

Europese integratie. Het beeld in populaire kranten en kwaliteitskranten



Universiteit Leiden

Bachelorscriptie Public Opinion in International Relations

Politicologie: IBO

Sander Metzelaar

Studentnummer: 1346601

Begeleider: Dr. M.F. Meffert

12-06-2017

Wordcount (zonder tabel/literatuur): 8.326

Introductie

“*There is no such thing as public opinion, there is only published opinion*” was een uitspraak toegeschreven aan Winston Churchill door Time Magazine¹. Het citaat doelt op het feit dat het grootste deel van de bevolking over een onderwerp geen mening heeft tot zij hierover horen in de media en hun mening als het ware geactiveerd wordt². Daarnaast impliceert het dat de media een grote invloed uitoefent op deze meningsvorming. Dit is iets dat zeker geldt voor de meningen over de Europese Unie. Omdat die ver weg lijkt te staan van het leven van de gewone burger. De meeste mensen horen over de gevolgen van het beleid van de Europese Unie via verslagen van de media en kranten. Daarnaast leren mensen over verschillende standpunten doordat politici deze innemen en deze weergegeven worden door de media. Als gevolg hiervan nemen burgers zelf ook standpunten in gebaseerd op hoe de media het debat voorstelt.³

Een dergelijk punt waar politici een standpunt over innemen is het vraagstuk van meer of minder Europese Integratie. Europese Integratie is het afstaan van bevoegdheden van de nationale overheid aan supranationale instituties, zoals de verschillende organen van de EU.⁴ Het idee hierachter is dat deze supranationale organen bepaalde problemen beter aan kunnen pakken. Onder integratie wordt in dit onderzoek verdiepende integratie verstaan, in tegenstelling tot verbredende integratie waarmee het uitbreiden van de EU met meer lidstaten wordt bedoeld. Voor Europese integratie zijn in het politieke debat voor en tegenstanders. Redenen hiervoor zijn bijvoorbeeld dat er bij de integratie bevoegdheden en macht wordt afgestaan van de nationale staat. Daarnaast kost de Europese Unie en de integratie Nederland per saldo ongeveer 2,5 miljard euro per jaar.⁵

Gezien de invloed van de media en de discussie over integratie is een vraag die kan opkomen hoe de media deze integratie belichten, als zij over de EU berichten. En of zij bijvoorbeeld vaker de voor of tegen kant van de Europese integratie belichten. Deze vraag is relevant omdat een verschil in berichtgeving de publieke opinie van lezers van verschillende media over de EU kan beïnvloeden. Uit onderzoek is gebleken dat een verschillende voorstelling van de EU, grote invloed kan hebben op de houding van mensen over de EU.⁶ Dit is in het onderzoek gedaan door de Unie ofwel als gezamenlijke project ofwel als gezamenlijk

¹ Griffith, 1984

² Powlick & Katz, 1993

³ Powlick & Katz, 1993; Baum & Potter 2008

⁴ Badie e.a., 2011

⁵ Europees Parlement, 2015

⁶ La Barbera, 2015

erfgoed voor te stellen. Waarna naar de mening van respondenten over Europese integratie werd gevraagd. De EU voorgesteld als gezamenlijk project veranderde de houding van respondenten over de Europese integratie meer naar het positieve dan de EU voorgesteld als gemeenschappelijk erfgoed. Het verschillend framen van de EU door een krant kan dus waarschijnlijk ook een belangrijke impact hebben op de politieke houding van de lezers over Europese integratie.

In dit onderzoek wordt gekeken naar twee landelijke kranten en of zij de Europese integratie verschillend voorstellen. Ten eerste een zogenaamde kwaliteitskrant, het NRC. En ten tweede een populaire krant, de Telegraaf.⁷ Deze kranten richten zich beide op een andere lezersachterban en hebben een verschillende journalistieke stijl. Daarnaast hebben beide kranten een andere focus wat betreft berichtgeving. Zo hebben populaire kranten zoals de Telegraaf een meer nationaal gefocuste berichtgeving⁸, terwijl kwaliteitskranten een internationalere berichtgeving hebben⁹. Daarnaast staat de berichtgeving van de Telegraaf erom bekend, onder andere door de uitgebreide financiële rubriek, materialistischer en economischer te zijn dan het meer postmaterialistische NRC.¹⁰ Ook hebben beide kranten zich historisch gezien anders politiek geuit.¹¹ Door deze verschillen tussen de populaire en kwaliteitskrant kunnen er verschillen in de berichtgeving en de gebruikte frames worden verwacht.

Een van de redenen waardoor het verschillend framen van Europese integratie invloedrijk kan zijn op de publieke opinie is doordat het volk zijn mening over onderwerpen waarvan zij niet veel afweet baseert op frames en mentale afsnijwegen die de media hen aandraagt.¹² Het is dus mogelijk dat verschillende kranten door een boodschap over de EU verschillend te framen invloed uitoefenen op hoe hun lezers door deze frames een politieke mening vormen. Het is daarom relevant om te weten hoe kranten Europese integratie voorstellen.

Zoals genoemd is een manier waarop media verschillend over hetzelfde onderwerp kan berichten: framing. Framen is gedefinieerd door Entman¹³ als het in een tekst opvallender maken van bepaalde ideeën en *narratives* (de frames), met als doel om een bepaald probleem, oplossing, definitie of zienswijze onder de aandacht van de lezer te

⁷ Bakker & Scholten, 2011; Hoogendam, 2009

⁸ Beus & Mak, 2009

⁹ Beus & Mak, 2009

¹⁰ Beus & Mak, 2009; Domevscek, 2006

¹¹ Domevscek, 2006

¹² Powlick & Katz, 1993; Baum & Potter 2009

¹³ Entman, 1993

brenge. Op deze manier kan een schrijver dus door het uitlichten van bepaalde aspecten in een tekst zijn zienswijze meer naar voren brengen. Frames kunnen dus door de media, in haar eerder genoemde beïnvloedende rol, gebruikt worden om invloed uit te oefenen op de publieke opinie. Een journalist kan bijvoorbeeld de standpunten van een politieke partij over de Europese Unie meer uitlichten in een artikel, dan standpunten van andere partijen over dezelfde Unie. Op deze manier kan de journalist invloed uitoefenen. Al is het maar doordat een lezer van een krant die de Europese Unie op een bepaalde manier framed een ander beeld van de Unie krijgt dan een lezer van een krant die de Europese Unie op een heel andere manier beschrijft.

Voor dit onderzoek wordt gekeken naar verschillende frames die de integratie van de Europese Unie in het licht van de standpunten van haar politieke voorstanders of juist haar tegenstanders neerzetten. De frames die geoperationaliseerd worden zijn de frames die politieke partijfamilies gebruiken om Europese integratie neer te zetten. Dezelfde frames komen ook voor in de media.¹⁴ De onderzoeksvraag is of kranten bij hun verslaggeving over de EU, Europese integratie verschillend belichten. Wat meer toegespitst is de vraag of de verschillende kranten meer de voor of juist de nadelen van Europese integratie benadrukken. Het bedoelde verschil in de onderzoeksvraag is of Europese integratie meer beschreven wordt via de *narrative* van bepaalde politieke partijfamilies.

Wordt de bestuurslaag van de Europese Unie door de media ook negatief neergezet als “de elite in Brussel” die het belang van Nederland niet in het oog heeft, waardoor verdere integratie niet wenselijk is? Zoals bijvoorbeeld de PVV dit voorstelt.¹⁵ Of belicht de media juist meer een pro-Europese lijn die stelt dat Europese samenwerking efficiënt is en goed voor de Nederlandse nationale belangen?¹⁶ De frames worden geselecteerd op verschillende kanten van Europese integratie zijnde: de beleids-, economische en culturele aspecten.

De manier waarop gekeken wordt of er verschillende frames gebruikt worden in het mediaverslag is door een content analyse te maken van krantenartikelen van twee verschillende kranten over het onderwerp de Europese Unie.

¹⁴ Helbling e.a., 2010

¹⁵ Tweede Kamer, 2017 (spreker Beertema) p. 21.

¹⁶ Tweede Kamer, 2017 (spreker Mulder) p. 1.

Theorie

Relevantie gebruik verschillende frames

Als het gaat over buitenlandsbeleid lijkt de publieke opinie in een sluimerende toestand te verkeren. Op het gebied van buitenlandsbeleid is de gemiddelde bevolking over het algemeen ongeïnformeerd, en gedistantieerd.¹⁷ Deze sluimerende toestand houdt echter wel in dat het publiek een bepaalde set onderhuidse meningen, waardes en voorkeuren heeft. Deze waardes kunnen door een bericht, debat of gebeurtenis geactiveerd worden waardoor het publiek over een onderwerp een mening gaat vormen.¹⁸

Het massale publiek wordt vaak getriggerd om een mening te vormen als zij nieuws over een onderwerp binnenkrijgen. Ten eerste omdat zij in sommige gevallen anders totaal niet van het onderwerp op de hoogte zouden zijn. En ten tweede omdat berichtgeving over een onderwerp de burger helpt om een mening te vormen over onderwerpen waar hij of zij niet veel van afweet. Dit geldt zeker voor complexe onderwerpen zoals buitenlandsbeleid. Het helpt bij de meningsvorming als het nieuws op een bepaalde manier geframed is zodat het herkenbaar is en binnen de referentiekaders van de mensen past.¹⁹ De gemiddelde Nederlander is immers geen expert op het gebied van buitenlandsbeleid en gebruikt dergelijke referentiekaders en mediaframes als afsnijweggetjes om wijs te worden over een bepaald onderwerp.

Er is sprake van een stapsgewijs proces dat de normaal sluimerende publieke opinie activeert. De eerste stap is dat de elite kritiek of debat heeft op buitenlandsbeleid. Daarnaast kan er ook een recente opvallende gebeurtenis met betrekking op het buitenlandsbeleid zijn. De tweede stap is dat deze gebeurtenis of dit debat belicht wordt door de media. De derde stap die hier het gevolg van is dat de bevolking gebaseerd op deze berichtgeving een mening gaat vormen.²⁰

De onderzoeksvraag richt zich op de vraag of verschillende kranten de Europese integratie verschillend framen. Waarbij de verschillende frames die onderzocht worden verschillende politieke ideeën of verhalen over de EU voorstellen. Een frame zet een probleem of de oorzaken daarvan op een bepaalde manier neer, zodat bepaalde oplossingen (zoals het beleid voorgesteld door diegene die het frame gebruikt) aantrekkelijker worden dan

¹⁷ Powlick & Katz, 1993

¹⁸ Key, 1964 in Powlick & Katz, 1993

¹⁹ Powlick & Katz, 1993

²⁰ Powlick & Katz, 1993

andere oplossingen²¹. De media gebruikt echter ook frames als zij hun berichten schrijven zodat deze behapbaar zijn voor de lezer. De reden om te kiezen voor de standpunten van partijen is dat een publiek dat, over het algemeen, slecht geïnformeerd is niet zelf kan bepalen wat zij van een gedistantieerd onderwerp zoals de EU vinden. De burger blijft vaak nationaal denken als het op beleid aankomt, waardoor hij geen mening vormt over onderwerpen in een Europese context²². Daarnaast is de beleidsvoering van de EU op veel gebieden zo technisch en door het gebruik van vele beleidscommissies dusdanig complex dat de burger er niet veel wijzer van wordt.²³ Hierdoor is het voor de burger moeilijk om een mening over dit beleid te vormen, laat staan over de vraag of er meer dan wel minder op het Europese niveau geregeld moet worden.

Echter politieke partijen en andere elites vormen wel een mening over buitenlands beleid en creëren politieke standpunten over zo'n onderwerp. De burger gebruikt die standpunten als mentale *shortcuts* om een mening te vormen.²⁴ Deze standpunten bereiken de burger via de media waardoor het relevant is voor de meningsvorming van de burger om te kijken of de kranten de EU meer in het licht van bepaalde standpunten framed. Of om te zien of de kranten vaker positief dan wel negatief berichten over Europese integratie.

Voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag of de frames in artikelen van verschillende kranten anders zijn, is het eerst belangrijk om de verschillende frames te identificeren. Er is onderzoek gedaan naar op welke manier de politieke elite in de media Europese integratie framed.²⁵ Uit dit onderzoek zijn er drie hoofdframes te identificeren, die door de politieke elite van Europa in de media gebruikt worden: Een cultureel hoofdframe, een economisch hoofdframe en een hoofdframe gericht op het beleid van de EU. Deze frames worden gebruikt door de verschillende politieke partij families in Europa. Een partijfamilie is een groep politieke partijen in verschillende landen in Europa die een vergelijkbare politieke stroming aanhangen. Voorbeelden zijn de liberalen (bijvoorbeeld: VVD in Nederland, FDP in Duitsland, UDF in Frankrijk), christen democraten (bijvoorbeeld: CDA in Nederland, Conservaties in Groot Britannië), groenen (GroenLinks in Nederland, Die Grünen in Duitsland of Oostenrijk) etc.²⁶

²¹ Entman, 1993

²² Wenseveen, 2013

²³ Badie e.a., 2011; Baum & Potter, 2008

²⁴ Baum & Potter, 2008

²⁵ Helbling e.a., 2010

²⁶ Helbling e.a., 2010

Het culturele frame heeft betrekking op identiteiten en waarden die belangrijk gevonden worden in bepaalde gemeenschappen en waar Europese integratie een positief of negatief effect op zou kunnen hebben. Het economische hoofdframe richt zich op de mogelijkheid om bepaalde economische doelen, zoals welvaart en werkgelegenheid te creëren en de effecten van Europese integratie hier op. Tot slot is er het beleids-hoofdframe dat zich richt op de manier waarop het politieke en bestuurlijke systeem van een staat of de EU functioneert en de positieve dan wel negatieve invloed die de Europese integratie hier op zou kunnen hebben.²⁷ Deze hoofdframes worden elk onderverdeeld in twee delen, waarvan er in dit onderzoek 1 positief over Europese integratie gezien wordt en 1 negatief.

Voor het culturele hoofdframe is het positieve subframe de *narrative* van multicultureel-universalisme. Dit is een frame dat positief staat tegenover Europese integratie omdat het dit ziet als iets dat voordelig is van het vredig samen bestaan van verschillende volkeren in Europa. Dit frame is de *narrative* van Europese integratie onder andere in het licht van het nooit meer oorlog-credo. Het idee dat Europese samenwerking en eenheid nodig is om interne conflicten te voorkomen.²⁸ Daarnaast valt hieronder het positief zien van Europese integratie omdat er een gemeenschappelijke Europese identiteit bestaat, ongeacht de nationaliteit, gebaseerd op gedeelde waarden zoals internationale solidariteit en mensenrechten.

Het subframe dat negatief staat tegenover Europese integratie is het nationalistische frame. Dit is een frame dat Europese integratie als negatief neerzet doordat het de nationale identiteit in gevaar brengt. Hieronder vallen onder andere kritiek op integratie omdat het de soevereiniteit van de nationale staat zou aantasten, als wel dat de migratie als gevolg van Europese integratie in het verleden een bedreiging is voor de nationale identiteit en belangen. Ook Europese integratie framen als illegitiem omdat er een kloof bestaat tussen burger en het Europese establishment valt onder de negatief culturele *narrative*.²⁹ Dit frame benadrukt dus dat het dat politieke en publieke kapitaal ontbreekt voor verdere Europese integratie. Het kan zich bijvoorbeeld uiten in kritiek op het democratisch tekort wat in de EU zou kunnen bestaan.³⁰

Voor het economische hoofdframe is het subframe dat positief staat over Europese integratie het economische welvaart frame. Dit stelt dat Europese integratie een positief effect heeft op welvaart, internationale competitie of werkgelegenheid. Hieronder valt bijvoorbeeld

²⁷ Helbling e.a., 2010

²⁸ ProDemos, z.j., *De Geschiedenis van de EU*.

²⁹ Segers, 2014, p. 205

³⁰ Van Wenseveen, 2013

het wijzen op de positieve effecten van de monetaire unie of de interne markt. Of de noodzaak van meer integratie om economische crises in de Eurozone op te lossen of in de toekomst te voorkomen. Onder dit positieve frame wordt ook de *narrative* gerekend die stelt dat Europese desintegratie negatieve economische effecten zal hebben. Oftewel dat integratie nodig is om deze negatieve effecten van desintegratie te voorkomen.

Het economische subframe dat negatief is ingesteld over Europese integratie is het frame dat zich richt op negatieve effecten van integratie op sociale zekerheid en werkgelegenheid. Daarnaast richt het zich op mogelijke crises veroorzaakt door integratie. Dit uit zich bijvoorbeeld in Europese integratie als negatief zien doordat als een gevolg hiervan burgers op de arbeidsmarkt in competitie moeten gaan met goedkopere arbeidskrachten uit andere delen van Europa. Hieronder valt ook dat lonen hierdoor omlaag gaan, of dat de sociale zekerheid minder of duurder wordt als gevolg van meer Europese integratie. Daarnaast valt kritiek op het fiscale en monetaire beleid hieronder. Onder deze *narrative* wordt ook gerekend dat de Europese integratie geen effectieve aanpak van economische crises is. Een voorbeeld hiervan is dat de strenge maatregelen tegen Griekenland na de eurocrises³¹, deze crises niet effectief zouden oplossen. Voeg hier ook aan toe de kritiek die ontstaan is op economische schade door een verkeerd ingevoerde euro/europese economische integratie en andere crises die hierdoor veroorzaakt zouden zijn.

Wat betreft het beleids-hoofdframe is het subframe dat positief is ingesteld over Europese integratie een frame dat stelt dat verdere Europese integratie nodig is om de efficiënte werking van EU-organen te garanderen. Europese integratie en dus meer bevoegdheden heeft volgens deze *narrative* een positief effect heeft op EU-beleid en daarnaast onder andere op *security* en *ecology*. Een gezamenlijk Europees beleid zou zich uitten door een positief effect op regionale bescherming tegen externe dreigingen zoals bijvoorbeeld vluchtelingenstromen of wrijving met landen in de directe omgeving van de EU. Een gezamenlijk effectieve aanpak van milieuproblemen of een effectievere bestrijding van grensoverschrijdende criminaliteit binnen de nationale staten.

Het negatieve frame dat bij dit hoofdframe hoort is het frame dat Europese integratie als negatief ziet doordat het beleid en de interne werking van EU organen niet als effectief wordt gezien. Het is de *narrative* dat EU-organen niet meer macht moeten krijgen en dat de EU zich moet richten op een bepaalde set kerntaken. Of in het idee dat verdere integratie op economisch vlak niet goed uit zal pakken zonder integratie op politiek vlak. Ook valt

³¹ Europa Nu, 2017

hieronder het idee dat EU-organen op wat voor grond dan ook hun werk niet goed uit zouden voeren.

Net als het cultureel negatieve frame richt deze *narrative* van het beleids-frame zich erop dat EU organen niet meer macht moeten krijgen. Het verschil is echter de reden waarom. Het beleidsframe stelt dat er niet meer bevoegdheden naar Europese organen moeten omdat dit geen probleemoplossende toegevoegde waarde heeft. Het culturele frame stelt dit op een meer principiële grond die stelt dat zaken nationaal geregeld moeten worden.³²

Experts

In dit onderzoek wordt er gekeken naar hoe verschillende kranten Europese integratie framen omdat deze framing mogelijk de publieke opinie kan beïnvloeden. Uit onderzoek³³ is gebleken dat de publieke opinie vooral beïnvloed wordt door nieuwsberichten waarin experts aan het woord gelaten worden. Een expert is gedefinieerd als iemand waarvan door de lezer aangenomen kan worden dat hij ervaring, technische kennis en autoriteit over een bepaald vakgebied heeft.³⁴ Deze autoriteit krijgen zij door hun positie als bijvoorbeeld professor, econoom of politicoloog aan een universiteit of oud-politici en ervaringsdeskundigen. Daarnaast worden experts vaak voorgesteld als non-politieke actoren. De expertise en het ontbreken van een eventuele verborgen politieke agenda worden als redenen gegeven waardoor experts meer invloed hebben op de publieke opinie. Daarnaast kan gesteld worden dat experts tot de zogenaamde elite behoren wiens eerder genoemde debat meningsvorming onder de bevolking kan aansporen.³⁵ Welke experts dus aan het woord komen en in welk licht zij Europese integratie bespreken is dus relevant voor de vraag hoe de verschillende kranten Europese integratie voorstellen.

Deze invloed is de reden dat de factor experts opgenomen is in het onderzoek. Het soort experts aan het woord is een indicatie van de benadering die de krant heeft op Europese integratie. Veel economen aan het woord is een indicatie dat de krant een materialistischere, economischere benadering van Europese integratie heeft. Terwijl bijvoorbeeld meer politicologen of oud-politici aan het woord op een meer beleidsgerichte benadering in de berichtgeving zou kunnen wijzen.

³² Taggart & Szczerbiak, 2008

³³ Dempsey, Shapiro, Page, 1987

³⁴ Dempsey, Shapiro, Page, 1987

³⁵ Powlick & Katz, 1993

Verwachte verschillen tussen de kranten

In het Nederlandse gedrukte medialandschap kan een onderscheid gemaakt worden tussen populaire kranten en kwaliteitskranten. Populaire kranten richten zich op alle lagen van de bevolking terwijl kwaliteitskranten zich meer richten op een bepaalde, vaak hoger opgeleide doelgroep.³⁶ Het onderscheid tussen een populaire krant en een kwaliteitskrant komt door een verschil in berichtgeving wat betreft de verhouding tussen (politieke) informatie en amusement. Wanneer een krant inhoudelijk veel informatie en relatief weinig over amusement in haar berichtgeving betreft, wordt de krant gezien als een kwaliteitskrant. Wanneer het omgekeerde het geval is kan de krant als populaire krant gezien worden.³⁷ Het verschil is dus een verschil in commerciële kwaliteit en culturele kwaliteit. De commerciële kwaliteit van een krant is dat de een artikel zo goed mogelijk de lezersbehoefte bevredigt. Dit zie je vooral bij populaire kranten. Culturele kwaliteit is dat de informatie in het artikel zo informerend mogelijk is. Dit zie je weer meer bij kwaliteitskranten.³⁸ Daarnaast hebben populaire kranten zoals de Telegraaf vaak qua berichtgeving een nationale focus.³⁹ Dit sluit aan bij de focus op commerciële kwaliteit, nationaal nieuws staat dichterbij de belevingswereld van de lezer en is daarom gemakkelijker toegankelijk.

De lezers van het NRC zijn vaak hoogopgeleid en van hoge sociaal-economische klasse.⁴⁰ De lezers van de Telegraaf daarentegen vormen een veel bredere uitsnede van de Nederlandse bevolking, waaronder ook laagopgeleiden.⁴¹ Tussen deze kranten wordt een verschil verwacht wat betreft het positief of negatief framen van Europese integratie. Kranten richten zich namelijk meestal op hun achterban van lezers.⁴² En uit onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau⁴³ naar burgerperspectieven blijkt dat hoger opgeleiden over het algemeen positief zijn over het EU lidmaatschap. 68% procent van de hoger opgeleiden vindt het lidmaatschap een goede zaak tegenover slechts 28% van de lager opgeleiden en 39% van de middel opgeleiden. De verwachting is dus dat een krant die zich op deze hoger opgeleiden richt ook meer frames gebruikt die pro-EU standpunten vertegenwoordigen.

³⁶ Bakker & Scholten, 2011.

³⁷ Bakker & Scholten, 2011.

³⁸ Hoof, 2000; Hoogendam, 2009

³⁹ Beus & Mak, 2009

⁴⁰ NRC Media, 2017

⁴¹ Bakker, 2016

⁴² Trenz, 2004

⁴³ Sociaal en Cultureel Planbureau, 2016

Dit is gebaseerd op de reinforcement theorie.⁴⁴ Deze stelt dat lezers nieuws uit zullen zoeken dat aansluit bij een wereldbeeld en meningen die deze lezers al van zichzelf hebben. Aangezien een groot deel van de lezers waar het NRC zicht op zegt te richten pro-Europese integratie is, zullen deze lezers sneller een krant uitzoeken die ook pro-Europese integratie is. De doelgroep die de Telegraaf leest is minder pro-Europese integratie dan de doelgroep van het NRC waardoor de reinforcement theorie stelt dat de berichtgeving van de Telegraaf ook minder pro-Europese integratie zal zijn. Anders zou de doelgroep immers niet voor de Telegraaf, respectievelijk het NRC gekozen hebben. Dit aangezien de berichtgeving in een kwaliteitskrant respectievelijk een populaire krant minder aansluit op hun wereldbeeld. Een andere doelgroep betekent dus andere berichtgeving.

Hypothese

Zoals eerder aangegeven is zijn er twee belangrijke verschillen tussen de onderzochte kranten. Het eerste is de manier van berichtgeven. De kwaliteitskrant NRC kenmerkt zich door langere artikelen, die ingewikkelder zijn qua taalgebruik en inhoud. De opmaak en berichtgeving is zakelijk en sober. Hiertegenover staat de populaire krant de Telegraaf. Deze krant kenmerkt zich doordat de artikelen qua taal en inhoud gemakkelijker toegankelijk zijn. Daarnaast is de opmaak van de Telegraaf prikkelend door grote koppen en veel foto's. Ook is de berichtgeving van de Telegraaf sensationeler en bijvoorbeeld meer gericht op misdaad, sport en andere dramatischere onderwerpen. De berichtgeving van populaire kranten zoals de Telegraaf is zoals eerder gezegd ook meer gericht op nationale in plaats van internationale kwesties omdat deze berichten beter aansluiten bij de belevingswereld van de doelgroep van deze kranten. Deze krant richt zich meer op commerciële kwaliteit, oftewel dat de berichtgeving de behoeftes van zoveel mogelijk lezers bevredigt. Deze behoeftes kunnen amusement of gemakkelijk toegankelijke informatie zijn en komen in plaats van de focus op het zo informatief mogelijk zijn, waar kwaliteitskranten zich om prijzen.⁴⁵

Een gevolg hiervan is een tweede belangrijk verschil tussen kwaliteitskranten en populaire kranten: de lezersachterban. Door het gebruik van moeilijker taal en inhoud worden kwaliteitskranten zoals het NRC vooral gelezen door hoger opgeleiden.⁴⁶ De Telegraaf en andere populaire kranten richten zich op een breder publiek, waaronder lager opgeleiden. Deze focus van de kranten op verschillende doelgroepen is relevant omdat hoger

⁴⁴ Watts, 2007

⁴⁵ Hoogendam, 2009

⁴⁶ Hoof, 2000; Hoogendam, 2009; NRC Media, 2017

opgeleiden vaker pro-Europese Unie zijn dan lager opgeleiden.⁴⁷ Hierdoor zou je verwachten dat berichtgeving die zich op hoger opgeleiden richt ook vaker pro-EU zou zijn.

Daartegenover wijst de focus op nationaal nieuws van populaire kranten, zoals de Telegraaf, er juist op dat het noemen van nationale oplossingen voor situaties, in tegenstelling tot oplossingen bereikt door meer Europese integratie, vaker voor kan komen dan bij kwaliteitskranten met een meer internationale focus.⁴⁸ Deze nationale focus blijkt ook uit de hoofdredactionele commentaren die overwegend kritisch zijn op Europese integratie⁴⁹. Hierdoor is het mogelijk dat in de artikelen van de Telegraaf de anti-Europese integratie frames vaker voor zullen komen.

Een ondersteuning van dit vermoeden volgt uit de legitimiteitstheorie van Barker⁵⁰. Barker stelt dat het idee dat een institutie, zoals de EU, legitiem is, van binnenuit groeit. Eerst overtuigt de bestuurlijke elite zichzelf van de legitimiteit en vervolgens de groepen die bij wijze van spreken naast de troon staan. Kwaliteitskranten en hun journalisten staan vergeleken met de gewone man relatief dicht bij de elite en richten zich ook op een elite groep lezers. Hoger opgeleiden kunnen als elitair gezien worden aangezien ze tot twee keer meer verdienen dan lager opgeleiden, minder vaak werkloos zijn en een betere maatschappelijke positie hebben.⁵¹ Volgens Barkers theorie zullen deze elite-kranten eerder overtuigd zijn van de legitimiteit van de Europese Unie en deze dus pro-EU framen.

Deze theorieën worden ondersteund door uit kwalitatieve content analyses van kwaliteitskranten in Europa door H.J. Trenz. Uit twee onderzoeken in 2004⁵² blijkt ten eerste dat kwaliteitskranten de EU vaak op de agenda zetten. Zo'n 1 op de 3 politieke artikelen in de onderzochte Europese kwaliteitskranten refereert politiek gezien aan de EU. En ten tweede en misschien belangrijker blijkt⁵³ dat kwaliteitskranten qua inhoud voorvechters zijn van "the European cause". Hij vond dat kwaliteitskranten op het continent Europa (Groot-Brittannië was de uitzondering) berichten met een "Europese bril op" en voorstanders waren van meer Europese integratie. Dit alles doet een media bias van kwaliteitskranten zoals het NRC in het voordeel van het pro-EU kamp vermoeden.

Het bovenstaande geldt voor de verwachtingen wat betreft anti- of pro- Europese integratieframes in het algemeen. Voor een hypothese over de gebruikte frames kan je kijken

⁴⁷ Eurbarometer, 2016

⁴⁸ Beus & Mak, 2009

⁴⁹ Beus & Mak, 2009

⁵⁰ Barker, 2001

⁵¹ CBS, 2012

⁵² Trenz, 2004, *Media Coverage on European Governance*

⁵³ Trenz, 2004, *Quo vadis Europe? Quality newspapers struggling for European unity*

naar de politieke kleur die de twee kranten traditioneel volgens literatuur hebben. De Telegraaf is traditioneel een krant die rechts van het midden staat en die liberaal economische ideeën gesteund heeft.⁵⁴ Qua berichtgeving heeft de Telegraaf nog steeds een economische focus met een uitgebreide financiële rubriek, de Financiële Telegraaf.⁵⁵ Door haar geschiedenis kun je de hypothese stellen dat deze krant de frames van partijen zoals Christen Democraten, Liberalen of zelfs Populisten zal gebruiken. Helbling (2010) stelt dat de frames die alle drie deze partijen gebruiken vooral nationalistische frames zijn als de partijen Europese integratie bekritisieren, oftewel het cultureel negatieve frame. Daarnaast was een opvallende uitkomst van Helbling dat liberale partijen Europese integratie vrij weinig positief economisch framen in de media. Terwijl Christen Demcoraten Europese integratie in het licht van de economie zelfs vaak bekritisieren.

Daarnaast kan gezien de focus op de financiële berichtgeving gesteld worden dat economische frames vaker voor zullen komen, aangezien deze over vergelijkbare onderwerpen gaan. De verwachting is dat het negatieve economische frame wellicht vaker voorkomen dan het positieve economische frame. Dit is gebaseerd op het feit dat de Europese correspondent van de Telegraaf in Brussel stelt overwegend negatief te zijn ingesteld over Europese integratie op dit gebied.⁵⁶ Daarnaast blijkt uit analyse van hoofdredactionele commentaren dat deze wat betreft economisch en monetair beleid overwegend negatief zijn.⁵⁷

Ook het NRC Handelsblad is traditioneel een krant die zich qua politieke kleur rechts op van het midden bevindt.⁵⁸ Hier lijkt echter verandering in gekomen en de krant is meer met een linkse kleur gaan berichten. Daarnaast is de berichtgeving van het NRC enigszins postmaterialistisch.⁵⁹ Postmaterialisme is een focus op een set waarden die zich vooral focussen op ecologie, deelname van burgers aan de maatschappij en politiek, en persoonlijke ontwikkeling.⁶⁰ Hiertegenover staan materialistische waarden die gaan over interne en externe veiligheid, welvaart en economische groei. Op deze grond zou de verwachting zijn dat het NRC in tegenstelling tot de Telegraaf Europese integratie minder in het licht van de economie framed en vaker in het licht van de beleids- en cultuurframes. Deze linksere postmaterialistische kleur van de krant sluit aan bij de groene partijen, zoals deze beschreven worden door Helbling (2010). Deze partijen gebruiken ook vaker het multicultureel-

⁵⁴ Domevscek, 2006

⁵⁵ Beus & Mak, 2009

⁵⁶ Beus & Mak, 2009

⁵⁷ Beus & Mak, 2009

⁵⁸ Domevscek, 2006

⁵⁹ Domevscek, 2006

⁶⁰ Badie e.a., 2011

universalistische frame (het cultuur frame) om Europese integratie positief te framen. Daarnaast gebruiken deze partijen ook de beleids-frames vaak, zowel in positieve als negatieve zin. De verwachting is dat het NRC dit ook zal doen.

Methodie

Het doel van het onderzoek is om de vraag te beantwoorden of de kranten Europese integratie meer in het licht van bepaalde politieke standpunten framen. Daarnaast is het doel om te zien of de kranten vaker positief dan wel negatief berichten over Europese integratie. Hiervoor kan je een content analysis doen.

Opzet content analysis

De unit of analysis waarnaar gekeken wordt, zodat deze vergeleken kunnen worden, zijn artikelen van de 2 grote kranten NRC en De Telegraaf. 52% van de Nederlanders haalt zijn nieuws en informatie over Europese politieke zaken uit geschreven media⁶¹ waardoor grote kranten een goede bron zijn voor de content analysis. Deze kranten zijn hiervoor nuttig aangezien ze qua oplage bij de top 5 grootste, nationale kranten van Nederland horen. Daarnaast zijn dit ook twee kranten waarvan er een, het NRC, als kwaliteitskrant wordt gezien en een, De Telegraaf, als populaire krant wordt gezien. Hiermee kan je zien of er een verschil bestaat tussen zogenaamde kwaliteitskranten en populaire kranten zoals in de hypothese is beschreven.

De artikelen in de kranten worden geanalyseerd door te kijken hoe vaak artikelen met een bepaald frame voorkomen. Om te beginnen worden hiervoor artikelen gezocht in LexisNexis. De hiervoor gekozen tijdsperiode waarin artikelen geselecteerd worden is de afgelopen 4 jaar. Dit omdat er in een dergelijke lange periode veel gebeurtenissen zijn die discussie in de media oproepen over Europese integratie. Zoals bijvoorbeeld het afhandelen van de Eurocrisis, BREXIT en het Oekraïne-referendum in Nederland. Hierdoor werd verwacht dat er genoeg artikelen over integratie in deze periode zouden zijn. Daarnaast was een dergelijke lange periode nodig om in het geval van de Telegraaf genoeg artikelen bij elkaar te halen voor een degelijke steekproef.

Naast het zoeken in LexisNexis zijn eventueel nog artikelen nagezocht op de sites van de twee kranten als er onduidelijkheid of onvolledigheid op de artikelen van LexisNexis bestaat. Deze

⁶¹ Eurobarometer, November 2016

artikelen zijn de unit of analysis, terwijl de frames in de artikelen de onderscheidende eigenschappen van de unit zijn.

In LexisNexis wordt de zoekterm Europese integratie gebruikt om artikelen te zoeken. Met deze zoekterm wordt ten eerste in de algemene zoekfunctie van LexisNexis gezocht. Dit leverde, binnen de gekozen tijdsspanne 11 artikelen van het NRC op en 8 artikelen van de Telegraaf op. Hierna is gezocht met de uitgebreidere keyword functie van LexisNexis, die artikelen selecteert waarin “Europese integratie” in de tekst voorkomt. Dit leverde 34 artikelen van de Telegraaf op en 189 van het NRC. Uit deze artikelen is een steekproef van 40 artikelen per krant genomen. Het NRC leverde veel meer hits op dan de Telegraaf. Uit deze hits zijn met de relevantie functie van LexisNexis de relevantste artikelen wat betreft Europese integratie geselecteerd voor de steekproef. De relevantie functie selecteert de resultaten van de zoekmachine op welke het meest overeenkomen met de zoekopdracht. In dit geval waren dat dus artikelen waar “Europese integratie” vaak in de tekst voorkwam, en die in de geselecteerde, relevante tijdsperiode vielen.

Frames operationaliseren

Ten eerste kan berichtgeving over integratie in drie hoofdframes onderverdeeld worden, cultuur, economie en een beleids-frame. Deze drie hoofdframes kunnen elk in een positief en negatief subframe onderverdeeld worden. Voor de pro-Europese integratie kant betreft het dus drie subframes die verschillende positieve kanten van samenwerking belichten:

- Cultuur Positief. De *narrative* die Europese Integratie aanduidt als positief op grond van multicultureel-universalisme. Bijvoorbeeld doordat deze bijdraagt aan een gezamenlijke identiteit of gestoeld is op gezamenlijke waarden zoals mensenrechten.
- Economie Positief. De *narrative* die Europese Integratie aanduidt als voordelig voor de economie. Bijvoorbeeld door de economische voordelen van de Europese interne markt te benadrukken
- Beleid positief. Het frame dat stelt dat verdere Europese integratie nodig is om de efficiënte werking van EU-organen te garanderen. Daarnaast is dit de *narrative* die stelt dat verdere Europese integratie bijdraagt aan *security* en *ecology*. Oftewel Europese integratie neerzetten als positief door de effecten op oplossen van externe bedreigingen tegen de regio, een gezamenlijk effectieve aanpak van

milieuproblemen of een effectievere bestrijding van criminaliteit binnen de nationale staten.

Voor de anti-Europese integratie kant betreft het ook 3 frames die euroscepticisme uitdrukken

- Cultuur negatief. Dit is de *narrative* die stelt dat Europese integratie negatief is doordat het de nationale identiteit bedreigt. Hieronder vallen onder andere kritiek op integratie omdat het overdragen van bevoegdheden aan de EU de identiteit en soevereiniteit van de nationale staat zou aantasten. Een voorbeeld is het democratisch tekort in de Europese Unie. Dit lijkt enigszins op het negatieve beleids-frame. Er is echter verschil dat bij de sectie over dat beleidsframe wordt uitgelegd. Een ander voorbeeld van het frame is dat migratie als gevolg van Europese integratie een bedreiging is voor de nationale identiteit.
- Economie negatief. Het tweede frame is de *narrative* over Europese integratie dat zich richt op negatieve effecten van integratie op sociale zekerheid en werkgelegenheid. Bijvoorbeeld door de concurrentie op de arbeidsmarkt van goedkopere arbeidskrachten uit andere delen van Europa. En de negatieve invloed van integratie op crises en het oplossen ervan.
- Beleid negatief. Dit is de *narrative* die betrekking heeft op het politieke systeem. Deze staat skeptisch tegenover Europese integratie doordat het beleid en de interne werking van EU organen als inefficiënt wordt gezien. Of in het idee dat verdere integratie op economisch vlak niet goed uit zal pakken zonder integratie op politiek vlak. Hoewel dit frame net als het cultureel negatieve frame kritiek uit op verdere integratie in de vorm van meer bevoegdheden richting EU-organen, is er een duidelijk verschil. Bij het beleidsframe komt de kritiek op integratie voort uit het idee dat dit geen toegevoegde probleemoplossende waarde heeft. Verdere integratie maakt volgens dit frame de werking van de EU-organen niet efficiënter. Bij het cultuur frame komt de kritiek voort uit het ontbreken van publiek en politiek kapitaal voor verdere bevoegdheden richting EU-organen. Bijvoorbeeld doordat er een democratisch tekort zou bestaan of vanuit principiële redenen dat bepaalde zaken nationaal geregeld zouden moeten worden.⁶²

⁶² Segers, 2014, p. 205; Van Wenseveen, 2013; Taggart & Szczerbiak, 2008

Elke keer dat een bepaald frame in een artikel gebruikt wordt telt dit als 1 keer. Als een Telegraaf artikel bijvoorbeeld een EU-kwestie belicht en hierbij eerst het frame: inefficiënte Brusselse elite gebruikt, dan geldt dit als 1 turf voor de unit: artikel met anti-EU frame 1,2 of 3 Telegraaf. Belicht de Telegraaf in hetzelfde artikel ook een pro-EU frames: zoals een EU bijdrage aan de Nederlandse economie dan geldt dit ook als een turf in de unit: artikel met pro-EU frame 1,2 of 3 Telegraaf. In 1 artikel kunnen dus meerdere frames staan aangezien een situatie op twee manieren belicht kan worden. Deze hoeveelheid artikelen met frames kan je vervolgens met elkaar vergelijken om te zien of artikelen met voor of tegen frames bij een van de twee kranten significant vaker voorkomen dan bij de andere krant.

Deze populaties van artikelen van de twee kranten vergelijk je met de elkaar en hoe vaak artikelen met de frames voorkomen. Een manier om te vergelijken is het doen van een Chi-kwadraattoets. Dit is een verdelingsvrijetoets, deze worden gebruikt als er over de onderliggende populatie geen uitspraken over de verdeling van de gegevens (bijvoorbeeld normaal verdeeld) gedaan kunnen worden. De toets test of twee of meer populaties significant van elkaar verschillen. Het significantieniveau dat bij deze toets wordt aangehouden is 0,05.

Naast frames betreft dit onderzoek ook voor een deel wie er de *narratives* bezigt bij de analyse van de berichtgeving, de zogenaamde experts. Dit omdat uit onderzoek is gebleken dat experts een sterke invloed op publieke opinie kunnen hebben.⁶³ Het aanhalen van experts in bepaalde gebieden, zoals de economie, kan dus een indicatie zijn van berichtgeving over Europese integratie in het licht van deze vakgebieden. Als er bijvoorbeeld veel economen aan het woord zijn in de artikelen van een krant, suggereert dit een focus op de economische kant van Europese integratie. Deze experts zijn geoperationaliseerd als: schrijvers van artikelen of personen wiens *narrative* in de artikelen genoemd worden, terwijl ze geen journalist of correspondent van de krant zijn. Een tweede vereiste is dat een expert gedefinieerd is als iemand waarvan door de lezer aangenomen kan worden dat hij ervaring, technische kennis en autoriteit over een bepaald vakgebied heeft.⁶⁴ Kortom iemand die door de krant aan het woord gelaten wordt omdat hij, wat betreft Europese integratie, er verstand van heeft, er ervaring mee heeft of er bij betrokken was/is. De experts zijn opgedeeld in meerdere vakgebieden: economen, politicologen, oud leiders en politici, historici en een rest categorie “overig”.

⁶³ Dempsey, Shapiro, Page, 1987; Powlick & Katz, 1993

⁶⁴ Dempsey, Shapiro, Page, 1987

Resultaten

De onderzoeksvraag is of kranten bij hun politieke verslaggeving over de EU Europese integratie verschillend belichten. Wat meer toegespitst is de vraag of de verschillende kranten meer de voor of juist de nadelen van Europese integratie benadrukken. Hiervoor zijn de verschillende frames geturfd in de artikelen van de Telegraaf en het NRC en gekeken of artikelen met bepaalde frames significant vaker voorkomen. Uiteindelijk zijn er in 8 artikelen, 3 van de Telegraaf en 5 van het NRC, geen frames gevonden die paste bij de frames die geoperationaliseerd waren. Deze zijn als missing-data in het databestand ingevoerd. De uiteindelijke totale populatie is dus 80 min 8 is 72 artikelen.

In totaal zijn er bij 50 artikelen (69,4%) frames gevonden die positief waren over integratie. Daarnaast zijn bij 34 artikelen (47,2%) frames gevonden die negatief waren over integratie. De uitkomst hiervan is groter dan de populatie van 72 aangezien één artikel meerdere frames kan bevatten, bijvoorbeeld als Europese integratie van twee kanten wordt belicht of als er verschillende politieke spelers in het debat aangehaald worden.

Van de respectievelijk 35 NRC en 37 Telegraaf artikelen is bij 27 NRC-artikelen (77,1%) één van de drie pro-integratie frames gevonden. Daarnaast is bij 23 Telegraaf-artikelen (62,2%) een pro-integratie frame gevonden. Bij 15 NRC-artikelen (42,9%) en 19 Telegraaf-artikelen (51,4%) is één van de drie negatieve frames gevonden. Echter na het uitvoeren van een chi-kwadraat toets, waarbij een onzekerheidsmarge van 5% is gebruikt, blijkt er geen significant verschil te zijn tussen de groep NRC en Telegraaf wat betreft het vaker voorkomen van positieve of negatieve frames over Europese integratie. In totaal lijken pro-Europese integratie frames echter wel vaker voor te komen dan negatieve frames (69,4% positief tegenover 47,2% negatief).

Tabel resultaten

Frame in artikel	Naam krant		Totaal n=72 art.
	Telegraaf n=37 art.	NRC n=35 art.	
Uitleg	-Hoeveelheid Telegraaf artikelen waarin frame voorkomt. -Percentage is het aantal artikelen van het totaal aantal Telegraaf artikelen waarin het frame voorkomt.	-Hoeveelheid NRC artikelen waarin frame voorkomt. -Percentage is het aantal artikelen van het totaal aantal NRC artikelen waarin het frame voorkomt.	-Totaal hoeveelheid artikelen waarin frame voorkomt. -Percentage is het aantal artikelen van het totaal aantal artikelen waarin het frame voorkomt. -Chi kwadraattoets van de relatie of een frame bij NRC vaker voorkomt dan Telegraaf. Significantieniveau = 0,05
Pro-EU integratie narrative	-23 artikelen -62,2%	-27 art -77,1%	-50 art. -69,4% - χ^2 p-waarde=0,168
Cultuur positief	-5 art. -13,5%	-12 art. -34,3%	-17 art. -23,6% - χ^2 p-waarde=0,038
Economie positief	-18 art. -48,6%	-9 art. -25,7%	-27 art. -37,5% - χ^2 p-waarde=0,045
Beleid positief	-6 art. -16,2	-8 art. -22,9	-14 art. -19,4 - χ^2 p-waarde=0,477
Anti-EU integratie	-19 art. -51,4%	-15 art. -42,9%	-34. art -47,2 - χ^2 =0,471
Cultuur negatief	-3 art. -8,1%	-8 art. -22,9%	-11 art. -15,3% - χ^2 p-waarde=0,082
Economie negatief	-7 art. -18,9%	-6 art. -17,1%	-13 art. -18,1% - χ^2 p-waarde=0,845
Beleid negatief	-14 art. -37,8%	-4 art. -11,4%	-18 art. -25,0% - χ^2 p-waarde=0,010

Totaal artikelen met economische frames (pos. en neg.)	-23 art. -62,2%	-14 art. -40,0%	-37 art. -51,4% χ^2 p-waarde=0,060
Totaal aantal artikelen met Cultuur frames (pos. en neg.)	-8 art. -21,6%	-18 art. -51,4%	-26 art. -36,1% χ^2 p-waarde=0,08
Totaal aantal artikelen met Beleids-frames (pos. en neg.)	19 art. 51,4%	21 art. 60,0%	31 art. 43,1% χ^2 p-waarde=0,144

Bepaalde artikelen met subframes komen echter wel significant vaker voor bij de twee kranten. Zoals te zien is in de tabel hierboven (alsook in bijlage 1). Het NRC en de Telegraaf verschillen significant wat betreft het voorkomen van artikelen met de subframes economie positief, cultuur positief en beleid negatief.

De Telegraaf framed Europese integratie als economisch positief in 48,6% van haar artikelen tegenover het NRC dat dit in slechts 25,7% van de gevallen doet. Daartegenover framed het NRC Europese integratie als cultureel positief in 34,3% van de artikelen, terwijl de Telegraaf dit in slechts 13,5% van de artikelen doet. Beide verschillen zijn significant volgens de chi-kwadraat toets. Het enige negatieve subframe waarin een significant verschil bestaat tussen de framing van de Telegraaf en het NRC is het subframe van de negatieve beleids-*narrative*. Deze komt bij de Telegraaf significant vaker voor met 37,8% van de artikelen tegenover 11,4% van de artikelen bij het NRC.

Resultaten Experts:

	Experts		
	Telegraaf	NRC	Totaal
Uitleg	-Aantal Telegraaf artikelen met experts aan het woord gesorteerd per soort expert. -Percentage van totaal aantal experts in Telegraaf artikelen -Laatste percentage bij “-totaal” is percentage van het aantal artikelen met expert van totaal aantal Telegraaf artikelen	-Aantal NRC artikelen met experts aan het woord gesorteerd per soort expert. -Percentage van totaal aantal experts in NRC artikelen waarin experts voorkomen -Laatste percentage bij “-totaal” is percentage van het aantal artikelen met expert van totaal aantal NRC artikelen	-Aantal artikelen van het totaal met experts aan het woord gesorteerd per soort expert. -Percentage van totaal aantal experts in het totaal aantal artikelen -Laatste percentage bij “-totaal” is percentage van het aantal artikelen met expert van totaal aantal artikelen
Experts aan het woord	-Econoom: 10 (90,1%) -Politicooloog: 1 (0,9%) -Oud Leider/politicus EU/nationaal: 0 -Historicus: 0 -Overig: 0 -Totaal: 11 (29,7% van de 37 Telegraaf artikelen)	-Econoom: 1 (6,7%) -Politicooloog: 7 (46,7%) -Oud Leider/politicus EU/nationaal: 4 (26,7%) -Historicus: 1 (6,7%) -Overig: 2 (13,3%) -Totaal: 15 (42,9% van de 35 NRC artikelen)	-Econoom: 11 (40,7%) -Politicooloog: 8 (29,63%) -Oud Leider/politicus EU/nationaal: 4 (14,8%) -Historicus: 1 (3,7%) -Overig: 2 (7,4%) -Totaal: 26 (36,1% van de totaal 72 artikelen)

In totaal zijn er 26 artikelen waarin door de kranten experts aan het woord gelaten worden, dit is dus in 36,1% van de gevallen van het totaal aantal artikelen. Bij het NRC werd bij 15 van de 35 artikelen (42,9%) een expert aan het woord gelaten, terwijl dit bij de Telegraaf in 11 van de 37 artikelen het geval was (29,7%). (let op: bij het kopje “totaal” betreft het een percentage van het totaal aantal artikelen, terwijl de andere percentages in de tabel percentages van het totaal aantal experts in artikelen van de krant is.) Bij de Telegraaf kwamen vooral economen aan het woord aangezien 10 van de 11 experts (90,1%) econoom was. En slechts 1 (0,9% van de experts) politicooloog. Het NRC was wat dat betreft gevarieerder in wat voor soort experts er aan het woord kwamen. Doch de meerderheid hiervan waren politicologen (7 van de 15 experts, 46,7%).

Interpretatie

Er is geen significant verschil gevonden in of de verschillende kranten Europese integratie over het algemeen positief of negatief framen. Dit is tegen de verwachting in, aangezien de achterban van de kranten wel verschillen in hun mening over Europese integratie. De hoger opgeleide achterban van het NRC is over het algemeen sterker pro-EU dan de bredere achterban van de Telegraaf.⁶⁵ Het verschil in hoe kwaliteitskranten en populaire kranten hun lezersachterban accommoderen wat betreft de stijl lijkt volgens deze statistiek niet ook te gelden voor de inhoud.

Ook heeft onderzoek (Trenz, 2004) uitgewezen dat kwaliteitskranten over het algemeen voorvechters zijn geweest van Europese integratie. Dit is echter wat betreft de gebruikte frames niet waargenomen. Waar wel meteen een duidelijk verschil in te zien was, was de verschillende focus van de twee kranten wat betreft Europese of internationale en nationale berichtgeving. De zoekterm Europese integratie in de tekst leverde bij de Telegraaf slechts 34 artikelen en bij het NRC 189 artikelen op. Het NRC bericht duidelijk vaker over de EU dan de Telegraaf, waardoor de observatie van Trenz dat kwaliteitskranten het nieuws berichten '’ door een Europese bril’' wellicht toch waar blijkt te zijn. Hoewel er geen significante verschillen zijn waargenomen in of de kranten Europese integratie positief of negatief framen, zijn er wel verschillen waargenomen in welke soort frames de kranten gebruiken als ze over Europese integratie berichten.

Ondanks dat er geen significant verschil gevonden is in of de kranten in het algemeen Europese integratie meer als positief of als negatief benaderen is er wel verschil gevonden in de manier waarop Europese integratie geframed wordt door de twee kranten. De Telegraaf heeft een duidelijk meer op de economie gerichte benadering. Hoewel artikelen waarin Europese integratie in een economisch frame wordt belicht (net) niet significant vaker voorkomen bij de Telegraaf vergeleken met het NRC, met een χ^2 p-waarde van 0,060, zijn wel 10 van de 11 experts die bij de Telegraaf artikelen aan het woord komen economen. Bij het NRC is dit slechts 1 van de 15. Daarnaast belicht de Telegraaf integratie wel significant vaker positief in het licht van de economie.

De Telegraaf is significant kritischer op de organen en de interne werking van de Europese Unie in het licht van integratie, aangezien het negatieve beleids-frame bij de Telegraaf significant vaker voorkomt dan bij het NRC. Dit is tevens het enige negatieve frame dat significant verschilt tussen de twee kranten.

⁶⁵ NRC Media, 2017; Eurobarometer, 2016; Hoogendam, 2009

Het NRC daarentegen framed Europese integratie significant vaker positief vanuit een cultureel standpunt. Deze minder economische en meer sociaal-culturele benadering wordt ondersteund door het feit dat de experts die aan het woord gelaten worden, in tegenstelling tot de Telegraaf, over het algemeen geen economische achtergrond hebben. 7 van de 15 zijn politicologen die de EU onderzoeken en 4 van de 15 zijn politici of oud-beleidsmakers die in het verleden zelf bij het Europese project betrokken zijn geweest.

Kortom, een van de belangrijkste verschillen die uit de analyse bleek is het verschil in framing over Europese integratie wat betreft cultuur en economie. Waarbij de Telegraaf zich meer focust op economische subframes, terwijl het NRC meer gebruik lijkt te maken van culturele frames. De verschillen in de populatie waren in beide gevallen, wat betreft het totaal aantal frames, (net) niet significant met respectievelijk bij de totaal gebruikte economische frames een χ^2 p-waarde=0,060 en bij de totaal gebruikte culturele frames een χ^2 p-waarde=0,080. Echter als je het soort experts dat beide kranten in hun berichtgeving aan het woord laat bekijkt is het duidelijk dat de Telegraaf een economischere, materiele focus heeft. Aangezien 10 van de 11 experts economen waren. Het NRC had een gevarieerdere pool van experts met vooral politicologen en oud-politici/EU-leiders aan het woord. Ook dit ondersteund dat het NRC zich meer op culturele frames richt in haar berichtgeving. Het feit dat de Telegraaf een benadering heeft die duidelijk meer op economie en financiën is gericht is volgens de verwachting. Ook de meer culturele, postmateriele benadering van het NRC komt overeen met de hypothese.

Interpretatie wat betreft partijfamilies

Wat betreft het analyseren van de subframes om de vraag te beantwoorden of de verschillende kranten Europese integratie in het licht van bepaalde *narratives* van politiek partijfamilies framed kan je de uitkomsten naast het onderzoek uit de literatuur (Helbling, Hoeglinger & Wuëst, 2010) leggen, waarin zij geanalyseerd hebben hoe verschillende partijfamilies in Europa, zoals Christen Democraten, Groenen, Liberalen etc. Europese integratie framen. In dit onderzoek zijn dezelfde frames bekeken als waarmee het NRC en de Telegraaf geanalyseerd zijn. Door dezelfde of op zijn minst vergelijkbare frames te analyseren in de kranten als die gebruikt worden door de politieke partijfamilies, zijn deze partijfamilies opgenomen in het onderzoek. Er kan dus gekeken worden met welke partijfamilies de gebruikte frames en de verschillen tussen het NRC en de Telegraaf overeenkomen.

Uit het onderzoek van Helbling e.a. (2010) is gebleken dat het economisch positief framen van Europese integratie, zoals de Telegraaf significant vaker dan het NRC doet, vooral gebeurt door sociaal democraten zoals het PvdA gevolgd, maar een stuk minder, door liberalen zoals VVD en D66.⁶⁶ Dit is opvallend en tegen de hypothese in omdat de Telegraaf traditioneel een rechtser krant is, maar niet dezelfde frames gebruikt als rechtser partijen. De nadruk die op economische frames die positief zijn over Europese integratie ligt wordt in de politiek namelijk vooral gebruikt worden door Sociaal Democratische partijen in Europa, die zich enigszins links van het midden bevinden.

Daarnaast bleek de Telegraaf vaker dan het NRC Europese integratie te belichten vanuit het negatieve beleidsframe. Het kritisch benaderen van Europese integratie doordat het beleid en de interne werking van EU organen als inefficiënt wordt gezien, is een breed gebruikt frame door verschillende, vooral pro-EU partijen zoals Christen Democraten en Liberalen. Opvallend is dat dit frame het meest gebruikt wordt door groene partijen, zoals GroenLinks, als zij kritiek leveren op Europese integratie. Deze kritiek van pro-EU partijen op de interne werking van de EU is echter vaak gemotiveerd met het idee dat het beleid via integratie beter moet.⁶⁷ In de analyse van het NRC en de Telegraaf is het negatieve beleidsframe echter niet op die manier geoperationaliseerd. In dit geval valt hieronder slechts kritiek op de Europese organen, niet het frame dat deze nu niet optimaal functioneren en met meer integratie verbeterd kunnen worden. Hierdoor sluit de manier van framen die de Telegraaf gebruikt ook voor dit frame het meest aan voor grote centrum partijen, zoals Liberalen en Christen Democraten. Het gebruik van deze kritische frames komt wel overeen met de hypothese en de rechtser, conservatieve geschiedenis van de Telegraaf.

Wat betreft het NRC is het enige subframe dat bij deze krant vaker voorkomt dan de bij de Telegraaf het cultureel positieve subframe. Helbling (2010) stelt dat deze multicultureel-universalistische (cultureel positieve) frames het meest gebruikt worden door Groene partijen in Europa. Daarnaast gebruiken conservatievere partijen zoals de Christendemocraten deze frames ook, zij het in veel mindere mate. Dit omdat deze Christendemocraten vaak aan de wieg van het Europese project hebben gestaan.⁶⁸ Het meest opvallende volgens Helbling is dat liberalen zoals de VVD en D66 een vergelijkbare retoriek als de Groene partijen aanhouden. Dit is wellicht te verklaren doordat, in het Nederlandse

⁶⁶ Helbling, 2010

⁶⁷ Helbling e.a.,2010

⁶⁸ Helbling e.a.,2010

politieke landschap tenminste, deze liberale partijen in zoals D66 er progressieve programma's op nahouden die op punten overeen kunnen komen met de Groenen.⁶⁹

Aangezien het positieve culturele frame breed gebruikt wordt door verschillende partijen op het politieke spectrum kan je op basis van deze analyse niet stellen dat het NRC de Europese integratie een kant van deze partijen meer dan wel minder belicht. De hypothese dat het NRC, door haar linksere postmaterialistische stijl, vaker cultureel positieve frames zal gebruiken is echter wel bevestigd. Een interessant vervolgonderzoek zou daardoor kunnen zijn of het NRC in haar berichtgeving in het licht van het cultureel positieve frame ook vaker de retoriek van Groene partijen, Liberale partijen of conservatievere Christen Democraten gebruikt.

Conclusie

Is de vraag of kranten bij hun verslaggeving over de EU, Europese integratie verschillend belichten dus beantwoord? Het verschil bestaat uit het gebruik van bepaalde frames die ook door Europese partijfamilies wordt gebruikt. En subsidiair benadrukken de verschillende kranten meer de voor of juist de nadelen van Europese integratie? De conclusie is dat er geen verschil is in of de Telegraaf of het NRC Europese integratie positiever of negatiever framed. Er zijn echter wel verschillen in hoe de Telegraaf en het NRC Europese integratie framen. De Telegraaf framed Europese integratie in haar berichtgeving, significant vaker dan het NRC, met dezelfde economisch positieve frames als Sociaal Democraten dit doen. Daarnaast gebruikt de Telegraaf significant vaker kritisch, negatieve beleidsframes zo als die ook door Christen Democraten en Liberalen gebruikt worden in hun *narratives* over Europese integratie. Kortom brede partijen rondom het centrum. Iets dat wat dat betreft aansluit bij de focus van de Telegraaf op een brede lezersbasis.

Het NRC daarentegen gebruikt significant vaker dan de Telegraaf cultureel positieve frames, die door een brede groep partijen gebruikt worden. Er is dus een correlatie tussen welke frames door partijfamilies gebruikt worden en welke door de onderzochte kranten gebruikt worden. Of er echter ook een causaal verband is valt niet te zeggen. Zeker aangezien kranten zich op nieuws focussen bij het vormen van hun *narrative* terwijl er bij politieke partijen ook andere factoren een rol spelen.

De verschillende kranten framen Europese integratie dus verschillend en zouden zo een ander effect op de publieke opinie kunnen hebben. Powlick & Katz (1993) stellen dat

⁶⁹ ProDemos, z.j., *Indeling van Partijen*.

media-aandacht aan bepaalde onderwerpen de publieke opinie kan activeren. Daarnaast stellen Baum & Potter (2008) dat de meningen van de politiek die de burger aangedragen krijgt via de media, door de burger gebruikt worden om mentale *shortcuts* te vormen bij die meningsvorming. Een conclusie die je hier aan kan verbinden, gebaseerd op de eerder genoemde verschillende framing, is dat Telegraaf lezers over Europese integratie eerder een mening in het licht van de economische voor en nadelen kunnen vormen. Terwijl NRC lezers hun mening over Europese integratie misschien eerder vormen in het licht van culturele argumenten gericht op het wel of niet bestaan van een pan-Europese identiteit. Een causaal effect tussen de berichtgeving en meningsvorming is echter moeilijk aan te tonen. Wellicht is een correlatie tussen de berichtgeving in de kranten en de vraag of de burger zijn mening op grond van vergelijkbare *narratives* vormt een goede bron voor vervolgonderzoek.

Bijlage 1 resultaten:

Frame in artikel	Naam krant		
	Telegraaf n=37 art.	NRC n=35 art.	Totaal n=72 art.
Uitleg	-Hoeveelheid Telegraaf artikelen waarin frame voorkomt. -Percentage is het aantal artikelen van het totaal aantal Telegraaf artikelen waarin het frame voorkomt.	-Hoeveelheid NRC artikelen waarin frame voorkomt. -Percentage is het aantal artikelen van het totaal aantal NRC artikelen waarin het frame voorkomt.	-Totaal hoeveelheid artikelen waarin frame voorkomt. -Percentage is het aantal artikelen van het totaal aantal artikelen waarin het frame voorkomt. -Chi kwadraattoets van de relatie of een frame bij NRC vaker voorkomt dan Telegraaf. Significantieniveau = 0,05
Pro-EU integratie narrative	-23 artikelen -62,2%	-27 art -77,1%	-50 art. -69,4% - χ^2 p-waarde=0,168
Cultuur positief	-5 art. -13,5%	-12 art. -34,3%	-17 art. -23,6% - χ^2 p-waarde=0,038
Economie positief	-18 art. -48,6%	-9 art. -25,7%	-27 art. -37,5% - χ^2 p-waarde=0,045
Beleid positief	-6 art. -16,2	-8 art. -22,9	-14 art. -19,4 - χ^2 p-waarde=0,477
Anti-EU integratie	-19 art. -51,4%	-15 art. -42,9%	-34. art -47,2 - χ^2 =0,471
Cultuur negatief	-3 art. -8,1%	-8 art. -22,9%	-11 art. -15,3% - χ^2 p-waarde=0,082
Economie negatief	-7 art. -18,9%	-6 art. -17,1%	-13 art. -18,1% - χ^2 p-waarde=0,845
Beleid negatief	-14 art. -37,8%	-4 art. -11,4%	-18 art. -25,0% - χ^2 p-waarde=0,010

Totaal artikelen met economische frames (pos. en neg.)	-23 art. -62,2%	-14 art. -40,0%	-37 art. -51,4% χ^2 p-waarde=0,060
Totaal aantal artikelen met Cultuur frames (pos. en neg.)	-8 art. -21,6%	-18 art. -51,4%	-26 art. -36,1% χ^2 p-waarde=0,08
Totaal aantal artikelen met Beleids-frames (pos. en neg.)	19 art. 51,4%	21 art. 60,0%	31 art. 43,1% χ^2 p-waarde=0,144

Resultaten Experts:

	Experts		
	Telegraaf	NRC	Totaal
Uitleg	-Aantal Telegraaf artikelen met experts aan het woord gesorteerd per soort expert. -Percentage van totaal aantal experts in Telegraaf artikelen -Laatste percentage bij “-totaal” is percentage van het aantal artikelen met expert van totaal aantal Telegraaf artikelen	-Aantal NRC artikelen met experts aan het woord gesorteerd per soort expert. -Percentage van totaal aantal experts in NRC artikelen waarin experts voorkomen -Laatste percentage bij “-totaal” is percentage van het aantal artikelen met expert van totaal aantal NRC artikelen	-Aantal artikelen van het totaal met experts aan het woord gesorteerd per soort expert. -Percentage van totaal aantal experts in het totaal aantal artikelen -Laatste percentage bij “-totaal” is percentage van het aantal artikelen met expert van totaal aantal artikelen
Experts aan het woord	-Econoom: 10 (90,1%) -Politicooloog: 1 (0,9%) -Oud Leider/politicus EU/nationaal: 0 -Historicus: 0 -Overig: 0 -Totaal: 11 (29,7% van de 35 Telegraaf artikelen)	-Econoom: 1 (6,7%) -Politicooloog: 7 (46,7%) -Oud Leider/politicus EU/nationaal: 4 (26,7%) -Historicus: 1 (6,7%) -Overig: 2 (13,3%) -Totaal: 15 (42,9% van de 35 NRC artikelen)	-Econoom: 11 (40,7%) -Politicooloog: 8 (29,63%) -Oud Leider/politicus EU/nationaal: 4 (14,8%) -Historicus: 1 (3,7%) -Overig: 2 (7,4%) -Totaal: 26 (36,1% van de totaal 72 artikelen)

Bijlage 2 Codeboek:

Variabele	Naam variabele	Categorie/beschrijving	Codering
A1	Krant	Naam krant	1= De Telegraaf 2= Het NRC Handelsblad
A2	Datum	Publicatie datum	Dag-maand-jaar
A3	Rubriek		0 = onduidelijk 1 = voorpagina (NRC en Telegraaf) 2 = binnenland (NRC en Telegraaf) 3 = buitenland (NRC en Telegraaf) 4 = media (NRC) en RTV (Telegraaf) 5 = opinie (Telegraaf) / opinie & debat (NRC)/ 6=WUZ (Wat U Zegt) (Telegraaf)
A4	Woorden	Aantal woorden artikel	aantal
A5	Subject	Subject als gegeven in LexisNexis	subject
A6	Kop	Titel artikel	Noteer titel
B1	Spreker	Wie gebruikt het frame in het artikel	0=onduidelijk 1=Journalist/schrijver artikel 2=Nationale official aan het woord gelaten 3=EU official aan het woord gelaten
B2	Pro-EU integratie <i>narrative</i>	Aanwezigheid 1 of meer van 3 pro-EU integratie frame algemeen	0=pro-EU integratie narrative niet aanwezig 1=pro-EU integratie narrative aanwezig
B3	<i>Narrative</i> Cultuur positief	Aanwezigheid positief subframe cultuur	0=niet aanwezig 1=aanwezig
B4	<i>Narrative</i> Economie positief	Aanwezigheid positief subframe economie	0=niet aanwezig 1=aanwezig
B5	<i>Narrative</i> Beleid positief	Aanwezigheid positief subframe Beleid	0=niet aanwezig 1=aanwezig
B6	Anti-EU integratie <i>narrative</i>	Aanwezigheid 1 of meer van 3 anti-EU integratie frame algemeen	0=niet aanwezig 1=aanwezig
B7	<i>Narrative</i> Cultuur negatief	Aanwezigheid negatief subframe cultuur	0=niet aanwezig 1=aanwezig
B8	<i>Narrative</i> Economie negatief	Aanwezigheid negatief subframe economie	0=niet aanwezig 1=aanwezig
B9	<i>Narrative</i> Beleid negatief	Aanwezigheid negatief subframe beleid	0=niet aanwezig 1=aanwezig
C1	Codeer beslissing	Naar codeerinstrucies besluit genomen over bepaald frame	Beschrijf beslissing

Bijlage Artikelen:

In artikelen met * zijn geen frames gevonden, ingevoerd als missing data

Artikelen De Telegraaf

- 01-06-2016 'Integratie geen antwoord'
- 19-05-2014 Europees project op de schop
- 10-01-2015 problemen euro waren te voorzien
- 02-01-2014 Meer Europa
- 01-03-2017 Europa van verschillende snelheden reële optie.
- 24-01-2013 Europese reacties op toespraak Cameron ("reacties" op LexisNexis)
- 08-10-2015 Hollandse waarschuwt voor 'totale oorlog'; Merkel houdt deur open voor vluchtelingen
- 10-03-2015 Europese Krijgsmacht Onzin
- 19-06-2016 Beperk Brexit-schade
- 03-07-2016 EU als bliksemafleider.
- 18-09-2016 Veiligheid? Welvaart? EU!
- 09-09-2013 VVD wil meer economische integratie binnen EU
- 25-03-2017 Europese Unie ruziet in Rome
- 07-03-2017 Centraal EU commando
- 09-02-2017 'Doormodderen leidt tot uiteenvallen EU'
- 19-1-2017 Verhofstadt door eigen fractie pootje gehaakt*
- 04-01-2017 'Erken de verliezers van vrijhandel'
- 28-12-2016 'We gokken hier niet maar wat'
- 23-12-2016 'Vooruitgang is niet eerlijk verdeeld'
- 3-12-2016 Europa in greep van anti-stem
- 20-11-2016 Angela Merkel loopt niet weg
- 26-11-2016 pappen en nat houden*
- 20-10-2016 May wacht ijzige ontvangst*
- 17-09-2016 Terug naar kerntaken
- 07-10-2016 Frans-Duitse as moet Europa nieuw elan geven
- 07-06-2015 Poetin speelt vredesduif;
'Oorlog tussen Rusland en NAVO is een dwaze droom'*
- 27-08-2016 EU gaat een hete herfst tegemoet

19-08-2016 Top Frankrijk, Duitsland en Italië over de Brexit
 26-06-2016 Britten tot spoed gemaand
 25-06-2016 Eruit
 20-02-2015 'Griekse crisis slecht aangepakt'
 18-12-2014 Eurodrama
 2-09-2014 Schäuble pleit voor apart Europarlement
 12-04-2014 'EU heeft ervaring nodig'; Juncker haalt uit naar laks Frans begrotingsbeleid
 27-01-2014 Berlijn is voor open grenzen
 24-12-2013 `Geef ondernemer duwtje';
 25-05-2013 Leider Britse anti-Europa-partij Ukip bezig met explosieve opmars
 31-12-2013 Van Rompuy ziet in meer Europa remedie eurosceptis
 06-12-2014 Europa raakt van de kaart

Artikelen NRC Handelsblad

24-06-2016 Brexit betekent dat EU heeft gefaald Zes tips
 11-05-2016 Straf Britten niet als ze de Europese Unie verlaten*
 27-02-2016 Europese Unie en 'Brexit' Deal met Cameron vooral symbolisch*
 5-06-2015 Na de erosie nu een welkom offensief vóór Europa; Commentaar
 5-06-2015 Europese Unie Frans-Duits voorstel Sterkere eurozone Meer samenwerking
 Haagse reacties
 15-05-2015 De Britten wensen ons wel meer Brussel toe
 31-12-2013 Van Rompuy ziet in meer Europa remedie eurosceptis
 06-12-2014 Europa raakt van de kaart*
 02-08-2014 Staatskundige Octopus*
 27-05-2014 Geoorloofde Discriminatie*
 05-11-2013 In onze overheid geloven wij; Column
 14-04-2014 Europa zal altijd een waagstuk blijven
 16-07-2016 Het weefsel van de Europese integratie kan ontrafelen
 11-04-2014 'we gingen de Sahara in met maar 10 flessen water'
 13-04-2015 Koenders wil lidstaten EU op hun zwakten aanspreken: ambitieus
 19-04-2016 Hoe zit het met Junckers 'grote continentale crisis'?
 7-06-2013 Waarom zagen jullie in 2013 niet wat er misging?
 31-01-2014 Hoe lang blijven de burgers boos op Brussel? Lang, maar vergeefs

23-01-2015 De EU als tweede Zwitserland; Versloffen
02-07-2016 Ik ben, verdwaasd, gaan douchen
06-07-2016 Exit roepen zonder plan, dat is spelen met vuur in dit Europa
29-09-2016 De vele ideeën en vrienden van Baudet
10-12-2016 Hoe vier je de verjaardag van een zieke EU?
13-12-2016 Praat met die man om erger te voorkomen
17-01-2017 Onderschat de Britten niet, we zijn zelf te laks met Brexit
20-01-2017 Het zou dit jaar net zo goed World Political Forum kunnen heten
02-02-2017 Kamer ziet niets in Baudets 'Peuro'
07-02-2017 De te zwakke Duitse mark
11-02-2017 Status quo is beter dan chaos en destructie

Literatuur

- Aboura S., (2005). French media bias and the vote on the European constitution. *European Journal of Political Economy*, 21, 1093–1098
- Badie, B., Berg-Schlosser, D., & Morlino, L. (2011). *International Encyclopedia of Political Science*. Thousand Oaks, USA: Sage Publishing.
- Bakker P., (2016). Bereik (2): AD en Telegraaf bereikten evenveel lezers in 2015. J-Lab, Hogeschool Utrecht. Geraadpleegd van:
<https://www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia/bereik-2-ad-en-telegraaf-bereikten-evenveel-lezers-in-2015/>
- Bakker P., & Scholten O. (2011). *Communicatiekaart van Nederland*. Den Haag: Kluwer.
- Barker, R. (2001). *Legitimizing Identities: The Self-Presentations of Rulers and Subjects*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Barker, R. (2003). “Legitimacy, legitimation, and the European Union: what crisis”. Law and Administration in Europe, Edited by: Craig, P. and Rawlings, R. 157–74. Oxford: Oxford University Press.
- Baum, M., & Groeling, T. (2008). Shot by the Messenger: Partisan Cues and Public Opinion Regarding National Security and War. *Political Behavior*. 31, 157-186.
- Baum, M., & Potter, P. (2008). The Relationships Between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis. *Annual Review of Political Science*, 11, 39-65.
- Beus, de, J., & Mak, J. (2009). *De kwestie Europa. Hoe de EU tot de Nederlandse politiek doordringt*. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.
- Bos, L., & Brants, K. (2014). Populist rhetoric in politics and media: A longitudinal study of the Netherlands. *European Journal of Communication*, 29(6), 703-719.
- Braun D., Mikhaylov S., Schmitt H., (2009). Manifesto Study Documentation. Mannheim: Mannheim Centre for European Social Research (Universität Mannheim).
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012). *Sociaaleconomische trends, 2e kwartaal 20122016*. Geraadpleegd van:
<https://www.cbs.nl/-/media/imported/documents/2012/26/2012-k2-v4-p55-art.pdf>.
- Dempsey G., Page B., Shapiro R. (1987). What moves public opinion?. *The American Political Science Review*, 81(1), 23-44.
- Druckman, J. (2004). Political Preference Formation: Competition, Deliberation, and the (Ir)relevance of Framing Effects. *American Political Science Review*, 98(4), 671-686.

- Domevscek, E. (2006). *Politieke kleur bekennen* (master thesis). Erasmus Universiteit. Geraadpleegd van:
<https://www.google.nl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiHioPdofDTAhVFCCwKHTXDAj0QFghVMAg&url=https%3A%2F%2Fthesis.eur.nl%2Fpub%2F3907%2FthesisEDomevscek.pdf&usg=AFQjCNEVH4xU-UfKVMbE1DlbHaMaRoOD0A>
- EenVandaag (2016). *Standpunten politieke partijen over Europa*. Geraadpleegd van:
<http://verkiezingen.eenvandaag.nl/uploads/doc/Standpunten%20politieke%20partijen%20over%20Europa.pdf>.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Europees Parlement. (2015). *EU-Begroting in een Oogopslag* (Infografiek). Geraadpleegd van:
<http://www.europarl.europa.eu/news/nl/news-room/20141202IFG82334/eu-begroting-toegelicht-uitgaven-en-bijdragen-door-de-lidstaten>
- Europa Nu. (2017). *De Griekse crisis*. Geraadpleegd van:
https://www.europa-nu.nl/id/viccj7o2p7ug/de_griekse_crisis#p2
- Griffith, T (1984). Newswatch Thomas Griffith: When the Game Is Name. *Times Magazine*, 123, p. 155. Geraadpleegd van:
<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,952307,00.html>
- Helbling, M., Hoeglinger, D., & Wüest, B. (2010). How political parties frame European integration. *European Journal of Political Research*, 49(1), 496-521.
- Hoof, A.M.J. van (2000). *Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Hoogendam, E. (2009). *Kwaliteitskrant versus Populaire krant. De berichtgeving rondom de zaak Joran van der Sloot in De Telegraaf en NRC Handelsblad*. (master thesis). Erasmus Universiteit Rotterdam. Geraadpleegd van:
<https://thesis.eur.nl/pub/6807/Thesis%20Ellen%20Hoogendam%20307709.pdf>
- Hurrelman A., Gora A., Wagner A.,(2013). The legitimization of the European Union in the news media: three treaty reform debates. *Journal of European Public Policy*, 20(4), 515-534
- Hurrelman A., Gora A., Wagner A., (2015). The Politicization of European Integration: More than an Elite Affair?. *Political Studies*: 63, 43–59
- Jerit, J., & Simon, A. (2007). Toward a Theory Relating Political Discourse, Media, and Public Opinion. *Journal of Communication*, 57, 254-271.
- Key, V.O., (1964). *Public Opinion and American Democracy*. New York: Knopf.

- La Barbera, F. (2015). Framing the EU as Common Project vs. Common Heritage: Effects on Attitudes Towards the EU Deepening and Widening. *The Journal of Social Psychology*, 155(6), 617-635.
- NRC Media. *De NRC-lezer in vier leeftijdsegmenten* [Persbericht]. (2017). Geraadpleegd van <https://www.nrcmedia.nl/nieuws/de-nrc-lezer-in-vier-leeftijdsegmenten/>
- Powlick, P., & Katz, A. (1998). Defining the American Public Opinion/ Foreign Policy Nexus. *Mershon International Studies Review*, 42, 29-61.
- ProDemos. (z.j.). De Geschiedenis van de EU. Geraadpleegd van <https://www.prodemos.nl/leer/informatie-over-politiek/de-europese-unie/de-geschiedenis-van-de-eu/>
- ProDemos. (z.j.). Indeling van Partijen. Geraadpleegd van <https://www.prodemos.nl/leer/informatie-over-politiek/politieke-partijen/indeling-van-partijen/>
- Taggart, P. A., & Szcerbiak, A. (2008). *Opposing Europe?: The Comparative Party Politics of Euroscepticism : Volume 1: Case Studies and Country Surveys*. Oxford: Oxford University Press.
- Trenz, H. J., (2004). Media Coverage on European Governance. *European Journal of Communication*, 19(3), 291-319
- Trenz, H. J. (2004). „Quo vadis Europe?“ Quality newspapers struggling for European unity. *One EU - Many Publics? Conference*, Berlijn, Duitsland. Geraadpleegd van: www.sv.uio.no/arena/english/research/projects/.../PaperTrenz.pdf.
- Tweede Kamer, (2017). *Debat over de Staat van de Europese Unie* Geraadpleegd van: https://www.tweedekamer.nl/debat_en_vergadering/plenaire_vergaderingen/details?date=09-02-2017#2016A04393
- Segers, M. (2014) *Waagstuk Europa. Nederland en de grote Europese vraagstukken van vandaag*. Amsterdam: Prometheus/Bert Bakker, 2014
- Sterling, C. (2009). *Encyclopedia of Journalism*. London: Sage Publications.
- Strohm, C., (2014). *Populism in the Front National and the Partij voor de Vrijheid*. (master thesis). Universiteit Utrecht. Geraadpleegd van: <https://www.hbo-kennisbank.nl/record/oai:repository.samenvakken.nl:smpid:47562>
- Sociaal en Cultureel Planbureau. (2016). *Burgerperspectieven 2016. (Rapport 3)*. Geraadpleegd van: https://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2016/Burgerperspectieven_2016_3

- Van Wenseveen, D. (2013). Het Democratisch Tekort van de Europese Unie. *Internationale Spectator*, 67(10), 37-40. Geraadpleegd van: <https://www.internationalespectator.nl/article/het-democratisch-tekort-van-de-europese-unie>
- Vertegenwoordiging van de Europese Commissie in Nederland. (2016). *Eurobarometer. De Publieke Opinie in de Europese Unie, Nationaal Rapport Nederland. (Rapport Najaar)*. Geraadpleegd van: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/PublicOpinion>
- Vreese, C., Boomgaarden H., (2006). Media Effects on Public Opinion about the Enlargement of the European Union. *Journal of Common Market Studies*, 44(2), 419–36
- Vreese, C., Boomgaarden H., Semetko H., (2011). (In)direct Framing Effects: The Effects of News Media Framing on Public Support for Turkish Membership in the European Union. *Communication Research*, 38(2) 179–205
- Watts, D. (2007). *A Glossary of UK Government and Politics*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Wüst, A., (2014). Parties in European Parliament Elections: Issues, Framing, the EU, and the Question of Supply and Demand. *German Politics*, 18(3), 426-440.
- Wüst, A. & Volker A., (2003). *Euromanifesto Coding Instructions (Nr. 64)*. Mannheim: Mannheim Centre for European Social Research (Universität Mannheim)