem; met deze data is er geen klimaatprobleem. De *reasoning devices* zijn gekoppeld aan de kenmerken van Entman (1993): het probleem is de 'klimaat-alchemie', de oorzaak zijn VVD en CDA, het morele oordeel kan worden opgemaakt uit de *reasoning devices* en de oplossing is om niet 1.000 miljard te investeren in het klimaat. Dit zijn dan ook de causale conclusies die de lezer kan trekken na het lezen van de tweet; deze zijn in overeenstemming met de *reasoning devices* (Van Gorp, 2010).

FvD stelt dat het beleid is gebaseerd op alchemie, een metafoor dat FvD gebruikt om het klimaatbeleid te beschrijven. Volgens Lakoff wordt beleid vaak gemaakt op basis van metaforen, "which by itself would not discredit the *policy* if the metaphor is apt, that is, if its entailments fit the social situation" (2013, p. 16). De metafoor die FvD gebruikt laat zien dat zij het huidige beleid niet waarderen.

Door cijfers te gebruiken om het standpunt van de partij duidelijk te maken, maakt de tweet gebruik van het 3P-model, en dan specifiek van de p van *policy*. Het beleid wordt met deze cijfers toegelicht om zo steun te winnen voor de boodschap van FvD.

Tot slot voldoet de tweet aan kenmerken voor framing van De Bruijn (2014): door termen als 'klimaat-alchemie' en 'voodoo-cult' te gebruiken, blijft de boodschap makkelijk bij de lezer hangen, door te stellen dat er maar 0,00007 graden verschil wordt bereikt door een investering van 1.000 miljard is de lezer het intuïtief eens met de partij die dit 'absurd' noemt, en de VVD en CDA worden als de schurken benoemd, doordat zij deze investering in het klimaat willen. Ook sluit de tweet aan bij de kernwaarden van de doelgroep, de FvD-stemmers die de investeringen in het milieu ook absurd vinden, en worden ook de kernwaarden van de tegenstander, VVD en CDA, geraakt door hun beleid absurd te noemen.

Tot slot is het samenspel van verschillende niveaus van framing (Van Gorp, 2006) ook in deze tweet te zien: FvD stelt dat in de media frames worden gebruikt omtrent het klimaatbeleid (tekstueel niveau), en dat de burgers deze informatie voor waar aannemen (cognitief niveau). Het extramedia niveau zijn de standpunten van de gevestigde partijen over klimaatbeleid, evenals die van FvD. En tot slot is de macrostructuur te zien in de gedeelde, culturele ideeën over dit beleid: volgens FvD houdt dit in dat het huidige beleid niet deugt.

## Tweet 6 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Apr 14, 2020

Linkse partijen willen steeds strengere regeltjes over stikstof en **klimaat**. Tegelijkertijd stemmen ze altijd voor méér immigratie. Alsof enorme bevolkingsgroei niet slecht voor het **milieu** is. Logisch dat @LammertvanRaan (PvdD) de vraag van @thierrybaudet niet wil beantwoorden 



 126

 253

 779



In deze tweet worden ‘steeds strengere regeltjes over stikstof en klimaat’ en ‘méér immigratie’ als probleem genoemd door de FvD. De oorzaak hiervan zijn linkse partijen die hiervoor stemmen. Het morele oordeel dat FvD erover schetst, is dat de keuzes van linkse partijen slecht zijn. De oplossing zou volgens FvD zijn dat die regels er niet moeten komen, en dat er minder immigranten Nederland binnen mogen komen. Een *framing device* dat wordt gebruikt is die van het stereotype dat linkse partijen steeds strengere regels willen, maar dat een linkse politicus niet goed kan beargumenteren waarom. Andere *framing devices* zijn lexicale keuzes als verkleinwoorden (de keuze voor ‘regeltjes’ in plaats van ‘regels’) en het argument dat bevolkingsgroei ook slecht voor het milieu is. Een *reasoning device* die uit de tweet kan worden gehaald, maar welke er niet letterlijk in staat, is dat het verminderen van immigratie beter is voor het milieu dan regels invoeren over stikstof en klimaat.

Ook wordt er in deze tweet geprimed: FvD begint met een emotievolle opmerking over linke partijen, waarna zij een argument geeft en de tweet afsluit met een *reasoning device* die een standpunt van de partij vertegenwoordigt: er moeten ander beleid komen omtrent klimaat en immigratie.

Framingkenmerken van De Bruijn (2014) in deze tweet zijn dat de lezer het intuïtief eens is dat enorme bevolkingsgroei slecht is voor het milieu, linkse partijen die als *bad guy* worden benoemd en het raakt de kernwaarden van de tegenstander, de linkse partijen, door te stellen dat hun keuze voor meer immigratie bijdraagt aan klimaatproblemen.

## Tweet 7 FvD



Forum voor Democratie ✓ @fvdemocratie · Feb 22, 2021



🚜 Vandaag was @thierrybaudet te gast bij akkerbouwers en pluimveehouders in Oosterhout. Thierry: "Schrijnend om te horen hoe de hardwerkende mensen in de **landbouw**, die iedere dag zorgen dat we voedsel op tafel kunnen zetten, worden ondergewaardeerd door de politiek in Den Haag."



In deze tweet van 22 februari 2021 wordt partijleider Baudet geciteerd. Hij stelt dat de onderwaardering van hardwerkende mensen in de landbouw door de politiek in Den Haag een probleem is, en zijn morele oordeel is dan ook dat deze mensen hard nodig zijn voor Nederland. Er wordt geen oorzaak of oplossing genoemd, maar deze kan worden gehaald uit de *reasoning devices*: de oorzaak voor de onderwaardering zou de desinteresse van politiek Den Haag in de boeren zijn, en de oplossing is beleid van FvD waarbij deze waardering voor de boeren er wel is.

*Framing devices* in deze tweet zijn lexicale keuzes als 'te gast zijn', waarmee de akkerbouwers en pluimveehouders boven de partijleider worden geplaatst, woorden met een negatieve connotatie als 'schrijnend' en 'ondergewaardeerd', en het gebruik van 'we' om de lezer te betrekken. Ook de afbeelding bij de tweet, een foto van de partijleider in een tractor, toont hoe de partijleider zich interesseert voor de boeren, wat wordt versterkt door zijn woorden als 'hardwerkende mensen' en 'die zorgen dat we voedsel op tafel kunnen zetten'. Deze tweet laat de gedeelde overtuiging zien dat de boeren als belangrijk onderdeel voor de Nederlandse samenleving moeten worden gezien door de politiek in Den Haag.

Door te stellen dat de Nederlander de boeren nodig heeft om eten op tafel te kunnen zetten, is de lezer het intuïtief eens met wat er gesteld wordt. Zo wordt de politiek in Den Haag als *bad guy* afgeschilderd, omdat zij als tegenstander het de boeren moeilijk zouden maken met hun beleid. Dit raakt het dan ook in hun kernwaarden, aangezien er wordt gesteld dat zij iets doen wat niet botst

met hun intenties. Tot slot sluit de tweet wel aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep: de boeren en de Nederlandse burger die trots is op deze boeren.

Het 3P-model wordt in deze tweet gebruikt, doordat Baudet zijn waarden, oftewel *principles*, noemt over de mensen in de landbouw. Hij noemt ze harde werkers die zorgen voor het eten van de Nederlander. Door te laten zien dat hij op bezoek is bij de boeren, laat hij bovendien zijn persoonlijke betrokkenheid (*personality*) zien. Ook uit hij zijn kritiek op het beleid (*policy*) van de politiek in Den Haag, waardoor de alle drie P's in deze tweet terugkomen.

### Tweet 8 FvD



Forum voor Democratie @fvdemocratie · Apr 24, 2020

92 miljard tekort, maar 5 miljard extra naar stikstof?! Kabinet draaft volledig door en moet nu STOPPEN met het zinloze **klimaat-** en stikstofbeleid.

In plaats daarvan investeren in zorg, extra steun voor MKB/ZZP en oplopen staatsschuld zoveel mogelijk proberen te beperken! #FVD



NOS @NOS · Apr 24, 2020

Kabinet hakt knoop door: 5 miljard voor stikstofaanpak  
[nos.nl/l/2331599](https://nos.nl/l/2331599)

52 213 530

In deze tweet stelt FvD dat het verwachte begrotingstekort van 92 miljard euro, waarvan 5 miljard naar stikstof gaat, een probleem is. De oorzaak hiervan zou het klimaat- en stikstofbeleid zijn en het morele oordeel dat hierover wordt gegeven is dat dit beleid zinloos is. De oplossing zou zijn om het geld dat naar stikstof gaat, te investeren in zorg en extra steun voor MKB/ZZP. Hiermee zou de staatsschuld zoveel mogelijk worden beperkt. De tweet voldoet zo aan de framingskenmerken van Entman (1993). De *framing devices* die te herkennen zijn, zijn de selectie van de bron (NOS), lexicale keuzes als woorden gebruiken met negatieve connotatie ('doordraven', 'zinloze', 'beperken') en het gebruik van hoofdletters om nadruk te leggen op een woord ('STOPPEN'), en het argument om niet te investeren in stikstof maar in zorg en extra steun voor MKB/ZZP om zo de staatsschuld te beperken. Het centrale denkbeeld is door deze *framing devices* duidelijk, en wordt aangevuld met *reasoning devices* als dat het kabinet onverstandige beslissingen neemt en dat investeren in klimaat en stikstof geen resultaten oplevert.

Het kabinet dat geld investeert in klimaat- en stikstofbeleid is in deze tweet de *bad guy*. Dit framingskenmerk van De Bruijn (2014) is duidelijk te herkennen. De andere kenmerken, zoals het

intuïtief eens zijn met wat er gesteld wordt en het aansluiten bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, zijn minder makkelijk te herkennen. Zo zullen FvD-stemmers het wel snel eens zijn met de standpunten van de partij waar het geld uit de begroting naartoe moet, maar niet iedereen doordat er geen argumenten worden gegeven wat de andere manier van investeren oplevert. Ook is niet duidelijk op te maken wie de beoogde doelgroep is in deze tweet, en kan er daardoor ook niet worden gezegd of de tweet aansluit bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep. Wel worden de kernwaarden van de tegenstander geraakt door te stellen dat het geld dat nu wordt geïnvesteerd in klimaat- en stikstofbeleid zinloos is.

### Tweet 9 FvD



In de tweet over het regeerakkoord van 16 december 2021, zijn de volgende *framing devices* te herkennen: lexicale keuzes als woorden met een negatieve connotatie als ‘fundamenteel mee oneens’ en ‘onzin’, de opsomming van beleid dat burgers niet zouden willen (meer immigratie-, EU-, klimaat- en corona-onzin), en een sarcastische ondertoon (‘waar moeten we beginnen?’, ‘succes ermee’). Ook het argument dat het wereldbeeld waar het regeerakkoord op is gebaseerd niet klopt, is een *framing device*.

De framingskenmerken van Entman (1993) zijn niet allemaal te herkennen: het probleem volgens FvD is een regeerakkoord dat aangeeft meer in te zetten op immigratie-, EU-, klimaat- en coronabeleid. De oorzaak hiervan is dat het is gebaseerd op een wereldbeeld dat niet klopt en het morele oordeel is dat het regeerakkoord onzin is. De oplossing hiervoor wordt niet gegeven, maar kan worden gehaald uit een *reasoning device*: ‘wij gaan door met onze strijd!’ impliceert dat de standpunten van FvD niet overeenkomen met het regeerakkoord en dat FvD van plan is om achter haar standpunten te blijven staan en zich in blijft zetten om haar standpunten in het beleid door te voeren.

Zo voldoet de tweet aan de framingskenmerken van Entman, maar niet aan alle kenmerken voor framing die De Bruijn (2014) stelt: er wordt geen slagzin of manier van verwoorden gebruikt zodat de tweet makkelijk blijft hangen, de lezer hoeft het niet intuïtief eens te zijn met wat er wordt gesteld, de *bad guy* wordt impliciet genoemd: het kabinet dat het regeerakkoord heeft opgesteld, en de doelgroep is niet duidelijk uit de tweet te halen, waardoor niet te zeggen is of de tweet bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep aansluit. Tot slot raakt de tweet wel de kernwaarden van de tegenstander; het kabinet wat achter het regeerakkoord staat en waar FvD kritiek op heeft.

Ook gaat de tweet in op de onderliggende waarden van FvD, de p van *principles* uit het 3P-model ('#FVD is het er fundamenteel mee oneens', 'wij gaan door met onze strijd!'), om zo steun te winnen voor de boodschap van de partij.

### Tweet 10 FvD



**Forum voor Democratie**  @fvdemocratie · Feb 28, 2021

De VVD is naar links opgeschoven. #FVD wil de belastingen over de hele linie verlagen. Van Nederlanders die weinig verdienen tot Nederlanders die nu al goed verdienen: iedereen gaat erop vooruit. Dat kan als we niet langer voor de EU, het **klimaat** en de massale immigratie betalen.

 34

 246

 1,097



In deze tweet van 28 februari 2021 stelt FvD als probleem dat de belastingen in Nederland te hoog zijn. De oorzaak hiervoor is de VVD die in de ogen van FvD te links beleid voert door belastinggeld te gebruiken voor de Europese Unie, klimaat- en immigratiebeleid. Het morele oordeel is dan ook dat te links beleid negatief is voor de Nederlandse burger. Als oplossing stelt FvD dat er minder belastinggeld hoeft te worden betaald wanneer Nederland geen geld meer investeert in de EU, het klimaat en immigratie. Zo voldoet deze tweet aan de framingskenmerken van Entman (1993).

De *framing devices* in deze tweet zijn het argument dat elke burger minder belasting hoeft te betalen wanneer minder links beleid wordt gevoerd en de lexicale keuze om iedereen aan te spreken ('van Nederlanders die weinig verdienen tot Nederlanders die nu al goed verdienen: iedereen'). De *reasoning devices* die zijn te herkennen in bovenstaande tweet, zijn het impliceren van 'slecht links beleid' door de VVD en de aanname dat alle Nederlanders de huidige belastingen te hoog vinden.

De Bruijn (2014) zijn kenmerken van framing komen ook terug in deze tweet: het statement dat VVD naar links is opgeschoven blijft goed hangen; de lezer is het intuïtief eens dat iedereen erop vooruitgaat als belastingen over de hele linie worden verlaagd; de VVD wordt als *bad guy* benoemd die te veel geld uitgeeft aan EU, klimaat en immigratie; de kernwaarden van de beoogde doelgroep worden ondersteund door te stellen dat iedereen erop vooruit moet gaan; en de kernwaarden van de VVD worden juist geraakt door te stellen dat hun beleid niet goed is.

## Tweet 11 FvD



**Forum voor Democratie**  @fvdemocratie · Jan 25, 2021

De afgelopen jaren is Rutte bekeerd tot het klimaatgeloof. Er is geen "klimaatcrisis". Het geldt dat Rutte wil uitgeven om het weer te veranderen, zal het economisch herstel van de VVD-lockdowns alleen maar vertragen. #FVD wil niet investeren in het **klimaat**, maar in Nederland!

In bovenstaande tweet zijn verschillende *framing devices* te herkennen: de metafoor 'bekeerd tot het klimaatgeloof' om de focus van het beleid van minister-president Rutte op klimaat te omschrijven en 'VVD-lockdowns' voor de coronalockdowns, lexicale keuzes als een sarcastische ondertoon ('er is geen "klimaatcrisis)'), het argument dat onder Rutte zijn beleid het economische herstel van Nederland wordt vertraagd en de waarde dat Nederland boven het klimaat staat.

De bijbehorende *reasoning devices* zijn in dit geval dat onder het beleid van Rutte te veel geld is geïnvesteerd in het klimaat, in plaats van in Nederland, en dat het doorgaan met dit beleid zorgt voor een te lang economisch herstel van Nederland. De framingskenmerken van Entman (1993) die uit de tweet zijn te halen zijn de oorzaak; Rutte zijn klimaatbeleid van de afgelopen jaren en de oplossing hiervan; geen geld in het klimaat investeren, maar in het economische herstel van Nederland.

De devices samen laten het geheel van het gestelde frame zien: het klimaatbeleid van Rutte is slecht voor Nederland, en dit moet veranderen. De gedeelde overtuiging die hierbij hoort is dat FvD het beste met Nederland voor heeft, in tegenstelling tot een partij zoals de VVD.

De Bruijn zijn kernmerken voor framing die in de tweet zijn te herkennen, zijn het gebruik van woorden als 'klimaatgeloof' die ervoor zorgen dat de boodschap blijft hangen; het intuïtief eens zijn met het gestelde frame dat het klimaatbeleid van Rutte zorgt voor een langer herstel van de economische schade als gevolg van lockdowns; het letterlijk benoemen van de schurk: Rutte; het aansluiten bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, namelijk dat Nederland voorop moet staan; en het raken van de kernwaarden van de tegenstander: de VVD en haar klimaatbeleid.

De metaforen die worden gebruikt, weerspiegelen het beleid dat wordt gevoerd (Lakoff, 2013). 'Bekeerd tot het klimaatgeloof' laat zien dat het huidige beleid van Rutte in de afgelopen jaren is gaan focussen op het klimaat en de kennis hierover, en 'VVD-lockdowns' laat zien dat de coronalockdowns een gevolg zijn van het beleid van de grootste partij, de VVD.

## Tweet 12 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Feb 26, 2020

Zelfs bij een totaalverbod op **landbouw** worden de huidige stikstofnormen overschreden. Krankzinnig! #FVD wil daarom rechtvaardig stikstofbeleid naar Duits model! FVD-senator @lennartvdlinden is bij de presentatie van de onderzoeksresultaten. [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)



16

103

329



Het probleem dat in de tweet van 26 februari 2020 wordt gegeven, is dat er geen landbouwbeleid is waarbij de stikstofnormen niet worden overschreden. Het morele oordeel hierover is dat het huidige beleid daarom ‘krankzinnig’ is. De oplossing zou volgens FvD daarom een stikstofbeleid naar Duits model zijn. De oorzaak van het probleem volgt uit *reasoning devices*: het beleid van de partijen die de huidige stikstofnormen hebben vastgesteld.

De *framing devices* die in deze tweet worden gebruikt, zijn het gebruik van een afbeelding waarop met getallen de boodschap wordt herhaald, de selectie van bronnen door een onderzoek aan te halen, lexicale keuzes als het gebruik van woorden met een negatieve connotatie als ‘krankzinnig’, en het argument dat een totaalverbod op landbouw het stikstofprobleem ook niet oplost. De grondgedachte van de tweet is te halen uit de framing- en *reasoning devices* en is dan ook dat het huidige stikstofbeleid nutteloos is, en dat dit beleid niet aangescherpt moet worden.

Slechts het enige framingskenmerk van de Bruijn in deze tweet is dat de lezer het intuïtief eens is met dat er een rechtvaardig stikstofbeleid moet komen. Er wordt niet expliciet een schurk genoemd, waardoor ook de kenmerken van deze tegenstander niet worden geraakt en ook de beoogde doelgroep staat niet in de tweet vermeld. Echter kan met behulp van *reasoning devices* wel worden geredeneerd wie in de ogen van FvD de schurk is met betrekking tot dit beleid (de gevestigde partijen), en wie zij aan willen spreken: de Nederlanders die worden geraakt als gevolg van het stikstofbeleid.



## Tweet 13 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Feb 19, 2020

Doemdenkers over **klimaat** krijgen overal ruim baan. Onheilsprofeten dreigen dat alles kapotgaat als we niet een radicale, linkse en onbetaalbare agenda uitvoeren. Nonsens! We moeten haalbare oplossingen leveren en níet overdrijven! [FVD.nl/ja/elsevierweekblad.nl/nederland/opin...](https://www.fvd.nl/ja/elsevierweekblad.nl/nederland/opin...)

In bovenstaande tweet zijn verschillende *framing devices* te herkennen: de metafoor ‘onheilsprofeten’ voor mensen die stellen dat het niet goed gaat met het klimaat, lexicale keuzes als het gebruik van woorden met negatieve connotatie (‘doemdenkers’, ‘dreigen dat alles kapotgaat’, ‘radicale’, ‘onbetaalbare’, ‘nonsens’, ‘níet overdrijven’) en bijvoeglijke naamwoorden (‘radicale’, ‘linkse’, ‘onbetaalbare’, ‘haalbare’), dramatische personages als ‘doemdenkers’ en ‘onheilsprofeten’, en het argument dat er niet moet worden overdreven, maar er haalbare oplossingen moeten worden geleverd.

Deze *framing devices* horen bij de framingskenmerken van Entman (1993): het probleem dat in de tweet wordt geschetst is het beeld dat alles dreigt kapot te gaan volgens wanneer er geen radicale, linkse en onbetaalbare maatregelen worden uitgevoerd. De oorzaak hiervan is volgens FvD dat doemdenkers over klimaat overal ruim baan krijgen, en het morele oordeel dat hierover wordt geveld is dat het probleem nonsens is. Ook geeft de tweet een oplossing voor het probleem: niet overdrijven en haalbare oplossingen leveren. Zo voldoet de tweet aan alle vier de kenmerken van Entman. Er zijn ook *reasoning devices* te herkennen: het linkse klimaatbeleid dat volgens doemdenkers gevoerd zou moeten worden, is volgens FvD onhaalbaar en niet de oplossing. Ook wordt er door FvD verondersteld dat er haalbare oplossingen zijn voor het klimaatprobleem, die niet radicaal en onbetaalbaar zijn. De framing- en *reasoning devices* samen maken het frame van de tweet duidelijk: het negatieve beeld dat wordt geschetst van het klimaat klopt niet.

Bovendien zijn ook enkele framingskenmerken van De Bruijn (2014) in deze tweet te herkennen. Zo worden doemdenkers en onheilsprofeten als schurken neergezet, sluit de tweet aan bij de kernwaarden van rechtse stemmers die vinden dat er minder geld in het klimaat moet worden geïnvesteerd, en worden de kernwaarden van de tegenstanders geraakt door te stellen dat zij een radicale, linkse en onbetaalbare agenda hebben.

## Tweet 14 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Oct 27, 2021

Kinderen worden bang gemaakt met doemscenario's over het **klimaat**. Maar in werkelijkheid komen zulke voorspellingen nooit uit. Het is geen tijd voor “klimaatactie”, maar tijd voor actie tegen liegende klimaatactivisten. Freek Jansen legt uit: [kijk.fvd.nl/?v=kC\\_nor8MsKE](https://kijk.fvd.nl/?v=kC_nor8MsKE) #FVD



kijk.fvd.nl

Freek Jansen (FVD) vs het Klimaatkartel: Jullie zijn ...  
Kinderen worden bang gemaakt met doemscenario's over het klimaat. Maar in werkelijkheid komen zulk...

 27

 138

 463



In de tweet van FvD van 27 oktober 2021, wordt gesteld dat kinderen bang worden gemaakt met doemscenario's over het klimaat, een probleem. De oorzaak hiervan zijn liegende klimaatactivisten en de oplossing hiertegen is in actie gaan tegen deze klimaatactivisten. Het morele oordeel komt voort uit *reasoning devices*: het huidige klimaatbeleid is gebaseerd op leugens. De *framing devices* die te herkennen zijn, zijn lexicale keuzes als het gebruik van woorden met een negatieve connotatie ('worden bang gemaakt', 'doemscenario's', 'liegende') en het argument dat de voorspellingen over het klimaat nooit uitkomen. Ook kan de zin 'Het is geen tijd voor "klimaatactie", maar tijd voor actie tegen liegende klimaatactivisten" als een slagzin worden gezien. Het frame in deze tweet is dan ook dat Nederlanders voor de gek worden gehouden met het huidige klimaatbeleid.

De bovengenoemde slagzin zorgt ervoor dat de boodschap in de tweet gemakkelijk bij de lezer blijft hangen. Er wordt een schurk genoemd, de liegende klimaatactivist, en de kernwaarden van de tegenstanders worden geraakt door te stellen dat klimaatactivisten liegen met hun doemscenario's. Drie van de vijf framingskenmerken van De Bruijn (2014) komen zo terug in deze tweet.

Tot slot wordt er in deze tweet geprimed, door eerst een emotievolle opmerking te maken over kinderen die bang worden gemaakt, waarna het standpunt van FvD'er Freek Jansen duidelijk wordt.

### Tweet 15 FvD



In bovenstaande tweet worden expliciet framingskenmerken van Entman (1993) benoemd: het probleem is de hoge energierekening, de oorzaak hiervan is het gevoerde politieke beleid, en de oplossing hiervoor zijn goedkope en betrouwbare energiebronnen die vanwege het klimaat niet meer worden gebruikt. Het morele oordeel dat hieruit gehaald kan worden is dat het klimaat geen goede reden is om deze energiebronnen niet te gebruiken. Deze kenmerken staan in verband met de *reasoning devices*: de prijzen van energie zijn fors gestegen en dit komt doordat energie wordt gewonnen uit duurdere bronnen. Er zijn volgens FvD goedkopere manieren om aan energie te komen, maar het huidige beleid wil deze energiebronnen niet gebruiken omdat deze slecht zouden zijn voor het klimaat.

De *framing devices* die te zien zijn in de tweet, zijn lexicale keuzes als het gebruik van bijvoeglijk naamwoorden ('hoge', 'volstrekt logisch', 'politieke', 'goedkope', 'betrouwbare', 'peperdure') en de sarcastische ondertoon door 'klimaat' tussen aanhaaltkens te plaatsen. Bovendien worden de argumenten gegeven dat er goedkope en betrouwbare energiebronnen beschikbaar zijn die niet worden gebruikt en dat de huidige hoge prijzen een gevolg zijn van het beleid. De gedeelde overtuiging waar FvD hier op inspeelt is die van de Nederlander die lagere energieprijzen wil en het frame in deze tweet is dat FvD hier de oplossing voor heeft.

Andere framingskenmerken zijn die van De Bruijn (2014), zoals dat een schurk wordt genoemd: de huidige beleidsmakers; het sluit aan bij de beoogde doelgroep: de Nederlanders die lagere energieprijzen willen; en het gaat tegen de kernwaarden van de tegenstander in, energiebronnen die zij namelijk niet willen gebruiken worden in de tweet 'goedkoop en betrouwbaar' genoemd.

Tot slot wordt er in deze tweet gebruik gemaakt van het 3P-model, en dan met name van *policy* en *principles*: de boodschap wordt ondersteund door feiten en de waarden van FvD worden duidelijk gemaakt door aan te geven tegen peperdure transities te zijn.

#### Tweet 16 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Feb 13, 2020

In anderhalf uur sloopt @ThierryBaudet #CETA. Géén gewoon handelsverdrag, maar uitholling van onze democratie. CETA-rechters gaan onze beleidsvrijheid inperken.

Schadelijk voor MKB, **landbouw** en onze soevereiniteit. STOP CETA! #FVD [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)



youtube.com  
Legendarische speech! Baudet sloopt CETA in and...  
KIJKEN! In anderhalf uur sloopt Thierry Baudet #CETA vakkundig. Dit is géén gewoon ...

 65

 339

 916



In bovenstaande tweet over CETA<sup>5</sup> wordt gesteld dat CETA een probleem is, aangezien het verdrag de beleidsvrijheid van Nederland inperkt. De oorzaak wordt impliciet genoemd, namelijk de Europese Unie die dit verdrag heeft gesloten en ook de oplossing is impliciet: het handelsverdrag moet ongeldig worden. De oorzaak en oplossing komen voort uit *reasoning devices*. Het morele oordeel staat wel expliciet in de tweet: FvD noemt CETA een uitholling van de Nederlandse democratie, en stelt dat het schadelijk is voor MKB-bedrijven, landbouw en de soevereiniteit van Nederland. De *framing devices* in de tweet zijn lexicale keuzes als het gebruik van hoofdletters ('STOP'), woorden met een negatieve connotatie ('géén', 'uitholling', 'vrijheid inperken', 'schadelijk') en het gebruik van 'onze' om alle Nederlanders te omvatten. Ook Nederlandse waarden ('onze democratie', 'onze beleidsvrijheid', 'onze soevereiniteit') benoemen is een *framing device*. Zo wordt

<sup>5</sup> CETA is een handelsverdrag tussen de Europese Unie, de lidstaten van de Europese Unie en Canada.

duidelijk dat het frame in deze tweet is dat er door CETA aan te gaan, Nederlandse waarden worden ondermijnd.

De schurk die wordt genoemd zijn degenen die achter het handelsverdrag staan, en de kernwaarden van de tegenstanders worden geraakt doordat de tweet stelt dat CETA schadelijk is voor Nederland. Zo zijn twee van de vijf kernwaarden van De Bruijn (2014) in deze tweet te herkennen.

### Tweet 17 FvD



Op 17 november 2021 tweette FvD over een klimaatlockdown. In deze tweet zijn *framing devices* te herkennen zoals de lexicale keuzes voor het gebruik van sarcasme: 'Jahoor', 'die gekke @thierrybaudet toch' en de aanhalingstekens bij de woorden 'ernstig' en 'piek afvlakken met lockdown'. Een argument, een ander *framing device*, dat in de tweet te herkennen is, is dat partijleider Baudet gelijk heeft met de voorspelling dat er klimaatlockdowns zouden komen, maar dat dit werd afgeschilderd als complottheorie. Ook het gebruik van AD.nl als bron is een *framing device* om de boodschap toe te lichten.

Het probleem dat wordt geschetst in deze tweet is dat er een klimaatlockdown is gesignaleerd en de oorzaak hiervan zou het klimaat zijn, wat impliciet door FvD als niet-kloppend wordt benoemd. Het morele oordeel hangt hier ook mee samen, namelijk dat de situatie niet zo 'ernstig' is als AD.nl stelt, en dat de 'piek afvlakken met lockdown' een overdreven maatregel is. De oplossing die ook impliciet is, is partijleider Baudet niet afschilderen als iemand die complottheorieën verkondigt. Het morele oordeel en de oplossing zijn impliciet, maar kunnen worden verkregen vanuit *reasoning devices* wanneer de boodschap wordt geïnterpreteerd door de lezer (Van Gorp, 2010).

In deze tweet wordt dan ook geframed dat partijleider Baudet zelf is geframed als iemand die onzin vertelt. Echter beargumenteert FvD in deze tweet dat Baudet zijn eerdere aankondiging over klimaatlockdown toch klopt. Maar, wanneer wordt gekeken naar de framingskenmerken van De

Bruijn (2014), komen in deze tweet maar enkele kenmerken terug. Zo is de lezer het wel intuïtief eens met het frame dat Baudet geen complottheorie verkondigde, en zijn degenen die dit over Baudet stelden de *bad guys*. De andere drie kenmerken zijn echter niet duidelijk te herkennen in deze tweet.

### Tweet 18 FvD



In de tweet van FvD van 31 januari 2019 stelt de partij dat de klimaatwet een probleem is, veroorzaakt door de genoemde partijen. Het morele oordeel dat hierover geveld wordt, is dat deze partijen schermutselingen in de Kamer zouden hebben over het klimaat, maar toch samen een besluit hebben genomen dat onbetaalbaar is. Een oplossing wordt niet expliciet genoemd. Deze tweet voldoet zo aan drie van de vier framingskenmerken van Entman (1993). De oplossing zou kunnen voortkomen uit *reasoning devices*: de boodschap die FvD wil overbrengen met deze tweet, kan zijn dat FvD tegen de klimaatwet is en deze wil tegenhouden. Dit zou volgens de partij de oplossing zijn tegen onbetaalbare kosten.

*Framing devices* die in bovenstaande tweet zijn te herkennen, zijn de afbeelding met de tekst 'Kijk ze stralen in vak K', waarbij de sarcastische ondertoon van de tekst (een ander *framing device*) duidelijk maakt dat FvD van mening is dat er geen reden is om te stralen. Het argument dat de VVD, Groenlinks, CDA, PvdA, D66, SP en CU de reden zijn voor een wet die volgens FvD onbetaalbaar is, is een ander *framing device*. De devices samen maken de overtuiging van FvD duidelijk: de genoemde partijen hebben voor een te dure wet gezorgd die een groot impact gaat hebben op Nederland.

Van de framingskenmerken van De Bruijn (2014) zijn een aantal te herkennen: zo worden *bad guys* benoemd, namelijk al de genoemde partijen; sluit de tweet aan bij de kernwaarden van de

beoogde doelgroep, namelijk iedereen die niet op de genoemde partijen stemt; en gaat het in tegen de kernwaarden van de tegenstander, de Nederlanders die stemmen op VVD, Groenlinks, CDA, PvdA, D66, SP en CU en deze partijen zelf, aangezien FvD kritiek uit op hun klimaatwet.

#### Tweet 19 FvD



In bovenstaande tweet zijn verschillende *framing devices* te herkennen: lexicale keuzes als het gebruik van bijvoeglijk naamwoorden ('verwarmde', 'onbetaalbaar', 'gigantisch'), hoofdletters om nadruk te leggen ('GIGANTISCH OFFER') en de sarcastische ondertoon door de aanhalingstekens bij 'klimaat'. Ook de argumenten dat het gasveld in Groningen genoeg gas heeft en het gebruik hiervan geen offer is voor het klimaat zijn *framing devices*, evenals Freek Jansen die als bron wordt gebruikt. De framingskenmerken van Entman (1993) volgen op dit probleem: Nederlanders voor wie een verwarmde woning onbetaalbaar dreigt te worden. De oorzaak hiervan is het sluiten van het gasveld van Groningen, het morele oordeel dat dit een gigantisch offer is en de oplossing van FvD dat het gasveld in Groningen in gebruik moet blijven.

*Reasoning devices* die uit deze tweet zijn te halen, zijn dat FvD stelt dat betaalbaar gas voor Nederlanders belangrijker is dan het klimaat, en dat het beleid dat heeft gezorgd voor het sluiten van het Gronings gasveld geen goed beleid is. De gedeelde cultuur waarmee FvD de boodschap uit de tweet in verband brengt, is dan ook dat Nederlanders op nummer één staan voor de partij en zaken als klimaat op een lagere plek.

Hoewel niet expliciet een *bad guy* wordt genoemd, kunnen de partijen die hebben besloten om het gasveld in Groningen te sluiten als de schurken worden gezien. Ook is de lezer het intuïtief snel eens met wat er wordt gesteld, aangezien de lezer met argumenten wordt overtuigd. Ook speelt de tweet in op de kernwaarden van de beoogde doelgroep: veel Nederlanders die volgens FvD straks geen verwarmde woning meer kunnen betalen. Tot slot worden de kernwaarden van de tegenstanders, de gevestigde partijen, geraakt door te stellen dat het sluiten van het gasveld een gigantisch offer is.

Bovendien wordt er in bovenstaande tweet geprimed, door eerst een emotievolle opmerking te maken ('Een verwarmde woning dreigt voor veel Nederlanders onbetaalbaar te worden'), hier op door te gaan door te stellen dat dit niet had hoeven gebeuren en daarna het standpunt van de partij duidelijk te maken.

## Tweet 20 FvD



**Forum voor Democratie** @fvdemocratie · Feb 22, 2020

CETA is tegen het Nederlandse belang. EU-verdragen hebben niet ons belang als uitgangspunt. Dit verdrag is slecht voor **landbouw** en MKB. En multinationals kunnen nu via speciale rechtbanken schadeclaims tegen Nederland indienen. De Eerste Kamer moet **#CETA** tegenhouden! **#FVD**



22

199

556



In de tweet van 22 februari 2020 wordt gesteld dat het Nederlandse belang dat niet wordt behartigd een probleem is. Oorzaak hiervoor is het CETA verdrag. Het morele oordeel dat hierover in de tweet wordt geveld, is dat EU-verdragen niet het Nederlands belang als uitgangspunt hebben. De oplossing om het Nederlands belang te blijven behartigen, is dan ook dat de Eerste Kamer het CETA verdrag moet tegenhouden. Hieruit blijkt dat de framingskenmerken van Entman (1993) terugkomen in de tweet.

Te herkennen framingsdevices zijn lexicale keuzes als het gebruik van korte zinnen en het gebruik van woorden met een negatieve connotatie ('tegen Nederlands belang', 'slecht', 'schadeclaims tegen Nederland', 'tegenhouden'), argumenten als dat CETA slecht is voor landbouw en MKB, en het benoemen van waarden zoals het Nederlandse belang. Ook kunnen *reasoning devices* worden herkend: de lezer kan uit de boodschap opmaken dat het CETA verdrag door de Tweede Kamer is aangenomen, waardoor alleen de Eerste Kamer dit nog kan goedkeuren of verwerpen.

Impliciet worden de leden van de Tweede Kamer die voor CETA hebben gestemd in deze tweet als *bad guy* benoemd, en de lezer zal het intuïtief eens zijn met FvD dat CETA gestopt moet worden, wanneer de lezer leest dat anders het Nederlands belang in het geding komt. Bovendien sluit de tweet daardoor aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, aangezien deze doelgroep het Nederlands belang voorop heeft staan. Zo raakt het ook de kernwaarden van de tegenstanders, de voorstanders van CETA, door te stellen dat zij niet aan het Nederlands belang denken. Vier van de vijf framingskenmerken van de Bruijn (2014) worden zo met deze tweet bevestigd.

Tot slot wordt er gebruik gemaakt van de P van *policy* en *principles* van het 3P-model. De boodschap wordt namelijk toegelicht met feiten en er wordt gerefereerd naar onderliggende waarden als het Nederlands belang.

## Tweet 21 FvD



Forum voor Democratie [@fvdemocratie](#) · Feb 17, 2021

🐮 Dit is Nynke Koopmans. Nynke en haar gezin runnen een melkveehouderij in Fryslân. Dat betekent: steeds meer regels, steeds minder ruimte.

Daarom is Nynke kandidaat voor [#FVD](#). Want wij willen dat onze **landbouw** een toekomst heeft. Boer zijn moet weer leuk en lonend worden!



🗨️ 25

🔄 138

❤️ 515



Het probleem dat in bovenstaande tweet wordt gesteld, is de landbouw in Nederland geen toekomst heeft. De oorzaak hiervan is dat boeren steeds meer regels krijgen opgelegd, en tegelijkertijd steeds minder ruimte. Het morele oordeel dat wordt gegeven, is dat boer zijn leuk en lonend werk moet zijn. De oplossing om landbouw weer een toekomst te geven, wordt niet expliciet vermeld, maar kan worden opgemaakt uit *reasoning devices*: er moeten minder regels komen in de landbouw en boeren moet meer ruimte worden gegeven. Dit kan worden behaald door op FvD-kandidaten als Nynke Koopmans te stemmen.

De *framing devices* die in deze tweet terugkomen, zijn de keuze voor de bron: boerin Nynke om een beeld te geven van het boerenleven; het argument dat landbouw zonder FvD geen toekomst heeft; en de slagzin 'Boer zijn moet weer leuk en lonend worden!'. De framing- en *reasoning devices* samen dragen bij aan de grondgedachte van de tweet: door op FvD te stemmen heeft de Nederlandse landbouw weer toekomst.

Dit komt overeen met de framingskenmerken van De Bruijn (2014): door bovengenoemde slagzin blijft de boodschap gemakkelijk bij de lezer hangen en is de lezer het intuïtief met deze slagzin eens. Ook sluit de tweet aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, namelijk de kernwaarden van Nederlanders die trots zijn op de Nederlandse landbouw.

Bovendien wordt in bovenstaande tweet geprimed, door eerst een herkenbare situatie te schetsen van 'een gewone boerin in Friesland' en daarna kritiek te leveren op het beleid dat ervoor heeft gezorgd dat het werk van deze boerin minder leuk is geworden. Tot slot overtuigt de tweet dat stemmen op FvD ervoor zorgt dat het werk van boeren zoals Nynke weer leuker wordt en de Nederlandse landbouw weer toekomst heeft.



## Tweet 22 FvD



Forum voor Democratie  @fvdemocratie · Nov 14, 2019

...

Ons land staat stil! De draconische maatregelen van dit kabinet treffen verkeer, bouw en **landbouw**. Terwijl de hele 'stikstofcrisis' een puur boekhoudkundig probleem is. We kunnen en moeten nu de Duitse stikstofregels invoeren om onze banen te beschermen! [FVD.nl/ja](https://www.fvd.nl/ja)

De framingskenmerken van Entman (1993) zijn duidelijk te herkennen in de tweet van FvD van 14 november 2019: dat Nederland qua verkeer, bouw en landbouw stil staat en banen worden bedreigd is het probleem, de oorzaak hiervan zijn de maatregelen van het kabinet, het morele oordeel hierover is dat deze maatregelen onnodig zijn aangezien de stikstofcrisis een boekhoudkundig probleem zou zijn, en de oplossing hiervoor zou het invoeren van Duitse stikstofregels zijn.

De *framing devices* zijn lexicale keuzen als het gebruik van bijvoeglijk naamwoorden ('draconische', 'puur boekhoudkundig', 'Duitse'), een sarcastische ondertoon ('stikstofcrisis') en het gebruik van 'ons/onze'. Ook het argument dat de crisis een boekhoudkundig probleem is, en de waarde dat Nederlandse banen beschermd moeten worden, zijn *framing devices*. Dat Nederlandse banen verloren dreigen te gaan, is een *reasoning device* die de lezer kan opmaken uit de tweet, evenals dat het kabinet de stikstofcrisis gebruikt om maatregelen in te voeren.

Het kabinet wordt als schurk benoemd, door haar draconische maatregelen die ervoor hebben gezorgd dat Nederland stil staat en Nederlanders hun banen dreigen te verliezen. Zo sluit de tweet aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, namelijk deze Nederlanders, en raakt het de kernwaarden van het kabinet door te stellen dat zij de Nederlanders niet beschermen.

Tot slot is er sprake van *priming* in deze tweet, door te beginnen met de emotievolle stelling 'Ons land staat stil!', dit uit te leggen en kritiek op het kabinet te leveren, en daarna een oplossing te bieden. Ook wordt het 3P-model gebruikt, door steun te winnen voor de boodschap met behulp van argumenten en te refereren naar onderliggende waarden als het beschermen van de Nederlandse banen, verkeer, bouw en landbouw.

## Bijlage 3b: Analyse tweets FvD in tabel

	Framingskenmerken Entman (1993)	Framing devices	Reasoning devices	Framingskenmerken De Bruijn (2014)	3P-model	Priming
<b>Tweet 1</b>	Probleem, oorzaak, moreel oordeel, oplossing	Afbeelding, metafoor, slagzin Lexicale keuzes: opsomming	FvD is een partij voor de boeren is, de andere partijen werken de boeren tegen	Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy</i>	Nee
<b>Tweet 2</b>	Probleem, morele oordeel, oplossing	Argumenten Lexicale keuzes: overtreffende trap, bijvoeglijke naamwoorden	Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Nederlander	<i>Bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 3</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel	Argumenten Lexicale keuzes: bijvoeglijke naamwoorden, opsomming	FvD is een partij voor de boeren is, de andere partijen werken de boeren tegen	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 4</b>	-	Argumenten	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	-	<i>Policy</i>	Ja
<b>Tweet 5</b>	Probleem, morele oordeel, oplossing	Metafoor, argumenten Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy</i>	Nee
<b>Tweet 6</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel	Stereotype, argumenten Lexicale keuzes: verkleinwoorden	Het huidige beleid werkt niet	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , raken kernwaarden tegenstander	Nee	Ja
<b>Tweet 7</b>		Afbeelding				Nee

	Probleem, morele oordeel	Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie, woorden met een positieve connotatie, betrekken lezer	Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Nederlander	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy, principles, personality</i>	
<b>Tweet 8</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Selectie bronnen, argumenten Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie, gebruik van hoofdletters	Het huidige beleid werkt niet	<i>Bad guy</i> , raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 9</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel	Argumenten Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie, opsomming, sarcastische ondertoon	Het huidige beleid werkt niet	Raken kernwaarden tegenstander	<i>Principles</i>	Nee
<b>Tweet 10</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Argumenten Lexicale keuzes: betrekken lezer	Het huidige beleid werkt niet	Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 11</b>	Oorzaak, oplossing	Metafoor, argumenten Lexicale keuzes: sarcastische ondertoon	Het huidige beleid werkt niet	Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 12</b>	Probleem, morele oordeel, oplossing	Afbeelding, selectie bronnen, argumenten Lexicale keuzes: woorden met	Het huidige beleid werkt niet	Intuïtief eens zijn	Nee	Nee

		een negatieve connotatie				
<b>Tweet 13</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Metafoor, dramatische personages, argumenten	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	<i>Bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
		Lexicale keuzes: woorden met negatieve connotatie, bijvoeglijke naamwoorden				
<b>Tweet 14</b>	Probleem, oorzaak, oplossing	Argumenten, slagzin	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	Blijft makkelijk hangen, <i>bad guy</i> , raken kernwaarden tegenstander	Nee	Ja
		Lexicale keuzes: woorden met negatieve connotatie				
<b>Tweet 15</b>	Probleem, oorzaak, oplossing	Argumenten	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	<i>Bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy, principles</i>	Nee
		Lexicale keuzes: bijvoeglijke naamwoorden, sarcastische ondertoon				
<b>Tweet 16</b>	Probleem, morele oordeel	Waarden	Het huidige beleid werkt niet	<i>Bad guy</i> , raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
		Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie, gebruik van hoofdletters, betrekken lezer				
<b>Tweet 17</b>	Probleem, morele oordeel	Argumenten, selectie bronnen	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i>	Nee	Nee
		Lexicale keuzes: sarcastische ondertoon				
<b>Tweet 18</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel	Afbeelding, argumenten	Het huidige beleid werkt niet	<i>Bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
		Lexicale keuzes: sarcastische ondertoon				
<b>Tweet 19</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Argumenten, selectie bronnen	Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Nederlander	Intuïtief eens zijn, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Ja
		Lexicale keuzes: bijvoeglijke naamwoorden, gebruik van				

		hoofdletters, sarcastische ondertoon				
<b>Tweet 20</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Argumenten, waarden Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie	Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Nederlander	Intuïtief eens zijn, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy, principles</i>	Nee
<b>Tweet 21</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel	Selectie bronnen, argumenten, slagzin	Het huidige beleid werkt niet	Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Ja
<b>Tweet 22</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Argumenten Lexicale keuzes: bijvoeglijke naamwoorden, sarcastische ondertoon, betrekken lezer	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	<i>Bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Ja
<b>Totaal</b>	<b>Probleem: 20/22</b> <b>Oorzaak: 15/22</b> <b>Morele oordeel:</b> <b>18/22</b> <b>Oplossing: 12/22</b>	<b>Argumenten:</b> <b>18/22</b> <b>Selectie</b> <b>bronnen: 5/22</b> <b>Metafoor: 4/22</b> <b>Slagzin: 3/22</b> <b>Waarden: 2/22</b> <b>Afbeelding:</b> <b>3/22</b> <b>Stereotype:</b> <b>1/22</b> <b>Dramatische</b> <b>personages:</b> <b>1/22</b> <b>Lexicale keuzes</b> <b>(20/22):</b> <b>Woorden met</b> <b>positieve/</b> <b>negatieve</b> <b>connotatie:</b> <b>10/22</b> <b>Sarcastische</b> <b>ondertoon:</b> <b>7/22</b> <b>Bijvoeglijke</b> <b>naamwoorden:</b> <b>6/22</b>	<b>Het huidige</b> <b>beleid werkt</b> <b>niet: 9/22</b> <b>Het kabinet</b> <b>misleidt de</b> <b>burger met</b> <b>foute</b> <b>informatie:</b> <b>7/22</b> <b>Het huidige</b> <b>kabinet geeft</b> <b>niet om de</b> <b>hardwerkende</b> <b>Nederlander:</b> <b>4/22</b> <b>FvD is een</b> <b>partij voor de</b> <b>boeren is, de</b> <b>andere</b> <b>partijen</b> <b>werken de</b> <b>boeren tegen:</b> <b>2/22</b>	<b>Blijft makkelijk</b> <b>hangen: 6/22</b> <b>Intuïtief eens zijn:</b> <b>12/22</b> <b>Bad guy: 16/22</b> <b>Aansluiten</b> <b>kernwaarden</b> <b>doelgroep: 14/22</b> <b>Raken kernwaarden</b> <b>tegenstander: 19/22</b>	<b>7/22</b> <b>Policy:</b> <b>6/22</b> <b>Principles</b> <b>: 4/22</b> <b>Personaliti:</b> <b>1/22</b>	<b>6/22</b>

		<b>Lezer betrekken: 4/22 Opsomming: 3/22 Gebruik hoofdletters: 3/22 Overtreffende trap/verklein- woorden: 2/22</b>				
--	--	--	--	--	--	--

## Bijlage 4a: Analyse tweets VOX

### Tweet 1 VOX



[Vertaling JA]: *De Spaanse Agenda<sup>6</sup> zal als prioriteit het verdedigen van de werkers in de landbouw, het behoud van het milieu, en onze nationale producten hebben. #KiesDeSpaanseAgenda*

Vertaling tekst afbeelding: *Een agenda voor hem.*

In deze tweet van VOX stelt de partij als probleem dat werkers in de landbouw niet worden beschermd, dat het slecht gaat met het milieu en dat nationale producten het zwaar te voorduren hebben. De oorzaak hiervan en het morele oordeel erover worden niet concreet genoemd, maar zijn gekoppeld aan de *reasoning devices*. Als oplossing voor het probleem wordt verdediging door VOX voorgesteld. De frames die in deze tweet zichtbaar zijn, zijn de afbeelding die het bericht benadrukt door een personage te schetsen: 'hem', de boer voor wie VOX opkomt. Ook de opsomming ('werkers in de landbouw, behoud van het milieu, en onze nationale producten') is een *framing device*. De *reasoning devices*, die niet letterlijk in een tekst voor hoeven te komen, maar wel in verband staan met het frame, zijn in dit geval de oorzaak en het morele oordeel over het probleem: de oorzaak zouden andere politieke partijen en hun beleid kunnen zijn, aangezien VOX concurreert met andere partijen over het te voeren beleid. Het morele oordeel hierover zou dan een negatief oordeel zijn, wat aangeeft dan hun eigen beleid en visie op de kwestie beter is dan dat van de andere partijen.

Het 3P-model van De Bruijn (2019) is ook te gebruiken bij de analyse van deze tweet: er wordt gesteld dat VOX beleid (*policy*) zal voeren dat opkomt voor de mensen in de



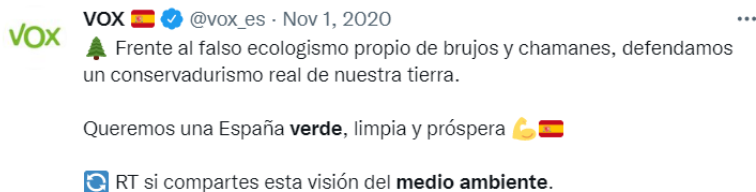
Figuur 4 Voorbeeld 1

<sup>6</sup> De Spaanse Agenda refereert hier naar het programma met doelstellingen van VOX dat opgesteld is in 2021.

landbouw. Onderliggende waarden (*principles*) worden ook genoemd, door te stellen dat werkers in de landbouw, het milieu en nationale producten onder het huidige beleid niet worden gewaardeerd.

Volgens De Bruijn (2014) voldoet een frame aan verschillende voorwaarden, zoals dat de boodschap makkelijk bij de ontvanger blijft hangen. In de tweet wordt de hashtag *#EligeAgendaEspaña* gebruikt, wat *#KiesDeSpaanseAgenda* betekent. Deze hashtag wordt in meerdere tweets gebruikt, evenals op de website van VOX. De hashtag wordt gebruikt bij de verkondiging van verschillende doelstellingen uit het programma van VOX 2021, zoals in het voorbeeld in figuur 4 te zien is. De vertaling luidt hier: *De Spaanse agenda heeft als prioriteit om onze ouderen een echt alternatief te bieden dat hen fatsoenlijke pensioenen garandeert en dat de vruchten van hun inspanningen altijd worden beloond. #KiesDeSpaanseAgenda*. De vertaling van de tekst in de afbeelding luidt: *Een agenda voor hun*. Zo zijn er ook tweets in dit format te vinden over de bescherming van ‘onze economie’, ‘onze vrouwen wanneer zij besluiten moeder te worden’, ‘onze welvaart’ etc. Omdat dit format vaker terugkomt met dezelfde hashtag, blijft het bij de ontvanger hangen. Een andere voorwaarde van De Bruijn is dat de luisteraar het intuïtief eens is met het gestelde frame. In het geval van deze tweet is het frame deels impliciet, omdat er niet letterlijk staat wat VOX stelt. Het frame kan opgemaakt worden uit wat er wel gesteld wordt, namelijk dat VOX vindt dat het beleid op dit moment niet voldoet aan VOX haar waarden: de boeren beschermen, het milieu behouden en de nationale producten beschermen. Dat deze drie beschermt moeten worden, daar zal bijna elke ontvanger het meteen mee eens zijn. De schurk die in het frame wordt genoemd, een andere voorwaarde van De Bruijn, is ook impliciet: er wordt geen schurk genoemd, maar er kan worden gesteld dat VOX het beleid van de andere partijen als negatief ziet. Tot slot sluit de boodschap aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, de gemiddelde Spanjaard, en raakt het de kernwaarden van de tegenstander: de concurrerende partijen van VOX.

## Tweet 2 VOX



[Vertaling JA]: *Tegen het valse milieubewustzijn van heksen en sjamanen, verdedigen wij een echt conservatisme van ons land.*

*We willen een groen, schoon en welvarend Spanje.*

*RT [Retweet] als je deze visie over het milieu deelt.*

In deze tweet van VOX stelt de partij dat er een probleem is: het valse milieubewustzijn dat er heerst. De oorzaak hiervan zijn heksen en sjamanen. Het morele oordeel hierover staat niet direct in de tweet, maar de oplossing zou de verdediging van het conservatisme door VOX zijn. Deze voorwaarden van framing van Entman (1993), zijn gekoppeld aan de *reasoning devices*: het morele oordeel dat uit de tweet kan worden gehaald, is dat het huidige bewustzijn over het milieu niet klopt en dat Spanjaarden om de tuin worden geleid door de Spaanse regering. De ‘heksen en sjamanen’ die worden genoemd, zijn dan ook metaforen voor de Spaanse milieubewuste regering en het beleid dat zij hiervoor opstellen. Metaforen zijn *framing devices*: door niet degenen die VOX bedoelt bij de



naam te noemen maar hun heksen en sjamanen te noemen, wordt er een negatieve connotatie opgewekt bij de lezer over deze bestuurders. Heksen en sjamanen zouden toveren/goochelen en de waarheid verdoezelen: VOX impliceert dat de huidige regering ook waarheid verdoezelt over het milieu. Een ander *framing device* dat in deze tweet te herkennen is, is het gebruiken van *'nuestra tierra'*, oftewel 'ons land' (letterlijk: 'onze aarde/grond') en de oproep om deze tweet te delen (te 'retweeten') als de lezer de visie van VOX deelt. Door de lezer aan te spreken en te betrekken, zoals in deze tweet wordt gedaan, zal de lezer het sneller eens zijn met wat er wordt gesteld. De framing- en *reasoning devices* in deze tweet kunnen samen in verband worden gebracht met scepticisme over milieubeleid, wat deel uitmaakt van de gedeelde cultuur omtrent milieubewustzijn.

Lakoff (2013) stelt dat sociaal beleid vaak wordt gemaakt op basis van metaforen. In het geval van bovengenoemde metafoer, kan worden gesteld dat VOX van mening is dat de gevolgen van het milieubeleid passen bij de sociale situatie; die van 'heksen en sjamanen' die toveren met de waarheid over het milieu.

In de tweet is geen sprake van *priming*, aangezien de tweet niet begint met een positieve boodschap, maar juist meteen stelt dat er een probleem is wat de schuld is van andere partijen. Wanneer de tweet zou zijn begonnen met "We willen een groen, schoon en welvarend Spanje." zou de kritische boodschap volgens De Bruijn (2019) sneller worden geaccepteerd, door eerst de kernwaarden van de partij te delen, en daarna pas de kritiek op de andere partijen.

Van de kenmerken van framing van De Bruijn (2014) zijn er in deze tweet ook enkele te herkennen: de *bad guy* wordt benoemd, oftewel de 'heksen en sjamanen' die voor het huidige beleid verantwoordelijk zijn. Ook sluit de tweet aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep: de kiezers van VOX die ook van mening zijn dat het huidige milieubeleid niet deugt. Tot slot raakt hetgeen wat VOX in de tweet stelt ook de kernwaarden van de tegenstander; degenen die verantwoordelijk zijn voor het milieubeleid worden in het defensief gedreven.

### Tweet 3 VOX



[Vertaling JA]: VOX verwerpt overdreven en ongegrond alarmisme over de #Klimaatonzin van de globalistische elites die onze visserij, veeteelt en industriële sectoren demoniseren.

Wij zijn op de #KlimaatTop #COP25<sup>7</sup> om ja te zeggen tegen een verstandig gesprek over het milieu.

In de tweet van 2 december 2019 stelt VOX dat overdreven en ongegrond alarmisme over het klimaat een probleem is, dat is veroorzaakt door globalistische elites. Het morele oordeel hierover is dat deze elites de Spaanse visserij, veeteelt en industriële sectoren demoniseren. De oplossing volgens VOX is een verstandig gesprek over het milieu voeren op de KlimaatTop. De *framing devices* die worden gebruikt in deze tweet zijn het gebruik van het dramatische personage 'globalistische elite', lexicale keuzes als het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden ('overdreven', 'ongegrond', 'globalistische'), het gebruik van *nuestros* (in 'onze sectoren'), en termen met negatieve connotatie als 'alarmisme' en 'demoniseren'. Ook het benoemen van een aanval op de Spaanse waarden ('die onze visserij, veeteelt en industriële sectoren demoniseren') is een *framing device*. De *reasoning devices* die hierbij horen zijn dat de elite het de gewone Spaanse burger moeilijk maakt met overdrijven over klimaatproblemen. Deze staan in verband met de gedeelde cultuur en waarden van de Spaanse burger over de trots op de Spaanse visserij, veeteelt en industriële sectoren waar een heleboel Spanjaarden hard werken.

Er is sprake van het 3P-model in deze tweet, waarin wordt gesteld dat individuele politici van VOX zich hard maken voor de hard werkende Spanjaarden in de visserij, veeteelt en industrie van Spanje. De P van *principles* wordt hier gebruikt om de onderliggende waarden van VOX duidelijk te maken waarvoor zij zich sterk maken op de KlimaatTop.

Framingskenmerken van De Bruijn (2014) die in de tweet terug te zien zijn, zijn de hashtag #CameloClimático ('#KlimaatOnzin') welke makkelijk blijft hangen bij de lezer, de schurk die wordt genoemd ('globalistische elites') en de kernwaarden van de tegenstander die worden geraakt door hun standpunten 'overdreven en ongegrond alarmisme' te noemen.

#### Tweet 4 VOX



<sup>7</sup> UN Climate Change Conference COP 25 (2 – 13 December 2019)

[Vertaling JA]: *VOX vergeet de fundamentele rol van de wereld van de landbouw voor onze economie en voor het behoud van ons milieu niet.*

Het probleem dat in deze tweet van 11 mei 2018 wordt geschetst, is dat de fundamentele rol van de landbouw in Spanje wordt vergeten. De oorzaak hiervoor wordt niet genoemd, en de oplossing ook niet. Het morele oordeel dat uit de tweet kan worden gehaald is dat er niet genoeg waarde wordt gehecht aan de rol die de landbouw heeft voor Spanje.

De *framing devices* die in deze tweet zijn te herkennen, zijn de lexicale keuze voor een opsomming ('voor onze economie en voor het behoud van ons milieu') en het gebruik van *nuestra/nuestro* (in 'onze economie' en 'ons milieu') om de lezer te betrekken. De *framing devices* zijn gericht op onderliggende Spaanse waarden; het trots zijn op de boeren in de landbouw. Een *reasoning device* dat hierbij hoort is de oorzaak van het probleem: de gevestigde partijen die de fundamentele rol van de landbouw niet erkennen en beleid hebben gemaakt dat niet gunstig is voor de landbouw. De oplossing van het probleem is een andere *reasoning device*: de fundamentele rol van de landbouw erkennen door beleid hierop aan te passen. De devices hangen samen met de cultuur waarin dezelfde normen en waarden gelden.

De framingkenmerken van De Bruijn (2014) die zijn te herkennen in deze tweet, zijn dat het aansluit bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, voornamelijk door 'onze' en 'ons' te benoemen, en raakt het de kernwaarden van de tegenstander door te suggereren dat de oppositie de fundamentele rol van de landbouw niet erkent. De tweet speelt daarom in op de macrostructuur (Van Gorp, 2006), door het benoemen van gedeelde, culturele waarden.

#### Tweet 5 VOX



[Vertaling JA]: *Milieugoeroes die alleen op cement trappen, willen de mensen op het platteland voorschrijven hoe zij voor het milieu moeten zorgen.*

*Laureano laat ons zien wat echt milieubewust zijn is.*

Je kunt de volledige aflevering hier terugkijken: [link]

#LaEspañaSilenciada<sup>8</sup>

In deze tweet zijn verschillende *framing devices* te herkennen: zo worden er metaforen gebruikt ('milieugoeroes', 'op cement trappen'), wordt een boer van het Spaanse platteland als bron gebruikt, en wordt het argument gebruikt dat degenen die zelf niks met het platteland te maken hebben, de boeren voorschrijven hoe zij hun werk moeten doen. Er zijn bovendien ook *reasoning devices* te vinden: de 'milieugoeroes die alleen op cement trappen' waar VOX het over heeft, zouden de beleidsmakers uit de grote steden zijn, die kijken naar cijfers en onderzoeken over het klimaat, maar die niet weten hoe het er daadwerkelijk aan toe gaat in de landbouw. De oplossing die uit de tweet kan worden gehaald, is de boeren zelf laten zien hoe zij milieubewust hun werk uitvoeren. De devices samen tonen de gedeelde overtuiging en waarden van Spanjaarden om de framingskenmerken van Entman (1993) die uit de tweet zijn te halen zijn het probleem ('beleidsmakers die niet weten hoe het op het platteland er aan toegaat, vertellen boeren hoe zij hun werk moeten uitvoeren') en het morele oordeel hierover: deze beleidsmakers moeten luisteren naar de boeren die weten hoe ze milieubewust hun werkzaamheden moeten uitvoeren.

De beoogde doelgroep van VOX zijn degenen die het eens zijn met dat je een boer niet moet vertellen hoe hij moet boeren en hiermee worden de kernwaarden van de tegenstanders geraakt, omdat zij degenen zijn die de boeren beleren met hun gemaakte beleid voor het platteland en milieu. Bovendien wordt zo (indirect) de *bad guy* aangewezen, en is de lezer het intuïtief eens met wat er wordt gesteld.

De metaforen die worden gebruikt in de tweet, weerspiegelen het huidige beleid (Lakoff, 2013): de boeren wordt verteld hoe zij hun werk moeten doen, door beleidsmakers die dat werk zelf nooit hebben gedaan. Zo speelt de tweet, tot slot, in op de macrostructuur van gedeelde culturele ideeën (Van Gorp, 2006).

### Tweet 6 VOX



<sup>8</sup> La España Silenciada is een tv-programma geregisseerd door VOX leider Abascal, waarin hij in gesprek gaat met Spanjaarden op het platteland van Spanje, over hun zorgen. De afleveringen worden geplaatst op het Youtube-kanaal van VOX (La Gaceta, 2022).

[Vertaling JA]: *Terwijl ze met de Falcon<sup>9</sup> naar groene energie-evenementen reizen, wordt de prijs van elektriciteit voor de Spanjaarden met 45% verhoogd.*

*Ze moeten eruit worden gegooid.*

Vertaling tekst video: *[La Vanguardia<sup>10</sup>] De elektriciteitsrekening gaat weer omhoog en is 44% duurder dan een jaar geleden.*

In deze tweet van 2 juni 2021 stelt VOX dat de prijs voor energie die voor Spanjaarden omhoog gaat een probleem is. De oorzaak hiervoor wordt niet genoemd, maar het morele oordeel is duidelijk: degenen die naar groene energie-evenementen reizen zijn hypocriet want zij rijden in oude auto's. Hieraan zit het *reasoning device* gekoppeld dat oude auto's niet zuinig zijn en slecht zijn voor het milieu, en er kan worden geïmpliceerd dat degenen die naar de groene energie-evenementen gaan, de beleidsmakers zijn die over het milieu gaan. De oorzaak van de stijging van de energieprijzen is ook een *reasoning device*; namelijk dat de stijging van prijzen een gevolg is van de klimaatproblemen. De oplossing voor het probleem is, volgens deze tweet, om degenen die naar de energie-evenementen gaan, dus de beleidsmakers, te ontslaan ('eruit gooien').

Een belangrijk *framing device* dat te herkennen is in deze tweet, is de metafoor van 'met de Falcon naar groene energie-evenementen reizen' die staat voor een hypocriet persoon die doet alsof hij/zij milieubewust is door naar deze evenementen te gaan, maar tegelijkertijd onverstandige klimaatkeuzes maakt door in een Ford Falon te rijden. Een ander *framing device* is de bron die wordt gebruikt voor de gegeven cijfers, namelijk het Spaanse dagblad La Vanguardia. Het centrale denkbild van de tweet zijn de devices die samen de grondgedachte duidelijk maken: de 'gewone' Spanjaard wordt het leven duurder gemaakt omwille van het milieu, terwijl 'de elite' zich hypocriet gedraagt tegenover het milieu.

Deze elite is dan ook de schurk die wordt benoemd, en de lezer zal het intuïtief eens zijn met dat deze beleidsmakers 'eruit gegooid moeten worden'. Ook sluit de tweet wederom aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep, namelijk die van de gewone Spanjaard die meer moet gaan betalen als gevolg van het onvriendelijk omgaan met het milieu door de elite. De kernwaarden van te tegenstander worden ook geraakt door te stellen dat zij die pleiten voor meer milieubewustzijn, hypocriet zijn door in een Falcon te rijden. Het gebruik van deze metafoor door VOX, laat haar standpunt zien tegenover het huidige beleid: degenen die niet milieubewust leven worden geprezen, terwijl de gewone Spanjaard die niet veel verkeerd doet, de prijs moet betalen voor de elite.

---

<sup>9</sup> Ford Falcon is een klassieke auto, voornamelijk in bezit van verzamelaars van oldtimers.

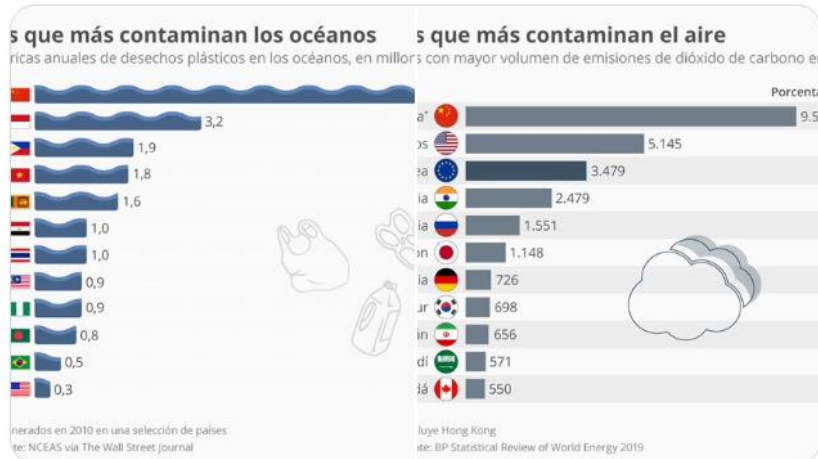
<sup>10</sup> Spaans dagblad

## Tweet 7 VOX

**VOX**   @vox\_es · Apr 5

Si de verdad les preocupara el **clima**, exigirían a los países asiáticos que reduzcan las emisiones y que dejen de echar basura al mar.

Pero la "catástrofe climática" es solo una excusa de las élites para cerrar fábricas en Europa y producir más barato en Asia.



[Vertaling JA]: Als zij zich écht zorgen zouden maken om het klimaat, zouden zij van de Aziatische landen eisen dat zij emissies verminderen en dat zij stoppen met het lozen van afval in de zee.

Maar de 'klimaat ramp' is slechts een excuus voor de elites om fabrieken in Europe te sluiten en goedkoper te produceren in Azië.

[Vertaling JA] titel en ondertitel afbeelding: De landen die de oceanen het meest vervuilen. Jaarlijkse metrische tonnen plastic afval in de oceanen, in miljoenen\*

[Vertaling JA] titel en ondertitel afbeelding: De landen die de lucht het meest vervuilen. Landen/regio's met het grootste volume van emissies koolstofdioxide in 2018 (miljoenen tonnen).

In deze tweet worden verschillende *framing devices* gebruikt: afbeeldingen die met cijfers het argument van VOX duidelijk maken, de bron van de afbeeldingen die betrouwbaarheid uitstraalt, en de lexicaal keuze voor een sarcastische ondertoon ('als zij zich écht zorgen zouden maken'). Deze *framing devices* dragen samen bij aan het centrale denkbeeld van VOX: de maatregelen die in Spanje worden opgelegd om het klimaat te beschermen, vallen in het niets bij het verschil dat gemaakt zou kunnen worden als Aziatische landen milieubewuster zouden zijn. Het beleid dat de Spanjaarden wordt opgelegd, zorgt niet voor een beter milieu en heeft alleen als reden om de elites rijker te maken. Het probleem dat wordt gesteld is dat voornamelijk Aziatische landen de wereld vervuilen, de oorzaak hiervoor is dat de elite niet van Aziatische landen eist dat zij milieuvriendelijker produceren, het morele oordeel dat hierover wordt gesteld is dat de elite dit niet doet voor hun eigen gewin en dat de elite zich niet druk maakt om klimaatproblemen, en de oplossing voor het probleem is gekoppeld aan *reasoning devices*: wanneer wordt geëist dat Aziatische landen milieuvriendelijker produceren, kan Spanje haar fabrieken houden.

Intuïtief is de lezer het eens met wat er wordt gesteld in deze tweet, doordat de grafieken die worden getoond in de afbeeldingen en de argumenten die hierbij worden gegeven, een logische

redenering geven. In deze argumentatie wordt ook een *bad guy* afgeschilderd: de elite. De kernwaarden van de tegenstander worden ook geraakt door te stellen dat zij het klimaatbeleid hebben opgesteld om meer geld te verdienen, in plaats van als doel te hebben om milieuproblemen te verminderen.

Door het gebruik van cijfers om het standpunt van VOX te verduidelijken, kan worden gesteld dat er gebruik wordt gemaakt van de p van *policy* uit het 3P-model. Hiermee kan steun worden gewonnen voor de boodschap die VOX wil overbrengen (De Bruijn, 2019).

### Tweet 8 VOX



[Vertaling JA]: VOX met het echte Spanje in de grote demonstratie van Alma Rural <sup>11</sup>.

@Jorgebuxade [woordvoerder VOX] "Er kan geen groen Spanje bestaan in rode getallen. De agricultuur, veeteelt, visserij, ambachten en jacht zijn strategische sectoren voor onze Natie".

### #VoxMetHetPlatteland

In deze tweet van VOX worden *framing devices* gebruikt als de metafoor 'een groen Spanje in rode getallen', lexicale keuzes als het gebruik van nuestra ('onze'), en het benoemen van de onderliggende Spaanse waarde dat de verschillende sectoren strategisch zijn voor het land. De gebruikte metafoor komt terug in het beleid: wanneer de benoemde sectoren hun werk niet op gewenste manier kunnen uitvoeren door het beleid, ontstaan rode cijfers, oftewel minder geld, door de verliezen die worden gemaakt. Zonder dit geld kan er ook niet worden geïnvesteerd in het 'groene Spanje'. Dit is tegelijkertijd een *reasoning device*: uit de metafoor kan de causale conclusie worden getrokken (Van Gorp, 2010) dat het huidige beleid zorgt voor economische verliezen en daardoor voor het minder kunnen investeren in klimaat.

<sup>11</sup> Alma Rural [Landelijke Ziel] is een Spaanse onafhankelijke vereniging van de landelijke wereld, die acties en demonstraties organiseert ter verdediging de landelijke sector.

Het probleem wat uit de tweet volgt, is dan ook dat Spanje in het rood staat. De oorzaak hiervan wordt impliciet gegeven: het strenge beleid om de strategische sectoren van Spanje als de agricultuur veeteelt, visserij, ambachten en jacht. Het morele oordeel dat kan worden gesteld is ook een *reasoning device*, namelijk dat het huidige beleid niet toereikend is. De impliciete oplossing die VOX hiervoor stelt is dat het beleid voor de genoemde sectoren moet worden versoepeld. De gedeelde overtuiging van VOX en haar doelgroep is dan ook dat deze sectoren belangrijk zijn voor Spanje en beleid verdienen waarin het deze werkers niet moeilijk wordt gemaakt om hun beroep uit te oefenen. De Bruijn (2014) zijn kernmerken in deze tweet zijn het gebruik van de metafoor, waardoor de boodschap makkelijk blijft hangen ('Er kan geen groen Spanje bestaan in rode getallen'), waar de lezer het intuïtief mee eens is. Het gebruik van 'onze Natie' zorgt er bovendien ook voor dat de lezer het sneller eens is met wat er wordt gesteld, omdat de lezer wordt betrokken. De schurk wordt in deze tweet niet expliciet benoemd, maar de lezer maakt door middel van *reasoning devices* uit de tweet op dat de makers van het huidige beleid de *bad guys* zijn. De tweet sluit aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep: de gemiddelde Spanjaard is het eens met dat de genoemde sectoren belangrijk zijn voor het land. Ook worden de kernwaarden van de tegenstander geraakt door impliciet het huidige beleid te bekritisieren.

Tot slot gebruikt de tweet ook het 3P-model, en dan met name de p van *principles*. De geciteerde woordvoerder gaat in op 'onze Natie' en de wat voor Spanje belangrijk is: de gemiddelde Spanjaard zal het hier mee eens zijn. *Policy* komt ook terug in de tweet, door het huidige beleid te bekritisieren met het benoemen van 'rode getallen'.

#### Tweet 9 VOX



[Vertaling JA]: @Santi\_ABASCAL "Spanje kan verder gaan naar energiesoevereiniteit, ze heeft gigantische mogelijkheden in haar natuurlijke omgeving, maar klimaatwetten moeten worden ingetrokken".



“Wanneer in mei de klimaatwet wordt goedgekeurd, wordt de prijs van megawattuur vermenigvuldigd met tien”.

In bovenstaande tweet van 22 maart 2022, licht partijleider Abascal van VOX toe hoe er in mei een probleem zal ontstaan wanneer de klimaatwet wordt goedgekeurd, namelijk dat de prijs van megawattuur wordt vermenigvuldigd met tien. Dit kenmerk van framing van Entman (1993) wordt aangevuld met de oorzaak hiervoor, namelijk de huidige klimaatwetten. Het morele oordeel dat de partijleider hierover velt, is dat Spanje zonder deze wetten gigantische mogelijkheden heeft. De oplossing is dan volgens Abascal ook om ervoor te zorgen dat de klimaatwet niet wordt goedgekeurd. De *reasoning devices* die in de tweet terugkomen, zijn dat Spanje welvarender kan worden zonder de klimaatwetten en dat de gevestigde partijen vóór de klimaatwet stemmen. De expliciete *framing devices* in deze tweet zijn het gebruik van argumenten (‘het hebben van gigantische mogelijkheden’, ‘de prijs van megawattuur wordt vermenigvuldigd met tien’, het gebruik van woorden met een positieve connotatie (‘energiesoevereiniteit’, gigantische mogelijkheden’) en het geven van een tegenstelling (zonder de klimaatwet heeft Spanje gigantische mogelijkheden, met de klimaatwet wordt het leven een stuk duurder). De gedeelde overtuiging uit de devices is dan ook dat de klimaatwet niet goedgekeurd mag worden.

De tegenstanders van VOX zijn in dit geval de partijen die voor de klimaatwet stemmen. Door argumenten te geven waarom de klimaatwet niet aangenomen moet worden, raakt VOX de kernwaarden van haar tegenstanders. Bovendien worden deze partijen als de impliciete *bad guy* gepositioneerd. Door de voordelen van het niet aannemen van de klimaatwet te geven, en de nadelen van het wel aannemen, is de lezer het intuïtief eens met VOX dat de klimaatwet niet aangenomen moet worden. Bovendien bevestigt het daarmee ook een ander framingskenmerk van De Bruijn (2014), namelijk dat de tweet aansluit bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep.

In deze tweet wordt ook geprimed, doordat Abascal zijn verhaal begint met de ‘gigantische mogelijkheden’ die Spanje heeft. Door deze positieve insteek, wordt de uiteindelijke boodschap beter ontvangen en wordt Abascal minder snel als te kritisch weggezet (De Bruijn, 2019). Pas hierna begint hij over de risico’s van het aannemen van de klimaatwet. Zo zet hij de boodschap eerst in de grondverf met een positieve noot, waarna hij uitlegt wat er gebeurd als VOX haar standpunten niet worden opgevolgd.

## Tweet 10 VOX



[Vertaling JA]: Artikel van @Jorgebuxcade [woordvoerder VOX] in @Gaceta\_es<sup>12</sup> ↓

*“De Europese Greendeal is de oorzaak van de hyperinflatie van de energieprijzen”.*

*Wij waarschuwen er al jaren voor: het klimaatfanatisme is de ondergang en misère voor de middenklasse en arbeiders.*

Deze tweet van VOX voldoet aan drie van de vier framingskenmerken van Entman (1993): er wordt een probleem gesteld, namelijk de hyperinflatie van de energieprijzen; de Europese Greendeal wordt als oorzaak genoemd; en het morele oordeel dat hierover wordt geveld is dat deze Greendeal de ondergang en misère voor de middenklasse en arbeiders is. Een oplossing wordt niet gegeven, maar kan impliciet uit de tekst worden gehaald: het afschaffen van de Greendeal en andere klimaatwetten kan de middenklasse en arbeiders redden van de ondergang. Deze oplossing is een *reasoning device* welke niet letterlijk in de tweet staat, maar in verband staat met het frame. De interpretatie van de tweet zorgt voor de conclusie die de lezer trekt. Het frame wordt ook gevormd door *framing devices*. In deze tweet zijn lexicaal keuzes als woorden met een negatieve connotatie (‘wij waarschuwen’, ‘ondergang’, ‘misère’) *framing devices*, evenals het argument dat de hyperinflatie een gevolg is van het klimaatfanatisme waar VOX al jaren voor waarschuwt en wat nu is uitgekomen.

De kernwaarde van de tegenstander die in deze tweet wordt geraakt, is de waarde dat het beleid van de Europese Greendeal negatieve gevolgen heeft voor de arbeidsklasse. De impliciete schurk die wordt genoemd, zijn de Europese leiders die tot de Greendeal zijn gekomen. De lezer is het ook intuïtief eens met wat er door VOX gesteld wordt, wanneer zij op de hoogte zijn van het feit

<sup>12</sup> Een Spaanse digitale krant, voornamelijk gericht op economische en politieke kwesties.

dat de energieprijzen inderdaad zijn gestegen en lezen dat VOX dit jaren geleden al voorspelde. Zo sluit het ook aan bij de doelgroep van de tweet: de middenklasse die wordt geraakt door de hyperinflatie en zich zo benadeeld voelt door de beleidskeuzen van Europa.

### Tweet 11 VOX



[Vertaling JA]: @ivanedlm [Iván Espinosa de los Monteros] verdedigt de landelijke wereld tegen de rest van de woordvoerders op TVE.

*“Zij hebben erg weinig verstand van het milieu, het zijn enkele stedelingen die de mensen van het land de manier waarop zij moeten leven en werken willen opdringen”.*

#Debatea7RTVE<sup>13</sup>

De framingskenmerken van Entman (1993) waar deze tweet aan voldoet, zijn dat er een probleem wordt geschetst, en een moreel oordeel wordt geveld: het probleem is dat ‘zij’, de enkele stedelingen uit de andere partijen, willen de manier waarop mensen van het land moeten leven en werken opdringen, en het morele oordeel is dat ‘zij daar weinig verstand van hebben’. De *reasoning devices* die hierbij horen hebben betrekking op de oorzaak van het probleem, namelijk het beleid van de gevestigde partijen die het de mensen op het land moeilijk maakt. Ook een oplossing is te halen uit de *reasoning devices*, namelijk het beleid van VOX dat zich niet opdringt aan deze mensen. Een bijbehorend framingdevice is het gebruik van de lexicale keuze voor het gebruik van woorden met een negatieve connotatie (‘verdedigt tegen’, ‘weinig verstand’, ‘opdringen’).

De gedeelde waarde die hier wordt geschetst door de woordvoerder van VOX, is dat de mensen op het land hun eigen gang moeten kunnen gaan. Dit is ook wel de gedeelde cultuur, en zo wordt een consistent geheel gevormd door het frame.

<sup>13</sup> RTVE is de publieke omroep van Spanje. De hashtag beslaat het debat op kanaal 7 van de omroep.

Ook De Bruijn zijn kenmerken zijn terug te vinden in bovenstaande tweet: de luisteraar is het intuïtief eens met het gestelde frame, namelijk dat stedelingen niet aan de mensen op het land moeten opdringen hoe zij moeten leven en werken. De schurk die wordt benoemd zijn deze enkele stedelingen, die staan voor de beleidsmakers van de gevestigde partijen en de tweet raakt de kernwaarden van de tegenstander door te stellen dat hun beleid zich opdringt.

### Tweet 12 VOX



[Vertaling JA]: @monasterioR [Rocio Monasterio] "Wij zijn conservatieven van het milieu en wij willen diegenen bestraffen die vervuilen. In plaats van 150 miljoen spenderen aan het binnenhalen van Greta<sup>14</sup> zoals de PSOE<sup>15</sup>, zouden we dat [geld] kunnen gebruiken voor diegenen die met een dieseltractor werken".

#ÚltimaOportunidadL6<sup>16</sup> [Laatste Kans La Sexta]

Het probleem dat Monasterio van VOX hier schetst, is dat er 150 miljoen euro wordt uitgegeven aan klimaatactivisten als Greta Thunberg en het klimaatbeleid van de PSOE, terwijl dit geld ook aan iets anders kan worden besteed. De oorzaak hiervan is dan ook het beleid van gevestigde partijen als PSOE, en het morele oordeel kan worden gehaald uit een *reasoning device*: dit beleid zou niet goed zijn en het geld dat wordt gespendeerd, kan beter op andere manieren worden besteed. De oplossing volgens VOX is dan ook conservatief milieubeleid, dat inhoudt dat diegene die het milieu vervuilen bestraft moeten worden, zoals diegenen die werken met een dieseltractor. Dit zou gedaan kunnen worden door de genoemde 150 miljoen euro hieraan te besteden.

Te herkennen *framing devices* in deze tweet zijn de metafoor van 'diegenen die met een dieseltractor werken' voor milieuvvervuilers, het stereotype 'Greta' voor klimaatactivisten, het

<sup>14</sup> Greta Thunberg, Zweedse klimaatactiviste

<sup>15</sup> De PSOE is de *Partido Socialista Obrero Español*, de Spaanse Socialistische Arbeiderspartij

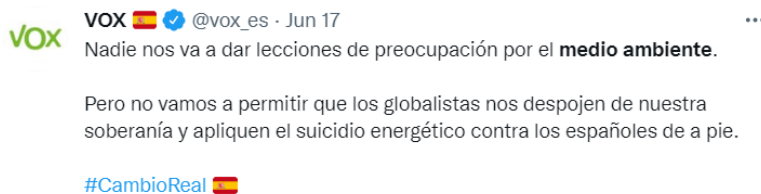
<sup>16</sup> La Sexta is een Spaanse televisiezender. Het laatste verkiezingsdebat van de nationale verkiezingen van 2019 werd de *Última Oportunidad* genoemd, oftewel 'de laatste kans'.

argument dat 150 miljoen euro verkeerd is besteed en daarbij de oplossing hoe het beter besteed zou kunnen worden, en de waarde dat ‘wij’, degenen die vinden dat diegenen die het milieu vervuilen bestraft moeten worden, conservatieven zijn.

Bovendien blijft door het gebruik van de metafoor en stereotype de boodschap van de tweet makkelijk bij de ontvanger hangen, en is de lezer het zo ook eens met het gestelde frame: het milieubeleid waarbij geld verkeerd wordt gependeed. De *bad guy* die wordt genoemd zijn de gevestigde partijen en de tweet sluit aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep: de Spanjaarden die zich identificeren als conservatief voelen zich aangesproken, maar ook degenen die eens zijn met wat er gesteld worden kunnen het zo eens zijn met conservatieve waarden. Tot slot worden de kernwaarden van de tegenstander geraakt door het beleid te bekritisieren.

Het frame wordt ook versterkt door het bedrag van 150 miljoen euro te noemen. Dit gaat uit van *policy* uit het 3P-model. Ook wordt gerefereerd aan onderliggende waarden (*principles*) door ‘wij conservatieven’ te noemen.

### Tweet 13 VOX



[Vertaling JA]: *Niemand gaat ons iets leren over zorg voor het milieu.*

*Maar we gaan niet toestaan dat de globalisten ons onze soevereiniteit ontnemen en energiezelfmoord toepassen tegen de gewone Spanjaarden.*

*#EchteVerandering*

Te herkennen *framing devices* in deze tweet zijn onder andere de metafoor ‘energiezelfmoord toepassen’ om aan te geven dat energie van de gewone Spanjaarden wordt afgepakt door de hoge prijzen hiervan. Ook het stereotype ‘de gewone Spanjaarden’ is een *framing device*, evenals de lexicale keuze voor woorden met een negatieve connotatie (‘niemand’, ‘niet toestaan’, ‘ontnemen’, ‘zelfmoord’) en het gebruik van ‘nos’ (ons), ‘vamos’ (we gaan) en ‘nuestra’ (onze).

Het probleem dat wordt gesteld door VOX in deze tweet is dat globalisten soevereiniteit ontnemen en energiezelfmoord toepassen tegen de gewone Spanjaarden. Verder zijn het morele oordeel en de oplossing hiervan op te maken uit *reasoning devices*: het morele oordeel is dat de Spanjaarden wordt opgedrongen hoe zij voor het milieu moeten zorgen, en het maar moeten accepteren dat energieprijzen duurder worden en zij geen keuzes hierin hebben. De oplossing is dit niet toestaan, met behulp van VOX die zich hiertegen verzet. Zo kan worden gesteld dat de kern van het frame is dat de gewone Spanjaard meer geld voor energie moet betalen als gevolg van globalistisch beleid. Gedeelde waarden die hierin terugkomen zijn het hebben van soevereiniteit en het niet accepteren dat de Spanjaarden wordt verteld hoe zij voor het milieu moeten zorgen.

De *bad guy* die wordt benoemd, zijn in dit geval de globalisten. De hashtag blijft makkelijk hangen bij de ontvanger, aangezien deze bij meerdere tweets wordt gebruikt. Ook is de lezer het

intuïtief eens dat zij de negatieve zaken als soevereiniteit ontnemen en energiezelfmoord toepassen niet willen. Zo sluit de tweet aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep: de gewone Spanjaard.

#### Tweet 14 VOX



[Vertaling JA]: @Ortega\_Smith [Javier Ortega Smith] vandaag in Toledo: 'Bij VOX weten we dat de veeteelt, de agricultuur, de jacht, de visserij en het stierenvechten deel van het Spaanse rijkdom zijn en vanaf 28 april<sup>17</sup> gaan we de landelijke wereld ten koste van alles verdedigen in het Congres'.

In bovenstaande tweet van 3 maart 2019, is VOX kandidaat Ortega Smith geciteerd bij de verkiezingscampagne voorafgaand aan de landelijke verkiezingen. In het citaat zijn enkele *framing devices* te herkennen: zo laten de afbeeldingen zien dat een grote groep Spanjaarden aanwezig was bij de kandidaat zijn toespraak. Net zoals opiniepeilingen sturend kunnen werken doordat de kiezer graag op een partij kiest die wint (NRC, 2016), kan een foto waarop lijkt dat VOX veel aanhangers heeft, sturend werken. Ook het benoemen van Spaanse waarden ('het Spaanse rijkdom', 'ten koste van alles verdedigen') is een *framing device*.

Er wordt niet expliciet een probleem, oorzaak en moreel oordeel vermeld, zoals Entman (1993) noemt als framingskenmerken, maar wel een oplossing: het verdedigen van het Spaanse rijkdom in het Congres na de verkiezingen. De niet expliciete kenmerken kunnen wel worden benoemd met behulp van *reasoning devices*: het probleem zou volgens VOX kunnen zijn dat de landelijke wereld het moeilijk heeft door het beleid over deze sectoren, en de oorzaak hiervan zou dan zijn dat de veeteelt, agricultuur, jacht, visserij en stierenvechten door de gevestigde partijen niet genoeg worden gewaardeerd. Het morele oordeel dat VOX hierover velt is dat deze sectoren juist

<sup>17</sup> Op 28 april 2019 werden de landelijke Spaanse verkiezingen gehouden, maar na deze verkiezingen bleek het niet mogelijk een regering te vormen. Op 10 november 2019 werden daarom nieuwe verkiezingen gehouden.

belangrijk zijn voor het land. Zo kan er worden gesteld dat de devices samen in deze tweet het frame vormen dat landelijk Spanje wordt ondergewaardeerd.

De Bruijn (2014) zijn framingskenmerken komen ook terug in bovenstaande tweet. Zo zal de gemiddelde Spanjaard het intuïtief eens zijn met de stelling dat de genoemde sectoren deel van de rijkdom van Spanje zijn en dat deze moeten worden verdedigd, en sluit dit zo aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep. Ook worden de gevestigde partijen impliciet als schurk benoemd en raakt de tweet de kernwaarden van de tegenstander door het huidige beleid te bekritisieren.

Tot slot is er sprake van *priming*, doordat de VOX kandidaat eerst beaamt hoe belangrijk de landelijke sectoren voor Spanje zijn, en daarna toevoegt dat VOX deze sectoren wil beschermen. De luisteraar wordt zo aangezet om op VOX te stemmen.

### Tweet 15 VOX



[Vertaling JA]: VOX ontmoet vertegenwoordigers van #AlianzaRural [#LandelijkeAlliantie] om meer te weten te komen over de problemen van de verschillende sectoren die het omvat (landbouw, veeteelt, jacht, visserij, stierenvechten...) en de belangrijkste eisen ervan.

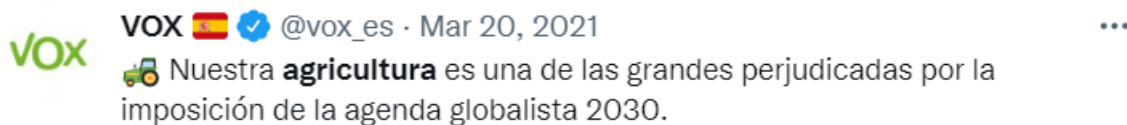
#VOXÚtil [#NuttigVOX]

In bovenstaande tweet zijn de framingskenmerken van Entman (1993) niet te herkennen: er wordt geen probleem geschetst, geen oorzaak genoemd, geen moreel oordeel geveld en er is ook geen sprake van een oplossing. Wanneer de lezer van de tweet een verband legt tussen de tekst en de individuele denkwijze, kan de lezer de boodschap interpreteren door bepaalde conclusies te trekken die overeenkomen met de *reasoning devices* (Van Gorp, 2010). In dit geval zou de lezer kunnen concluderen dat VOX meer moeite doet voor landelijk Spanje dan andere partijen. Echter wordt nog steeds niet duidelijk of er een probleem zit in de boodschap. *Framing devices* zouden argumenten of bepaalde lexicaal keuzes kunnen zijn, maar in het geval van deze tweet kunnen deze ook niet herkend worden. Slechts de afbeelding kan als *framing device* worden gebruikt. Op basis van

de kenmerken van Entman en de framing- en *reasoning devices* van Van Gorp kan worden gesteld dat in deze tweet niet wordt geframed.

Ook De Bruijn (2014) noemt een aantal kenmerken om frames te herkennen. Echter wordt in deze tweet geen schurk genoemd, wordt er ook niet iets gesteld waar de lezer het mee eens kan zijn en is er geen slagzin of metafoor gebruikt waardoor de boodschap makkelijk bij de lezer blijft hangen. Doordat de tweet ook geen betrekking heeft op kernwaarden, zijn de framingskenmerken die hierop betrekking hebben ook niet van toepassing. Er kan daardoor worden gesteld dat er in deze tweet geen sprake is van framing.

#### Tweet 16 VOX



Frente a la competencia desleal de productos extracomunitarios, protejamos a nuestros agricultores y la calidad de sus productos 🇪🇸

[Vertaling JA]: *Onze agricultuur is één van de grootste benadeelden door het opleggen van de globalistische agenda van 2030.*

*Laten we onze boeren en de kwaliteit van hun producten tegen oneerlijke concurrentie van niet-EU-producten beschermen.*

In bovenstaande tweet is te lezen hoe VOX stelt dat de Spaanse agricultuur wordt benadeeld. De oorzaak hiervan is de oplegging van de globalistische agenda van 2030 en de oplossing hiervoor is het beschermen van de boeren en de kwaliteit van hun producten. Het morele oordeel dat hierover wordt geveld is dat de concurrentie van niet-EU-producten oneerlijk is. Zo voldoet bovenstaande tweet aan de vier framingskenmerken van Entman (1993).

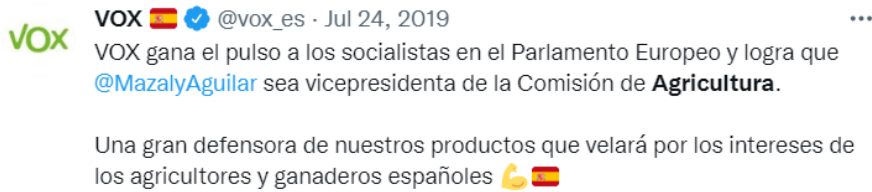
De *framing devices* die zijn te herkennen, zijn de lexicale keuzes voor het gebruik van 'nuestra' en 'nuestros' (onze) en het gebruik van bijvoeglijke naamwoorden ('las grandes perjudicadas': de grootste benadeelden, 'desleal': oneerlijke, 'extracomunitarios': niet-EU) en het argument dat de oplegging van de globalistische agenda 2030 de oorzaak is van de benadeling van de Spaanse agricultuur. De *reasoning devices* die hierbij horen, oftewel hoe de boodschap uit de tweet geïnterpreteerd kan worden (Van Gorp, 2010), kunnen zijn dat VOX stelt dat het huidige beleid van andere partijen ervoor heeft gezorgd dat de Spaanse agricultuur wordt benadeeld en dat het landbouwbeleid van VOX ervoor zorgt dat de boeren weer worden beschermd.

De Bruijn (2014) zijn framingskenmerken die in deze tweet terugkomen, zijn dat de luisteraar het intuïtief eens is met wat er wordt gesteld, namelijk dat de Spaanse boeren en de kwaliteit van hun producten beschermd moet worden. Dit sluit ook aan bij de kernwaarden van de beoogde doelgroep; de boeren en de gemiddelde Spanjaard die trots is op zijn nationale producten.

Tot slot wordt er in deze tweet geprimed, door eerst een emotievolle opmerking te maken: 'Onze agricultuur is één van de grootste benadeelden', deze op te volgen met de oorzaak hiervan, en te eindigen met hoe dit volgens VOX opgelost kan worden.



## Tweet 17 VOX



[Vertaling JA]: *VOX wint van de socialisten in het Europees Parlement en maakt @MazalyAguilar [Mazaly Aguilar] vicepresident van de Landbouwcommissie.*

*Een groot verdedigster van onze producten die zal waken over de belangen van Spaanse landbouwers en veeteeltboeren.*

In de tweet van VOX van 24 juli 2019 stelt de partij dat Mazaly Aguilar vicepresident van de Landbouwcommissie van het Europees Parlement is geworden en hoe zij de belangen van de Spaanse boeren zal verdedigen. Er wordt geen probleem, oorzaak, moreel oordeel of oplossing genoemd en de tweet voldoet daardoor niet aan de framingskenmerken van Entman (1993).

*Reasoning devices* die uit de tweet kunnen worden gehaald, zijn dat de belangen van de Spaanse landbouwers en veeteeltboeren eerder niet behartigd werden, en dat daar door Aguilar van VOX verandering in wordt gebracht. Deze *reasoning device* kan worden gekoppeld aan het morele oordeel. Een *framing device* in de tweet zou de lexicale keuze voor het gebruik van 'nuestros' (onze) kunnen zijn. Echter lijkt er door de aanwezigheid van slechts één *framing device* en één *reasoning device* geen sprake te zijn van framing.

Wanneer wordt gekeken naar de framingskenmerken van De Bruijn (2014), blijkt dat ook deze niet terugkomen in de tweet: de boodschap blijft niet makkelijk hangen door bijvoorbeeld een metafoor of slagzin, er wordt geen frame gesteld waar de lezer het intuïtief mee eens kan zijn, er wordt geen schurk benoemd, geen beoogde doelgroep of tegenstander aangesproken en zo sluit de tweet ook niet aan bij kernwaarden, en raakt deze ook geen kernwaarden. Er kan daarom worden gesteld dat in deze tweet geen sprake is van framing.

## Bijlage 4b: Analyse tweets VOX in tabel

	Framingskenmerken Entman (1993)	Framing devices	Reasoning devices	Framingskenmerken De Bruijn (2014)	3P-model	Priming
<b>Tweet 1</b>	Probleem, oplossing	Afbeelding Lexicale keuzes: opsomming, betrekken lezer	Het huidige beleid werkt niet	Blijft makkelijk hangen, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy, principles</i>	Nee
<b>Tweet 2</b>	Probleem, oorzaak, oplossing	Metafoor, oproep Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie, betrekken lezer	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	<i>Bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 3</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Dramatische personage, waarden Lexicale keuzes: bijvoeglijke naamwoorden betrekken lezer, woorden met een negatieve connotatie	De Spaanse waarden worden in gevaar gebracht	Blijft makkelijk hangen, <i>bad guy</i> , raken kernwaarden tegenstander	<i>Principles</i>	Nee
<b>Tweet 4</b>	Probleem, morele oordeel	Waarden Lexicale keuzes: opsomming, betrekken lezer	De Spaanse waarden worden in gevaar gebracht	Aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 5</b>	Oplossing	Metafoor, selectie bronnen, argumenten	Het huidige beleid werkt niet	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 6</b>	Probleem, morele oordeel, oplossing	Metafoor, selectie bronnen	Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Spanjaard	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 7</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel	Afbeelding, selectie bronnen Lexicale keuzes: sarcastische ondertoon	Het kabinet misleidt de burger met foute informatie	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy</i>	Nee
<b>Tweet 8</b>	Probleem	Metafoor, waarden	De Spaanse waarden	Blijft makkelijk hangen, <i>bad guy</i> ,	<i>Principles</i>	Nee

		Lexicale keuzes: betrekken lezer	worden in gevaar gebracht	aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander		
<b>Tweet 9</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Argumenten Lexicale keuzes: woorden met positieve connotatie	Het huidige beleid werkt niet	Intuïtief eens zijn, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Ja
<b>Tweet 10</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel	Argumenten Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie	Het huidige beleid werkt niet	Intuïtief eens zijn, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 11</b>	Probleem, morele oordeel	Argumenten Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie	Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Spanjaard	Intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , raken kernwaarden tegenstander	Nee	Nee
<b>Tweet 12</b>	Probleem, oorzaak, oplossing	Metafoor, stereotype, waarden Lexicale keuzes: betrekken lezer	Het huidige beleid werkt niet	Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	<i>Policy, principles</i>	Nee
<b>Tweet 13</b>	Probleem, oplossing	Metafoor, stereotype Lexicale keuzes: woorden met een negatieve connotatie, betrekken lezer	Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Spanjaard	Blijft makkelijk hangen, intuïtief eens zijn, <i>bad guy</i> , aansluiten kernwaarden doelgroep	Nee	Nee
<b>Tweet 14</b>	Oplossing	Afbeelding, waarden	VOX is een partij voor de boeren, de andere partijen werken de boeren tegen	Intuïtief eens zijn, aansluiten kernwaarden doelgroep, raken kernwaarden tegenstander	Nee	Ja

<b>Tweet 15</b>	-	Afbeelding	VOX is een partij voor de boeren, de andere partijen werken de boeren tegen	-	Nee	Nee
<b>Tweet 16</b>	Probleem, oorzaak, morele oordeel, oplossing	Argumenten Lexicale keuzes: betrekken lezer, bijvoeglijke naamwoorden	VOX is een partij voor de boeren, de andere partijen werken de boeren tegen	Intuïtief eens zijn, aansluiten kernwaarden doelgroep	Nee	Ja
<b>Tweet 17</b>	-	Lexicale keuzes: betrekken lezer	VOX is een partij voor de boeren, de andere partijen werken de boeren tegen	-	Nee	Nee
<b>Totaal</b>	<b>Probleem: 13/17</b> <b>Oorzaak: 7/17</b> <b>Morele oordeel: 8/17</b> <b>Oplossing: 11/17</b>	<b>Metafoor: 6/17</b> <b>Argumenten: 5/17</b> <b>Waarden: 5/17</b> <b>Afbeelding: 4/17</b> <b>Selectie bronnen: 3/17</b> <b>Stereotype: 2/17</b> <b>Dramatische personages: 1/17</b> <b>Oproep: 1/17</b>  <b>Lexicale keuzes (13/17):</b> <b>Lezer betrekken: 9/17</b> <b>Woorden met positieve/negatieve connotatie: 6/17</b> <b>Bijvoeglijke naamwoorden: 2/17</b> <b>Opsomming: 2/17</b>	<b>Het huidige beleid werkt niet: 5/17</b> <b>VOX is een partij voor de boeren, de andere partijen werken de boeren tegen: 4/17</b> <b>De Spaanse waarden worden in gevaar gebracht: 3/17</b> <b>Het huidige kabinet geeft niet om de hardwerkende Spanjaard: 3/17</b> <b>Het kabinet misleidt de burger met foute informatie: 2/17</b>	<b>Blijft makkelijk hangen: 5/17</b> <b>Intuïtief eens zijn: 10/17</b> <b>Bad guy: 9/17</b> <b>Aansluiten kernwaarden doelgroep: 12/17</b> <b>Raken kernwaarden tegenstander: 13/17</b>	<b>5/17</b> <b>Policy: 3/17</b> <b>Principles: 4/17</b> <b>Personalitiy: 0/17</b>	<b>3/17</b>

		<b>Sarcastische ondertoon: 1/17</b>				
--	--	---	--	--	--	--