

Van goede organisator tot gemanipuleerd door hun leraar:

Beeldvorming rondom klimaatjongeren



1. Inhoudsopgave

2. Inleiding	3
3. Theoretisch kader	4
4. Methodiek	7
Kwantitatief onderzoek	7
Kwalitatief onderzoek	7
Onderzoekskwaliteit.....	8
Betrouwbaarheid.....	8
Validiteit	8
Relevantie.....	8
5. Resultaten.....	9
Kwantitatief onderzoek	9
Kwalitatief onderzoek	10
Beeldanalyse.....	11
Mogelijke effecten van de frames.....	12
6. Conclusie	13
7. Aanbevelingen.....	14
8. Bibliografie.....	15
Bijlage 1. Analyseschema	16

2. Inleiding

In augustus 2018 spijbelt de dan nog 15-jarige Greta Thunberg voor het eerst, omdat ze vindt dat de Zweedse regering te weinig doet tegen klimaatverandering. In plaats van dat ze naar school gaat, zit ze voor het parlamentsgebouw in Oslo en deelt ze flyers uit (Reformatorisch Dagblad, 2018). De meningen over Thunberg zijn verdeeld, in linkse kringen wordt ze geweldig gevonden, vanuit de rechtse hoek krijgt ze flinke weerstand (Van Dongen, 2019).

Andere jongeren zien Thunberg als inspiratie en al snel volgen ze haar voorbeeld om niet naar school te gaan. Ook in Nederland beginnen jongeren met acties voor aandacht voor klimaatverandering. De jongeren groeperen zich onder de naam 'Youth for Climate', maar ze worden ook wel klimaatjongeren, klimaatstakers en klimaatpijbelars genoemd. Die laatste term werd bijna het woord van het jaar van Van Dale (RTL Nieuws, 2019).

Door hun acties mogen Thunberg en ook een paar Nederlandse jongeren spreken voor regeringsleiders, zoals bij de klimaattop in Madrid. Daar wachten tientallen journalisten Thunberg op bij haar aankomst (Winkels, 2019). De jongeren verschijnen in de tijden rond de georganiseerde klimaatstakingen op verschillende plekken in de media, ze krijgen voorpagina's en ze schuiven aan bij De Wereld Draait Door.

De manier waarop de jongeren naar voren komen in de media kan beïnvloeden hoe het publiek naar deze jongeren kijkt. Het zou zo kunnen zijn dat meer of minder jongeren zich bij een staking aansluiten door wat de media berichten. Maar ook politieke partijen kunnen gebruik maken van de aandacht voor de jongeren. Jesse Klaver en Rob Jetten sluiten zich bijvoorbeeld bij de stakers aan, waardoor stemmers die het eens zijn met deze jongeren, of met het beeld dat ze van de jongeren hebben, misschien voor hen kiezen (GeenStijl, 2019).

In dit onderzoek wordt daarom gekeken naar de beeldvorming rondom klimaatjongeren.

Hoofdvraag: Wat is de beeldvorming omtrent klimaatjongeren?

Deelvragen:

Hoe vaak berichten de Volkskrant en De Telegraaf over klimaatjongeren in 2019?

Welke frames komen voor in de berichtgeving van De Telegraaf en de Volkskrant rondom klimaatjongeren in 2019?

Welk frame of welke frames komen voor in een bepaald beeldfragment?

In het onderzoek zal eerst ingegaan worden op de gebruikte theorie in dit onderzoek, daarna wordt de methode uitgelegd, waarna de resultaten zullen volgen. Ten slotte wordt een conclusie gegeven en worden er aanbevelingen gedaan.

3. Theoretisch kader

In dit theoretisch kader worden de theorieën besproken die toegepast zijn in dit framingsonderzoek. Om te beginnen met de basis: Medialogica.

Met medialogica wordt bedoeld dat er sprake is van een gemediatiseerde tijd, waarin journalisten invloed hebben op hoe publiek en politiek naar de wereld kijken. En waarbij vanuit de politiek steeds meer communicatie gestuurd wordt door de logica van de media en steeds minder door de politieke partijen (Brants & Van Praag, De macht van de medialogica, 2014). Daarbij is er sprake van een verschuiving van inhoud naar entertainment, zo zou het bij klimaatjongeren misschien belangrijker kunnen zijn dat Jesse Klaver of Rob Jetten zich bij de jongeren aansluiten op het malieveld, in plaats van dat ze klimaatverandering opnemen in hun partijprogramma (GeenStijl, 2019).

Bij de theorie wordt er uitgegaan van drie groepen: media, publiek en politiek, die elkaar in een driehoek kunnen beïnvloeden. De grootte van de invloed per groep kan verschillen. In de tijd van verzuiling was er bijvoorbeeld sprake van een partijdige logica, waarbij de politieke partijen uitmaakten waarover gesproken werd en op wat voor manier.

Toen de ontzuiling intrad zat het publiek steeds minder vast aan een medium of politieke partij, waardoor er meer moeite gedaan moest worden om de aandacht van het publiek te krijgen. Daardoor werd het publiek steeds belangrijker en was er sprake van een publiekslogica.

Daarna veranderde dat langzaam naar een medialogica, waarbij de media steeds meer macht kregen (Brants & Van Praag, De macht van de medialogica, 2014). Het is beargumenteerbaar dat het zwaartepunt nu steeds meer bij het publiek komt te liggen, door de opkomst van internet en sociale media. De macht van de media neemt af, doordat politici en publiek elkaar kunnen bereiken zonder de media nodig te hebben (Brants, 2014).

Nog steeds hebben media invloed op publiek en politiek. Volgens Van Praag & Brants (2014) kunnen de media op drie verschillende vlakken macht hebben: aandachtsmacht, agendamacht en definitiemacht.

Aandachtsmacht

De eerste macht is aandachtsmacht. Dat houdt in dat journalisten de macht hebben om te publiceren over politici, waardoor die zichtbaar worden en in contact kunnen komen met grote groepen burgers (Brants & Van Praag, De macht van de medialogica, 2014).

Als de aandacht door de media buiten proportie groot is, kan er sprake zijn van een mediahype (Burger, 2014, in Bardoel & Wijfjes). Bij een mediahype wordt op een bepaalde manier nieuws gemaakt, waardoor er steeds meer nieuws over een onderwerp komt, zonder dat er nog nieuwe informatie wordt overgebracht (Vasterman, 2015).

Agendamacht

Bij agendamacht gaat het over de vraag of vooral de media het onderwerp bepalen van het politieke debat (Brants & Van Praag, De macht van de medialogica, 2014). Dit sluit aan op de agenda-settingtheorie van McCombs en Donald Shaw zij toonden aan dat er een sterke overlap bestaat

tussen de onderwerpen die kiezers belangrijk vinden en de onderwerpen waar de media over berichten (In Bardoel & Wijfjes, 2014, p. 223). Maar ook stijgt een onderwerp vaak op de politieke agenda als dat ook stijgt op de media-agenda.

Ook bij klimaatjongeren is dit waarschijnlijk toepasbaar. Het zou zo kunnen zijn dat door de aandacht van de media meer jongeren mee zijn gaan lopen in de staking. Ook zijn de organiserende scholieren uitgenodigd bij Mark Rutte en Eric Wiebes (Algemeen Dagblad, 2019). De klimaatjongeren stonden daardoor dus letterlijk in de agenda van de minister-president.

De grote van het effect van de media op de agenda van de politiek en het publiek hangt af van meerdere factoren. Bij sommige onderwerpen, zoals integratie en immigratie, is de invloed groter. Ook verschilt de invloed per medium. De invloed van de media is groter op oppositiepartijen dan op coalitiepartijen, zij zijn namelijk op zoek naar onderwerpen om de regering mee aan te vallen (Vliegthart, 2015).

Defenitiemacht

Bij definitiemacht gaat het om de media die de mogelijkheden hebben om het kader te kiezen waarin politieke feiten gepresenteerd worden (Brants & Van Praag, De macht van de medialogica, 2014). Het benadrukken van bepaalde aspecten van een onderwerp heet framing (Vliegthart, 2015).

Sarah Gagestein (2014, pp. 14,15) legt het in haar boek 'Denk niet aan een roze olifant' als volgt uit: "Stel, je wilt een kind overhalen om spruitjes te eten. Wat denk je dat beter werkt: vertellen dat de voedingswaarde van spruitjes zo hoog is of dat Messi nooit zo'n topvoetballer was geworden als hij zijn groenten niet had gegeten?(...) Wetenschappers noemen dit inspelen op associaties framing."

Bij een mediaframe gaat het over hoe een onderwerp wordt gepresenteerd in de mediaberichtgeving. Bij een productie maakt de journalist keuzes over de inhoud. Door die keuze wordt een deel van het onderwerp benadrukt (De Boer & Brennecke, 2014). In de journalistiek is framing niet altijd bewust.

De selectie van een frame kan al plaatsvinden voordat een nieuwsbericht wordt gepubliceerd. Het kan zijn dat een journalist, al dan niet bewust, bij het verzamelen van informatie voor bijvoorbeeld een reportage al uitgaat van een bepaald frame en dat toepast op het zoeken en opschrijven van die informatie (Gorp, 2006). Politici kunnen, in de trant van medialogica, frames gebruiken om ervoor te zorgen dat media hun ideeën en uitspraken oppakken (Bruijn, 2011).

Volgens Vliegthart (2015) zijn er twee soorten framing: onderwerp-specifieke frames en generieke frames. Bij onderwerp-specifieke frames gaat het over een frame dat alleen toepasbaar is op een enkel onderwerp. Zo kan er bij klimaatjongeren bijvoorbeeld geframed worden dat ze misschien hypocriet zijn, omdat ze naar de McDonalds gaan na een klimaatstaking.(Telegraaf, 2019). Of dat de jongeren gewoon een dagje vrij willen van school (Telegraaf, 2019). Maar er kan ook benadrukt worden dat jongeren maatschappelijk bewust zijn (Volkskrant, 2019).

Daarnaast zijn er generieke frames, zoals het 'conflict'-frame en het slachtofferframe. Die frames zijn op meerdere onderwerpen toepasbaar. Bij het slachtofferframe wordt uitgelicht dat iets of iemand het slachtoffer is. Dit zou toepasbaar kunnen zijn op de klimaatjongeren, als er wordt benadrukt dat ze worden gemanipuleerd door volwassenen om in actie te komen (Telegraaf, 2019). Maar het is

bijvoorbeeld ook toepasbaar op de zwartepietendiscussie, waarbij benadrukt wordt dat kinderen slachtoffer zijn omdat hun feest verpest is (AD, 2018).

Effecten van framing

Doordat het publiek de mediaboodschap met frame lezen, kan het zijn dat zij het frame overnemen en het onderwerp ook op die manier gaan zien (De Boer & Brennecke, 2014). Burgers en kiezers kunnen dus beïnvloed worden in hoe ze denken over een bepaald onderwerp, wat ze van de politiek in het algemeen vinden en of, en zo ja op wie ze gaan stemmen (Vliegthart, 2015).

Mede door framing kan priming optreden. Bij priming bepalen media de beoordelingsmaatstaven van het publiek. Door het noemen van een woord wordt een deel in het geheugen geactiveerd waarin informatie is opgeslagen die te maken heeft met dat woord. Daardoor worden dus associaties opgeroepen (De Boer & Brennecke, 2014). Een voorbeeld daarbij is de Islam. Als Islam en terrorisme vaak samen genoemd worden, zal het publiek die associatie krijgen en het onderwerp daardoor belangrijker vinden en mee laten wegen bij het stemmen.

Het primingproces zou ook een mogelijke verklaring voor het agenda-settingeffect kunnen zijn. Door de aandacht voor een onderwerp in de media wordt dat onderwerp toegankelijker in het geheugen, waardoor het belangrijker lijkt (in De Boer & Brennecke, 2014, p. 202).

4. Methodiek

In dit hoofdstuk staat beschreven hoe dit onderzoek uitgevoerd is. Het onderzoek bestaat uit een kwantitatief en een kwalitatief deel.

Tijdens het onderzoek worden artikelen gebruikt van De Telegraaf en de Volkskrant. De Telegraaf is een populair dagblad, met de grootste oplage in Nederland. De lezers van De Telegraaf lijken een dwarsdoorsnede van de Nederlandse bevolking. De Volkskrant daarentegen is de kwaliteitskrant met de hoogste oplage van Nederland, met meer lezers uit hogere inkomens- en opleidingscategorieën (Bakker & Scholten, 2014).

4.1 Kwantitatief onderzoek

Bij het kwantitatieve deel van het onderzoek wordt gekeken naar de hoeveelheid artikelen die verschenen zijn over het onderwerp 'klimaatjongeren'. Voor die gegevens is gebruik gemaakt van de databank NexisUni, waar alle Nederlandse krantenartikelen in opgeslagen worden. Daarbij is via geavanceerd zoeken op de volgende zoekterm gezocht:

scholieren or leerlingen or klimaatspijbelars or stakers or jongeren and spijbelen or staken or protesteren and klimaat or milieu

Doordat de benaming voor de groep jongeren vaak zelf al een frame bevat is het belangrijk om al deze termen in het onderzoek op te nemen om een zo goed mogelijk beeld te krijgen.

Verder is de periode ingesteld van 1 januari 2019 tot 1 januari 2020. 7 februari 2019 was de eerste jongerenklimaatstaking in Nederland.

4.2 Kwalitatief onderzoek

Bij het kwalitatieve onderzoek wordt gekeken naar de inhoud van de artikelen, in dezelfde periode als het kwantitatieve onderzoek. Daarbij worden per dagblad vijftien willekeurig gekozen artikelen geanalyseerd op inhoud, in totaal dus dertig. Daarbij wordt antwoord gegeven op drie vragen.

1. Wat is het probleem/onderwerp?
2. Wie is de verantwoordelijke daarvoor?
3. Wat is de oplossing?

Zo blijkt er vanuit welke kant een onderwerp belicht wordt in een artikel. En wordt het duidelijk of dezelfde frames vaker voorkomen.

Om ervoor te zorgen dat alleen de uitgebreidere artikelen behandeld worden, en er niet gekeken wordt naar korte nieuwsberichten, wordt er alleen gekeken naar artikelen met meer dan driehonderd woorden.

Ook zal er een video geanalyseerd worden. Namelijk een item van De Telegraaf van 7 februari 2019, waarbij de verslaggever na de eerste klimaatstaking jongeren gaat ondervragen die na hun staking bij de McDonalds zijn.

4.3 Onderzoekskwaliteit

Om te oordelen over de kwaliteit van dit onderzoek wordt ingegaan op de door Verhoeven (2018) geformuleerde kwaliteitscriteria van een onderzoek: betrouwbaarheid, validiteit en bruikbaarheid.

Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid van het kwalitatieve onderzoeksdeel is hoog. Het onderzoek is constant uitgevoerd met dezelfde zoekterm, die genoemd is in deze methodiek. Hierdoor is herhaalbaarheid en controle mogelijk.

Het kwalitatieve onderzoeksdeel zou minder betrouwbaar kunnen zijn, doordat het analyseren van de frames niet op een volledig objectieve manier kan gebeuren. Het onderzoek is echter op een gestructureerde, onafhankelijke manier uitgevoerd, op basis van een in te vullen schema bij de artikelen. Hierdoor wordt eigen interpretatie beperkt.

Alle geraadpleegde bronnen zijn vermeld volgens de APA-richtlijnen en de onderzoeksmethode wordt behandeld in deze methodiek.

Validiteit

Door het vastleggen van handelen en het gebruik van de gestructureerde manier van onderzoek doen zijn er geen systematische fouten en is het onderzoek dus intern valide. De theorie uit het theoretische kader wordt toegepast op het onderzoek.

De resultaten van dit onderzoek hebben echter een lage externe validiteit. Doordat er enkel vijftien artikelen per krant geanalyseerd zijn, zijn de resultaten niet te generaliseren naar bijvoorbeeld de houding van de hele krant. Het onderzoek is slechts indicatief.

Relevantie

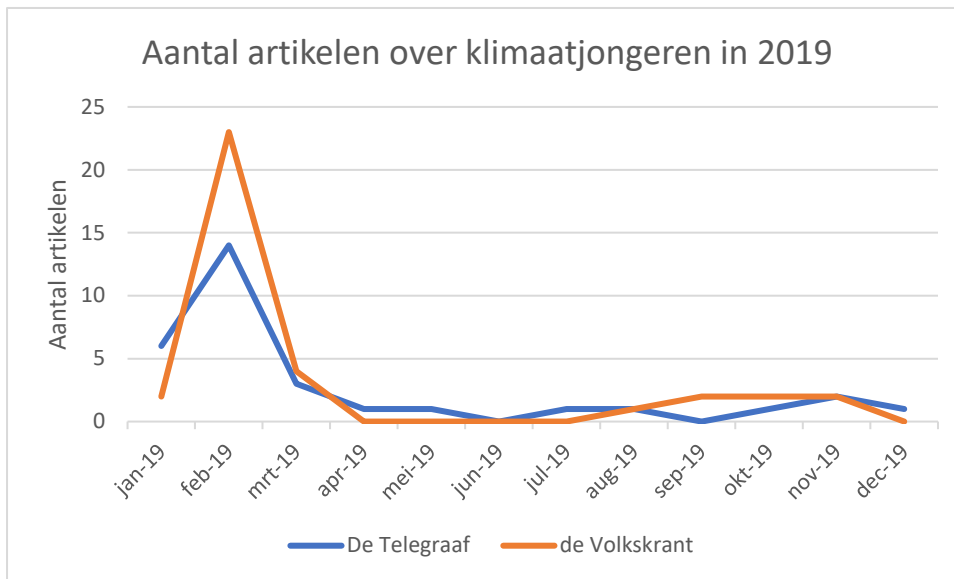
De bruikbaarheid is door de lage externe validiteit niet heel hoog. Echter kan dit onderzoek wel een reden zijn voor vervolgonderzoek, aangegeven bij aanbevelingen. De relevantie van het onderwerp is hoog. De jongeren zijn met duizenden dus het onderwerp gaat veel mensen aan. Daarnaast laten politici zich beïnvloeden door de jongeren en gaat bijvoorbeeld Mark Rutte met ze in gesprek, daarmee hebben de jongeren een stem gekregen in het al spelende klimaatdebat. Ook komt daar nog de maatschappelijk discussie bij over of scholen een mening mogen hebben over politieke onderwerpen en of leerlingen dan wel niet mogen staken.

Door dit onderzoek wordt duidelijk hoe klimaatjongeren in beeld worden gebracht en hoe dit verschilt tussen de Volkskrant en De Telegraaf. Deze kranten worden veel gelezen en hebben invloed op het politieke debat. Daarbij kan de beeldvorming van deze kranten dus invloed hebben op het debat.

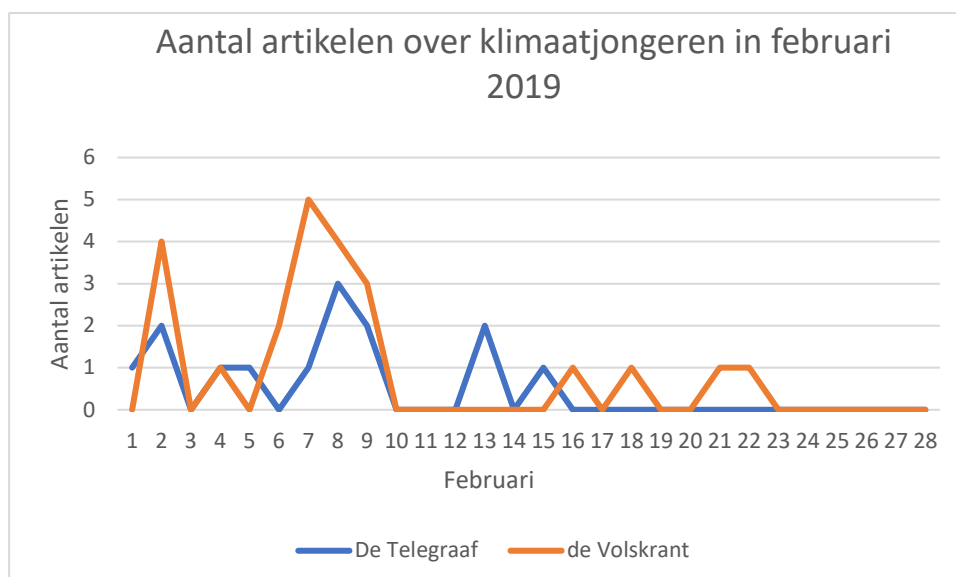
5. Resultaten

5.1 Kwantitatief onderzoek

Bij het kwantitatieve deel van het onderzoek is gekeken naar hoe vaak De Telegraaf en de Volkskrant berichten over de klimaatjongeren. Uitgaande van de agenda-settingtheorie van McCombs en Donald Shaw (In Bardeel & Wijfjes, 2014) zou je kunnen stellen dat hoe vaker een medium bericht over een onderwerp, hoe hoger het op diens agenda staat. Dit zou vervolgens invloed kunnen hebben op hoe belangrijk het publiek en de politiek het onderwerp vinden. Ook geldt dat hoe eerder een medium bericht over een onderwerp, hoe meer het de mogelijkheid heeft om te bepalen hoe het onderwerp wordt aangesneden en welke personen aan bod komen.



Bij de klimaatjongeren is een piek te zien in februari 2019. Dat is ook de maand waarin de jongeren voor het eerst met duizenden staken. In februari is te zien dat vooral de dagen vooraf en de dagen na de staking van 7 februari veel berichten gepubliceerd zijn. Berichtgeving over de klimaatjongeren vooraf aan de staking zou ervoor kunnen zorgen dat jongeren zich wel of niet aansluiten bij de staking. De hoeveelheid op 8 februari is te verklaren doordat op die dag de krant gedrukt wordt met het nieuws van wat er op 7 februari gebeurd is.



In totaal bericht de Volkskrant vaker (36 keer) over de klimaatjongeren dan De Telegraaf (31 keer). Dit verschil is echter niet heel groot. In februari is het verschil wel groter, daar bericht de Volkskrant 23 keer over de jongeren en De Telegraaf 14 keer. Daardoor zou het dus kunnen zijn dat op dat moment de lezers van de Volkskrant het onderwerp belangrijker schatten dan de lezers van De Telegraaf.

5.2 Kwalitatief onderzoek

Bij het kwalitatieve onderzoek zijn vijftien artikelen van De Telegraaf en vijftien artikelen van de Volkskrant geanalyseerd, volgens het schema in de bijlage. Daarbij is er een aantal frames dat vaker terugkomt in de artikelen. Dit zijn het hypocrisieframe, het vrije dagframe, het onderwijsframe, het slachtofferframe, het organisatieframe en het doorgaanframe.

Hypocrisieframe

Bij het hypocrisieframe ligt er in het artikel nadruk op het feit dat de jongeren die staken voor een beter klimaat zelf weinig of niks doen voor het klimaat, of dingen die slecht zijn voor het klimaat. Dit komt bijvoorbeeld terug in het artikel 'Heel veel zorgen en een vegaburger toe', waar in de kop vooral de nadruk ligt op dat er een vegaburger gegeten wordt, is dat in het artikel zelf anders. "Achteraf konden fastfoodgiganten de vraag naar hamburgers nauwelijks aan." Ook komen in het artikel jongeren aan bod die drie keer per jaar het vliegtuig nemen, vlees lekker vinden en de ochtend voor de klimaatstaking nog een half uur gedoucht hebben (Sluis, 2019).

Dit frame komt vijf keer voor bij de Telegraaf. Bij de Volkskrant is het bij geen van de artikelen een groot onderdeel van het verhaal, wel wordt er af en toe iets in ongeveer dezelfde strekking genoemd tussen de regels door, in combinatie met jongeren die wel iets doen voor het klimaat.

Vrije dagframe

Een tweede frame is het frame waarbij benadrukt wordt dat de scholieren de klimaatstaking als excuus gebruiken om een dag van school te kunnen missen, in plaats van dat ze het klimaat belangrijk vinden. Dit wordt door De Telegraaf twee keer gedaan en door de Volkskrant een keer in een artikel van Aaf Brandt Corstius: "Het derde probleem is dat ik de kinderen natuurlijk niet helemaal vertrouw. Gisteren zei mijn zoon van 9: 'Ik zou ook best een dagje willen spijbelen. Of staken.'"

Ook in het artikel 'Stop met racen op de Autobahn' in De Telegraaf komt het aan bod (Savelberg, 2019). "Veel leraren en ouders ondersteunen de acties en de leerlingen vinden het een goed excuus om school te skippen."

Aan de andere kant wordt er in de Volkskrant ook benoemd dat de scholieren straf krijgen voor het afwezig zijn op school. Dit laat dan zien dat ze straf over hebben voor de staking en het dus niet alleen voor een vrije dag zou kunnen zijn.

Onderwijsframe

Hoe scholen omgaan met de klimaatstaking is een ander frame. In de artikelen wordt er op twee manieren gekeken naar wat scholen en docenten toen met de klimaatstaking. Er wordt beschreven hoe de jongeren echt aan het spijbelen zijn en straf krijgen op school. Dit gebeurt in het artikel van De Volkskrant van 15 maart 'Thuis zeggen ze: dit heeft geen zin'.

Een van de jongeren aan het woord vertelt hoe de school straf geeft als leerlingen spijbelen zonder toestemming van de ouders. Deze kant van het frame komt minder vaak expliciet voor, maar komt meestal voor in citaten die vooral de Volkskrant gebruikt.

Aan de andere kant wordt benadrukt dat scholen juist wel achter de leerlingen staan en soms aanmoedigen, zoals benoemd wordt in het artikel School moedigt aan tot staken van Mascha de Jong in de Volkskrant. Dit frame komt vaker voor, in De Telegraaf en in de Volkskrant drie keer.

Slachtofferframe

Een stapje verder gaat het slachtofferframe. Hierbij worden de scholieren neergezet als slachtoffers van de volwassenen die hen manipuleren of indoctrineren. Dit komt vooral vaker voor in opiniestukken van De Telegraaf. "Scholieren worden gemanipuleerd om in actie te komen. (...) Het goedkeuren van of aanzetten tot spijbelen om een statement te maken, is een vorm van kindermishandeling." (De Telegraaf, 2019) Dit frame komt een aantal keer voor in De Telegraaf (3) en een keer in de Volkskrant.

Scholieren worden ook op een andere manier als slachtoffer neergezet, dit gebeurt echter minder dan bovenstaande. In de artikelen wordt belicht dat de jongeren slachtoffer zijn van online haat en valse beschuldigingen (Bouma, 2019). Of dat ze bedenkingen en kritiek te verduren krijgen in onder meer De Telegraaf (Bossema & Deems, 2019). Dit frame wordt twee keer genoemd in de Volkskrant, in De Telegraaf komt het niet ter sprake.

Organisatieframe

Bij het organisatieframe wordt er in het artikel vooral nadruk gelegd op hoe de jongeren de staking georganiseerd hebben. In de Volkskrant wordt bijvoorbeeld beschreven dat de organisatie goed was. "De jongeren hebben alles tot in de puntjes voorbereid. (...) Van groene hesjes voor de organisatie, eerder online besteld, tot een uitgekende taakverdeling" (Bouma, 2019). Dit frame komt bij de Volkskrant twee keer voor.

Doorgaanframe

In de Volkskrant komt dit frame een aantal keer voor. Meestal in combinatie met de vraag: komt er nog een staking? Daarbij wordt vaak aangegeven dat de jongeren doorgaan tot ze tevreden zijn en dat ze niet zomaar genoeg nemen met de woorden vanuit de politiek. Dit komt naar voren in het artikel Spijbelen voor een beter klimaat, van 2 februari. In het interview staat bijvoorbeeld het volgende citaat: "Als de politiek naar ons luistert, zijn we met één staking klaar. Doen ze dat niet, dan gaan we door. Als de politiek verzuimt iets te doen, dan verzuimen wij school."

Over het algemeen heeft de Volkskrant in de geanalyseerde artikelen een positievere blik op de klimaatjongeren dan De Telegraaf. De Volkskrant legt vaker de nadruk op de maatschappelijke betrokkenheid, het doorzettingsvermogen en de goede organisatie. In tegenstelling tot De Telegraaf die vaak nadruk legt op hypocrisie en dat de jongeren gemanipuleerd worden.

De Telegraaf wordt gemarkeerd door een wat rechtser publiek dan de Volkskrant, die juist een wat linkser publiek heeft (Pew Research Center, 2018). Dit komt ook overeen met dat rechtse partijen minder graag zien dat jongeren spijbelen voor het klimaat dan linkse partijen (Algemeen Dagblad, 2019).

5.3 Beeldanalyse

Naast artikelen maakte De Telegraaf ook een video over de klimaatstaking. Daarbij ging de verslaggever naar de McDonald's. In de video komt een aantal jongeren in beeld dat nog met

protestbord en al aanschuift bij de McDonald's. "Lekker burgertje? Lekker stukje vlees?", vraagt de verslaggever. "Ja, heerlijk. Dat is iets minder voor het klimaat, maar ja, ik moet toch eten?", antwoordt de jongere. De keuze om scholieren in beeld te brengen die na het staken hamburgers eten sluit aan bij het bovenstaande hypocrisieframe (Telegraaf, 2019).

5.4 Mogelijke effecten van de frames

Door het gebruik van frames kan het zijn dat lezers de inhoud van dat frame overnemen en het onderwerp op dezelfde manier gaan zien (De Boer & Brennecke, 2014). Als De Telegraaf vaker het hypocrisieframe gebruikt, kan het zijn dat lezers van De Telegraaf de jongeren ook gaan zien als hypocriet. Terwijl lezers van de Volkskrant de jongeren meer zouden kunnen zien als goede organisatoren die weten waar ze mee bezig zijn.

Interessant is het daarbij om te kijken naar het artikel 'Alles voor een dagje vrij' van De Telegraaf, gebaseerd op 'De stelling van de dag'. In de rubriek deelt De Telegraaf een enquête onder lezers, waardoor zij de mogelijkheid krijgen om hun mening te geven. Ook over de klimaatjongeren hield de krant een enquête. Dit is interessant, doordat er zo duidelijk wordt wat de lezers vinden en of dat overeenkomt met de eerder genoemde frames.

In het artikel komt ten eerste naar voren dat 92 procent van de respondenten vindt dat de scholieren naar school moeten in plaats van spijbelen voor het klimaat. Als reden wordt gegeven dat opkomen voor het klimaat ook in het weekend kan en dat de respondenten bang zijn dat de staking uit de hand kan lopen.

In het artikel staat: "Een overgrote meerderheid denkt tevens dat het de jongeren te doen is om een extra dagje vrij, in plaats van om de goede zaak. Een respondent vindt de demonstranten 'een groep geïndoctrineerde dertienjarigen die dit onderwerp aangrijpen om maar een beetje te kunnen provoceren'." Dit sluit aan bij de eerder genoemde vrije dagframe en hypocrisieframe.

Op de manier dat de uitslag van deze enquête gebracht wordt, zijn er dus grote overeenkomsten tussen de beeldvorming van De Telegraaf en het beeld dat de lezers hebben. Wel moet daar de opmerking bij gemaakt worden dat er geen causaal verband aangetoond kan worden. Het zou dus ook zo kunnen zijn dat de lezers dit vinden en er daarom voor kiezen De Telegraaf te lezen.

Over het algemeen heeft de Volkskrant in de geanalyseerde artikelen een positievere blik op de klimaatjongeren dan De Telegraaf. Dit zou er dus ook toe kunnen leiden dat lezers van De Telegraaf negatiever kijken naar de klimaatjongeren dan lezers van de Volkskrant. Door deze framing kan priming optreden. Door vaak de jongeren in combinatie met bijvoorbeeld goede organisatie of manipulatie te noemen, zou het publiek die associatie in het geheugen kunnen krijgen.

Doordat De Telegraaf en de Volkskrant de grootste populaire (De Telegraaf) en kwaliteitskrant (de Volkskrant) zijn bereiken zij een groot publiek, en daarmee ook de politiek. Hun manier van beeldvorming zou dus invloed kunnen hebben op het publieke en politieke debat. Doordat de jongeren een maatschappelijk thema aansnijden, en daarmee invloed hebben op politici, die op hen reageren, kan het zijn dat de beeldvorming van de klimaatjongeren ook invloed heeft op het algemene klimaatdebat.

6. Conclusie

Hoe vaak berichten de Volkskrant en De Telegraaf over klimaatjongeren in 2019?

De Volkskrant bericht 36 keer over de klimaatjongeren, De Telegraaf 31 keer. Dit verschil is niet heel groot. Groter is het verschil in februari, de maand waarin de eerste staking daadwerkelijk plaatsvindt. Dan bericht de Volkskrant 23 keer en De Telegraaf 14 keer. Op dat moment zou het dus kunnen zijn dat lezers van de Volkskrant klimaatjongeren een belangrijker onderwerp vinden dan lezers van De Telegraaf.

Welke frames komen voor in de berichtgeving van de Volkskrant en De Telegraaf rondom klimaatjongeren in 2019?

In de berichtgeving rondom klimaatjongeren komen de volgende frames voor: hypocrisieframe, vrije dagframe, onderwijsframe, organisatieframe en doorgaanframe. Over het algemeen lijken de artikelen van de Volkskrant positievere frames te gebruiken over de jongeren dan De Telegraaf. Dit sluit aan bij de kleur van de krant en de mening van de politieke partijen van diezelfde kleur.

Frames kunnen invloed hebben op hoe het publiek naar het beschreven onderwerp kijkt. Het kan dus zo zijn dat de lezers van de Volkskrant ook positiever naar de jongeren kijken dan de lezers van De Telegraaf.

Welk frame of welke frames komen voor in een bepaald beeldfragment?

In het beeldfragment van De Telegraaf komt het hypocrisieframe naar voren. Jongeren worden gefilmd en ondervraagd op het moment dat ze naar de McDonalds gaan na meegedaan te hebben aan een klimaatstaking.

Wat is de beeldvorming omtrent klimaatjongeren?

De beeldvorming rondom de jongeren is dus verschillend tussen De Telegraaf en de Volkskrant. In tijden van de staking schrijft de Volkskrant vaker en door het jaar heen positiever over de jongeren dan De Telegraaf.

7. Aanbevelingen

In dit onderzoek is op een kleine schaal gekeken naar de beeldvorming van klimaatjongeren in de Volkskrant en De Telegraaf. Hieruit is indicatief gebleken dat er rondom dit onderwerp een verschil ligt tussen deze twee kranten. Het zou daarom interessant kunnen zijn om te onderzoeken hoe dit op generaliseerbaar niveau uit zou pakken.

Ook zou het interessant kunnen zijn om te bekijken welke invloed de jongeren en de berichtgeving daarover hebben op het algemene klimaatdebat.

8. Bibliografie

- AD (2018, november 13). 'Schandalig dat volwassenen een kinderfeest kunnen verpesten'. Opgehaald van AD: <https://www.ad.nl/nijmegen/schandalig-dat-volwassenen-een-kinderfeest-kunnen-verpesten~aded241e/>
- Algemeen Dagblad. (2019, februari 10). Links en rechts verdeeld over scholieren die voor klimaat spijbelen. *Algemeen Dagblad*.
- Algemeen Dagblad. (2019, februari 9). Rutte praat met stakers, 'na school'. *Algemeen Dagblad*.
- Bakker, P., & Scholten, O. (2014). In *Communicatiekaart van Nederland*.
- Brants. (2014). Van medialogica naar publiekslogica? In B. & Wijfjes, *Journalistieke cultuur in Nederland*.
- Brants, & Van Praag. (2014). De macht van de medialogica. In V. P. Brants, *Media, Macht & politiek*.
- Bruijn, D. (2011). Je moet arme mensen geen vissen geven, maar een hengel. In *Over de macht van taal in de politiek*.
- Burger, 2014, in Bardoel & Wijfjes. (sd). Mediahype: de turbo van de nieuwsvoorziening.
- De Boer, & Brennecke. (2014). Priming & framing. In D. B. Brennecke, *Media en publiek*.
- Gagestein, S. (2014). Denk niet aan een roze olifant. In S. Gagestein, *Denk niet aan een roze olifant* (pp. 14-15).
- GeenStijl. (2019). *Klimaatspijbelaars vliegen Rob Jetten in*. Opgeroepen op februari 19, 2020, van Geenstijl: <https://www.geenstijl.nl/5146173/klimaatspijbelaars-vliegen-rob-jetten-in/>
- Gorp, V. (2006). *Een constructivistische kijk op het concept framing*.
- Pew Research Center. (2018). *Fact Sheet: News Media and Political Attitudes in The Netherlands*.
- Reformatorisch Dagblad. (2018, september 5). Over een oorverdovend vertrek en een stakende scholiere in Zweden.
- RTL Nieuws. (2019, december 10). *RTL Nieuws*. Opgeroepen op februari 11, 2020, van <https://www.rtlnieuws.nl/editie/nl/artikel/4950786/woord-van-het-jaar-2019-van-dale-bezorgschaamte-toetertrouwstoet-boomer>
- Telegraaf, D. (2019, februari 7). *Klimaatspijbelaars los bij McDonald's*. Opgeroepen op februari 2020, van De Telegraaf: <https://www.telegraaf.nl/video/3123725/klimaatspijbelaars-los-bij-mc-donald-s>
- Telegraaf, D. (2019, januari 31). 'Laten klimaatspijbelen is kindermishandeling'.
- Telegraaf, D. (2019, januari 30). *Uitslag Stelling: 'Alles voor een dagje vrij'*. Opgeroepen op februari 4, 2020, van De Telegraaf: <https://www.telegraaf.nl/watuzegt/3084150/uitslag-stelling-alles-voor-een-dagje-vrij>
- van Dongen, A. (2019, februari 5). Wie is Greta Thunberg? *Algemeen Dagblad*.
- Vasterman, P. (2015). Mediahype: de turbo van de nieuwsvoorziening. In B. & Wijfjes, *Journalistieke cultuur in Nederland*.
- Verhoeven, N. (2018). Onderzoekskwaliteit. In N. Verhoeven, *Wat is onderzoek?*.
- Vliegenthart. (2015). Mediamacht. In J. Bardoel, & H. Wijfjes, *Journalistieke cultuur in Nederland*.
- Volkscrant, D. (2019, februari 1). *Spijbelen voor een beter klimaat is ook onderwijs*. Opgeroepen op februari 2020, van <https://www.volkscrant.nl/nieuws-achtergrond/spijbelen-voor-een-beter-klimaat-is-ook-onderwijs~ba8dc873/>
- Winkels, E. (2019, september 3). Greta Thunberg op klimaatop in Madrid: 'Ik, een boos kind?'. *Algemeen Dagblad*.

Bijlage 1. Analyseschema

Artikel: Noteer auteur, titel, datum, bron en aard van het artikel (zie voorbeeld bij No.1)	Wat is het probleem? (Waarom is het een probleem? Sinds wanneer? Wat is de oorzaak?)	Wat is de oplossing?	Wie is verantwoordelijk (voor het probleem en/of oplossing)? Het gaat om het in kaart brengen van de 'hoofdrolspelers'	Kun je al een suggestie doen voor een naam van het 'frame'? Welke waarde ligt ten grondslag aan het frame?
1 De Telegraaf Auteur onbekend Onfris: kinderen als klimaatmartelaars 1 februari 2019 Opinie	Kinderen worden gemanipuleerd tot klimaatspijbelen. 'Het is afgezaagd: een proeve van afgestompt denken dat laat zien hoe manipuleerbaar kinderen zijn en dat scholen niets doen om dat te voorkomen.'	Scholen zouden het kunnen voorkomen, volwassenen moeten stoppen met likkenaarden om het hebben van een jong gezicht voor de klimaatdiscussie.	Greta Thunberg, die wordt neergezet als 'heilige' die de 'klimaatprofeten' nodig hadden. Scholieren die haar navolgen in het klimaatspijbelen 'doen zichzelf te kort. Er is niets moedigs aan om ineens, omdat het correcte mode is om klimaatstennis te maken, wenselijke leuzen te scanderen die goed vallen bij het establishment' Volwassen 'klimaatprofeten'	Slachtofferframe: Kinderen zijn het slachtoffer van volwassenen die hun punt willen maken en daarbij de jongeren gebruiken en manipuleren.
2 De Telegraaf Auteur onbekend 'Verbeter het milieu en begin eerst bij jezelf' 28 januari 2019 Ingestuurde brieven	Scholieren spijbelen voor het klimaat, maar laten zelf afval achter op straat, ze gaan op vliegvakantie en ze eten vlees.	Jongeren moeten zelf ook hun steentje bij dragen aan een beter milieu	Spijbelende scholieren	Hypocrisie-frame: De jongeren spijbelen ergens voor waar ze ondertussen zelf niks voor doen
3 De Telegraaf Ilan Sluis Heel veel zorgen en een vegaburger toe 8 februari 2019 Verslag	Scholieren hebben zelf nog veel te leren als het over het klimaat gaat. 'Achteraf konden fastfoodgiganten de vraag naar hamburgers nauwelijks aan.' <ul style="list-style-type: none"> - Iemand geeft toe drie keer per jaar met het vliegtuig te gaan - Vlees is gewoon lekker - Half uur douchen 'Ze geloven allemaal in het einde der tijden als de mensheid niet morgen nog stopt met uitstoten van koolstofdioxide	Scholieren moeten 'zelf boterhammen smeren en meenemen in een duurzame trommel'	Spijbelende scholieren	Hypocrisie-frame: De jongeren spijbelen ergens voor waar ze ondertussen zelf niks voor doen Jongeren weten niet waar het over gaat/overdrijven-frame
4 De Telegraaf Auteur onbekend 'Alles voor een dagje vrij' 30 januari 2019 Wat u zegt: artikel op basis van mening lezers	Lezers denken dat de scholieren niet spijbelen voor het klimaat, maar om een dagje vrij te zijn van school De jongeren worden niet milieubewust gevonden	Scholen zouden strenger op moeten treden tegen het spijbelen	Scholieren, Scholen	Vrije dagframe Hypocrisie-frame, jongeren zijn zelf niet milieubewust
5 De Telegraaf Edwin Timmer Rel om zoektocht naar 'Nederlandse Greta' 13 augustus 2019 Nieuwsbericht	De 'Nederlandse Greta' moet nederlander scholieren vertegenwoordigen voor hun mening over het klimaat, Maar niet alle scholieren denken daar hetzelfde over	De sollicitatie voor Nederlandse Greta zou opener moeten zijn	De Nederlandse Jeugdruur, die op zoek was naar een jonge klimaatfanaticus	Niet alle jongeren zijn voorstander van klimaatstaking-frame

6 De Telegraaf Rob Hoogland Klimaatspijbelen 18 september 2018 Opinie	Spijbelen doe je voor jezelf, niet voor het klimaat.	Om iets te bereiken moet je iets doen wat niet in jouw voordeel werkt, om te laten zien dat je het belangrijk genoeg vindt.	Spijbelende scholieren	Vrije dagframe
7 De Telegraaf Mascha de Jong School moedigt aan tot staken 5 februari 2019 Nieuwsbericht	Scholen moedigen leerlingen aan om te staken en geven advies aan ouders hoe de afwezigheid gemeld moet worden. Onderwijs wethouder Marjolijn Moorman wil dat leerlingen gewoon lessen volgen	Scholieren kunnen ook de staking volgen op 10 maart, in het weekend.	Scholen	Onderwijsframe, goedkeuring door scholen
8 De Telegraaf Rob Savelberg 'Stop met racen op de Autobahn' 26 januari 2019	Spijbelende scholieren en de milieubeweging willen een snelheidslimiet op de Duitse snelweg, voor het milieu 'Veel leraren en ouders ondersteunen de acties en de leerlingen vinden het een goed excuus om school te skippen.'		Jongeren spijbelen, Verkeersminister wil geen limiet, politievakbond wil ook een limiet	Vrije dagframe
9 De Telegraaf Auteur onbekend Zo kan het ook 13 februari 2019 opinie	Jongeren weten zich goed te verwoorden en zien ook heel goed de ironie van hun eigen gedrag in. (lang douchen, vliegtuig, hamburgers)	Veel van hen zagen in hoe hardnekkig hun eigen gedrag is, dus hoe moeilijk het is dat te veranderen	Jongeren	Hypocrisie-frame, maar met toevoeging dat het goed is dat ze het zelf inzien
10 Auteur onbekend De Telegraaf Geen gejubel over protest, wel trots 9 februari 2019 opinie	Andere media laten een te positief, eenzijdig beeld zien over de scholieren Jongeren zijn ineens maatschappij betrokken, ze moeten durven dromen	De Telegraaf had een uitstekende mix van voor- en tegenstanders Realiteitszin komt later wel	Andere media, De Telegraaf Jongeren	Jongeren weten niet waar het over gaat/overdrijven-frame Maatschappelijk betrokken-frame
11 Edwin Timmer De Telegraaf 'Klimaat is vooralsnog klein bier' 26 april 2019 interview	"Klimaatverandering is geen reden voor panische aanvallen door scholier, de koters moeten blij zijn dat ze nu leven"	In plaats van spijbelen kunnen jongeren beter de schoolbanken in om te speuren naar echte doorbraken voor de energietransitie	Jongeren	Scholieren moeten gewoon naar school-frame
12 Auteur onbekend De Telegraaf Klimaatspijbelen 7 februari 2019 Column	Er zijn scholen waar de leraren het aanmoedigen als hun leerlingen staken voor het klimaat. Die ene leraar van jou is toch zo'n halve hippie? School is belangrijk voor je toekomst	Misschien nog wel belangrijker dan het klimaat	Scholen Scholieren	Onderwijsframe, scholen moedigen leerlingen aan Scholieren moeten gewoon naar school-frame
13 Esther van Fenema? De Telegraaf 'Laten klimaatspijbelen is kindermishandeling' 31 januari 2019 Opinie	Scholieren worden gemanipuleerd om in actie te komen Kinderen kunnen de klimaatdiscussie met alle haken en ogen niet overzien, laat staan voeren. Het goedkeuren van of aanzetten tot spijbelen om een statement te maken, is een vorm van kindermishandeling	Kinderen zouden juist moeten leren kritisch naar de feiten te kijken, op school	Scholen, volwassenen	Slachtofferframe: Scholieren worden gemanipuleerd door volwassenen Jongeren weten niet waar het over gaat-frame

14 Auteur onbekend De Telegraaf 'Maak van stakingsdag maar vrij-reizendag' 27 mei 2019 Brieven	Scholieren vliegen wel terwijl ze ook de straat op gaan voor het milieu			Hypocrisieframe
15 Rob Hoogland De Telegraaf Belastingklimaat 2 februari 2019 opinie	Wereldverbeteraars krijgen een steeds grotere invloed, ook op de jeugd. Iedereen maakt zich druk om het klimaat, terwijl Rob elke maand belasting betaalt 'waar anderen uit mogen graaien, onder wie opvallend veel landgenoten die zich fundamentalistisch tot de klimaatreligie hebben bekeerd.' Scholieren laten zich indoctrineren door de docenten, 'oftewel de indoctrinanten, van wie een huiveringwekkend aantal Groenlinks-angehaucht is.'	Je kind laten staken voor het belastingklimaat		Slachtofferframe
16 Mac van Dinther De Volkskrant Spijbelen voor een beter klimaat 2 februari 2019 interview	Ook in Nederland organiseren jongeren een klimaatstaking		Stijn Warmenhoven, scholier en organisator scholierenstakingen Katrien van de Gevel, rector	Jongeren nemen het serieus-frame: Als de politiek naar ons luistert, zijn we met één staking klaar. Doen ze dat niet, dan gaan we door. Als de politiek verzuimt iets te doen, dan verzuimen wij school.' Maatschappelijk betrokken-frame: quote van docent: "Er wordt vaak beweerd dat jongeren van nu geen maatschappelijk bewustzijn hebben, ze laten nu zien dat ze dat wel hebben." Onderwijsframe
17 Kaya Bouma De Volkskrant 'De echte spijselaars zitten daar, op het binnenhof' 8 februari 2019 Reportage	De opkomst van de klimaatmars overtreft de verwachting met duizenden	De jongeren hebben alles tot in de puntjes voorbereid, het is strak georganiseerd. "Van groene hesjes voor de organisatie, eerder online besteld, tot een uitgekende taakverdeling.	De twaalf scholieren van de organisatie	Goed georganiseerd-frame
18 Margriet Oostveen De Volkskrant Lilly staakt 29 januari 2019 Column in reportagevorm	Door de term spijselaars denken mensen dat het niet mag. Spijselaars doe je voor je plezier en voor jezelf.	Het mag wél volgens Artikel 9 van de grondwet: Het recht tot vergadering en betoging. Met toestemming van je ouders mag het. Demonstreren doe je voor het klimaat.	Lilly Plat, "De koppigste klimaatspijselaar van Nederland"	Vrije dagframe, MAAR DEMONSTREREN NIET Spijselaars is niet het goede woord-frame Onderwijsframe "De directeur van Lilly's school noemt de staking heel goed voor haar ontwikkeling" Demonstreren is legaal-frame
19 Aaf Brandt Corstius De Volkskrant Wantrouwig 8 februari 2019	Er wordt over leerlingen die protesteren voor/tegen het klimaat gezegd dat ze 'spijselaars'	Staken klinkt beter dan spijselaars	Volwassenen boven de veertig	Spijselaars is niet het goede woord-frame Ouderen zijn verantwoordelijk-frame

Opinie	Kinderen moeten naar Den Haag terwijl hun ouders en grootouders het jarenlang vernaggeld hebben Ik vertrouw de kinderen niet helemaal, omdat ze een dagje vrij willen hebben	Vooraf volwassenen van boven de 40 moeten in de kou rondlopen met een spandoek		Vrije dagframe
20 Marco Frijlink De Volkskrant Minister noch school kan scholier staken verbieden 6 februari 2019 Opinie en debat	Er is discussie gaande over of scholen wel of niet onder schooltijd mogen staken	De leerlingen kunnen zelf besluiten of ze gaan, maar moeten wel rekening houden met eventuele sancties. Voor scholen ligt de kans om een betekenisvolle invulling te geven aan de sanctie Scholen moeten geen toestemming geven, dan halen ze de angel uit de staking en scholen moeten de staking inhoudelijk gaan beoordelen	Arie Slob vindt dat staken in het weekend moet De meeste scholen lijken toestemming te geven tijdens schooluren	Onderwijsframe
21 Sacha Kester De Volkskrant Niet naar school, het klimaat is belangrijker 25 januari 2019 Reportage	Jongeren worden als ze staken in het weekend niet serieus genomen.	Burgerlijke ongehoorzaamheid is een manier om kracht bij te zetten.	Scholieren Luc Huyse, socioloog en emeritus hoogleraar aan de KU in Leuven	Vrije dagframe
22 Kaya Bouma, Irene de Zwaan De Volkskrant 'Thuis zeggen ze: dit heeft geen zin' 15 maart 2019 Collectie korte interviews	<ul style="list-style-type: none"> - Weet veel over het klimaat door vak op school, krijgt straf doordat hij geen toestemming van zijn ouders heeft - Mocht niet staken en gaat in haar eentje - Ze zijn het niet eens met hoe de politiek nu handelt over met het klimaat (mede-organisator) - De politiek doet nog niet genoeg, deze keer krijgt ze wel straf - Shell moet kapot, volgt het nieuws over klimaat niet heel goed, leeft wel bewuster. Door te staken opstel schrijven over klimaat 	<ul style="list-style-type: none"> - Een belasting op kerosine invoeren, of lokaal gekweekte groente en fruit goedkoop maken 	Scholieren, scholen	Vrije dagframe: Ze hebben straf over om te kunnen staken. Scholen laten scholieren niet zomaar staken-frame

23 Kaya Bouma De Volkskrant 'Klimaat- Internationale'in Brussel 21 februari 2019 Nieuwsbericht	Jongeren vinden dat er in Europa veel moet gebeuren voor het klimaat	De jongeren uit verschillende landen komen samen in Brussel tijdens de wekelijkse klimaatdemonstratie daar	Scholieren, EU	doorgaanframe
24 Kaya Bouma De Volkskrant Klimaatjongere is een bont type 14 maart 2019 Reportage	Jongeren worden op elk foutje gepakt en vergeleken met Goebbels. Er wordt gezegd dat ze geïndoctrineerd zijn en ze worden aangekeken op hun vlieguren.	Ze gaan extra georganiseerd en streng te werk. Ze zijn 'door de wol geleverde activisten geworden'	Scholieren, twitteraars	Organisatieframe: om te laten zien dat ze weten waar ze mee bezig zijn
25 Peter Giesen De Volkskrant We moeten ons hele leven idealen koesteren 16 februari 2019 interview	Volwassenen verliezen vaak hun idealen als ze ouder worden	Gelukkig is er hoop, klimaatjongeren zijn betrokken, worden zeker niet geïndoctrineerd. Volwassenen zouden een voorbeeld moeten nemen aan de jongeren en bij hun idealen blijven	Volwassenen, jongeren	Volwassenen moeten voorbeeld nemen aan jongeren
24 4 volwassenen over klimaatjongeren De Volkskrant De beste lesdag van hun leven 2 februari 2019 Opinie	<ul style="list-style-type: none"> - Jongeren hebben geen kiesrecht - Jongeren willen verzuimen om aandacht te vragen voor klimaatregelen - Minister Slob wil niet dat leerlingen spijbelen voor het klimaat - De minister luistert niet naar de jongeren 	<p>Wel een onverzettelijke wil om te stemmen over een hoger mondiaal belang. Politici moeten luisteren naar de jongeren en wat positiever zijn. Ik zou ze serieuzer nemen als ze in hun eigen vrije tijd naar het malieveld zouden gaan</p> <p>Dat hoeft ook niet, want dan is het geen spijbelen meer. Jongeren moeten gewoon doen wat ze willen. De jongeren hoeven ook niet naar de minister te luisteren</p>		
25 Kaya Bouma De Volkskrant 'Geïndoctrineerd door onze ouders? Totaal niet' 7 februari 2019 interview	Anuna De Wever krijgt veel negatieve reactie zoals dat ze geïndoctrineerd is en hypocriet. Ze ontvangt ook bedreigingen	Ze vertelt dat de beschuldigingen niet kloppen.	Anuna De Wever, opiniemakers, sociale media	Slachtofferframe: Anuna is het slachtoffer van online haat en valse beschuldigingen
26 Dirk-Jan van Baars De Volkskrant Klimaatpolitiek is iets voor grote mensen 4 februari 2019 Opinie	Politici gebruiken de jongeren/kinderen in het klimaatdebat, terwijl het een mondiale kwestie is	Laat de 'kleintjes' buiten het klimaatdebat	Volwassenen, politici, jongeren	Slachtofferframe: Jongeren worden ingezet door volwassenen. Jongeren hebben er geen verstand van-frame
27 Aleid Truijens De Volkskrant Vier dagen is genoeg 9 februari 2019 Opinie	Arie Slob en Eric Wiebes laten het lijken alsof een dag school missen je minder hoogopgeleid maakt	Een dag per week minder les kan juist een oplossing zijn tegen het leraren tekort	Arie Slob, Eric Wiebes	Een dagje school missen is niet erg-frame

28 Eric van den Outeenaar De Volkskrant Het klimaatmeisje met wie het begon 7 februari 2019 achtergrondverhaal	Nederlands scholieren demonstereren voor het klimaat	Daarbij zijn ze geïnspireerd door de Zweede Greta Thunberg	Greta, Anuna De Wever, Nederlandse scholieren	Thunberg als inspiratieframe
29 Michael Persson De Volkskrant Op de stoep bij klimaatscepticus D.J. Trump in NY Volkskrant 21 september 2019 reportage	Tijdens de klimaatop werd het grote klimaatprobleem teruggebracht tot de vraag of jongeren een strafpunt zouden krijgen als ze naar de mars in Manhattan gaan.			Politieke frame
30 Wim Bossema en Anna Deems De Volkskrant (lezers)reacties Klimaatprotest	Naast veel kritiek konden 'de klimaatspijbelars ook op steun rekenen. AD, De Correspondent en zo'n 350 wetenschappers scharen zich achter de scholieren		AD, De Correspondent en 350 wetenschappers, scholieren	Slachtofferframe