

Faculté de philosophie, arts et lettres

Wordt Donald Trump gedemoniseerd door de nieuwsmedia?

Auteur : Charlotte Plum
Promoteur : An Goedgezelschap
Lecteur : Philippe Hiligsmann
Année académique 2019-2020
Master en communication multilingue



Wordt Donald Trump gedemoniseerd door de nieuwsmedia?

Mémoire réalisé par
Charlotte Plum

Promotrice
An Goedgezelschap

Année académique 2019-2020
Master en Communication Multilingue

Dankwoord

Deze scriptie markeert het einde van mijn universitaire carrière. Na begonnen te zijn in het Nederlandstalig onderwijs, kan ik met dit proefschrift in het Nederlands, nu zeggen dat de cirkel compleet is. Ik heb veel geleerd gedurende deze vijf academiejaren en heb een aantal zeer aardige mensen ontmoet. Ik wil al die mensen die mijn pad hebben gekruist bedanken. Ik dank ook alle professoren van de faculteit van wie ik veel heb geleerd.

Bij dit werk wil ik bijzonder mevrouw An Goedgezelschap bedanken. Ze kon me geruststellen en kalmeren tegenover de stress die dit werk met zich meebrengt. Ik wist dat het een echte uitdaging zou zijn om dit werk te doen, maar mevrouw Goedgezelschap vond de woorden om me gerust te stellen over de taak en was zeer beschikbaar om mijn vragen te beantwoorden.

Ik wil ook de heer Daniel Bouchard bedanken, wiens cursus ik in Canada heb gevolgd tijdens mijn uitwisseling, en die mij enorm heeft geholpen bij het realiseren van deze opdracht.

Tot slot wil ik mijn familie en vrienden bedanken voor hun geloof in mij. Mijn zus, Héroïse Plum, en mijn lief, Nicolas, om te beginnen, omdat ze me in deze lange dagen van stress hebben bijgestaan en mijn stemmingswisselingen aan het eind van de dag hebben opgevangen. Bedankt ook aan mijn ouders, Isabelle en David Plum, die me altijd hebben aangemoedigd om te studeren wat ik graag had en niet wat me noodzakelijkerwijs naar een baan zou leiden. Ook dank ik mijn grootmoeder en mijn overleden grootvader die altijd trots op me zijn geweest.

Inhoudsopgave

Dankwoord	5
Samenvatting / Résumé	8
Introductie	10
A. THEORETISCHE BENADERINGEN	13
Hoofdstuk 1: Inzicht in het leven van Donald Trump	13
Hoofdstuk 2: Inzicht in de populariteit van Donald Trump	16
Politieke marketing	16
Personen marketing	20
Emoties en representatie	23
Parasociale relatie	24
Storytelling	26
Trump en Rusland	28
Hoofdstuk 3: Betrouwbaarheid van de nieuwsmedia	32
Massamediatheorieën	32
Afnemende betrouwbaarheid	33
Hoofdstuk 4: Relatie tussen Trump en de nieuwsmedia	38
Politiekers en media in de Verenigde Staten	38
Trump, de media & ‘fake news’	41
Gaffe-Announcements, Alternative facts & Bullshit	44
Fox, de uitzondering	48
Alt-Right, Breitbart & Trump	50
B. METHODOLOGIE EN ANALYSE	54
Hoofdstuk 5: Vergelijking nieuwsmedia artikelen	54
Canadian Broadcasting Company News	59
The National Post	61
Globe and Mail	62
Radio-Canada	63
Het Laatste Nieuws	65
De Standaard	68
Het Nieuwsblad	69
De Morgen	70
Discussie	72
Eindbeoordeling	74
Bibliographie	76
Elektronische bronnen	77

Samenvatting / Résumé

Het doel van deze opdracht is om het karakter van Donald Trump, huidig president van de Verenigde Staten van Amerika, te analyseren en uit te vinden of hij wordt gedemoniseerd door de nieuwsmedia of niet. Hiervoor wordt in het eerste deel van dit werk uitgelegd hoe Trump zijn imago en naam heeft opgebouwd aan de hand van technieken zoals politieke marketing, personenmarketing, parasociale relatie, emoties en storytelling. Daarvoor wordt ook een korte inleiding in zijn leven gegeven. Een tweede deel zal gewijd zijn aan de betrouwbaarheid van de media en de massamediatheorieën. Vervolgens wordt de relatie tussen de media en Donald Trump toegelicht, te beginnen met de evolutie van de relatie tussen de presidenten van de Verenigde Staten en de media. Maar ook uit verschillende concepten en theorieën zoals nepnieuws en ‘gaffe-announcements’. Dit deel wordt afgerond met een uitleg over de speciale relatie die de huidige president van de Verenigde Staten heeft met Fox News en Breitbart. Tot slot zal een laatste deel ingaan op de analyse van enkele Vlaamse en Canadese media. Daarvoor zal de reactie van de auteurs op het voorstel van Donald Trump van 23 april 2020 om ontsmettingsmiddelen of UV-stralen in het lichaam te injecteren ter bestrijding van het coronavirus geanalyseerd worden. Zo hebben we ontdekt dat de media de president openlijk aanvallen en zijn competentie in twijfel trekken. Maar ook dat de president de media voortdurend heeft aangevallen.

Ce mémoire a pour but d'analyser le personnage de Donald Trump ainsi que de déterminer si l'actuel président des États-Unis est diabolisé ou pas par les médias. Pour cela, une première partie du travail est consacré à expliquer comment Trump a construit son image et son nom en utilisant des concepts tels que le marketing politique, le marketing personnel, la relation parasociale, les émotions et le storytelling. Image qui a déjà été analysée en Russie et dont l'étude sera mentionnée brièvement. Avant cela, une courte introduction à sa vie est également donnée. Une seconde partie se consacrera à la fiabilité des médias et les théories des médias de masse. La relation entre les médias et Donald Trump sera ensuite expliquée en commençant par voir l'évolution de la relation entre les présidents des États-Unis et les médias. Mais aussi à partir de divers concepts et théories tels que les ‘fake news’ et les ‘gaffe-announcements’. Pour terminer avec la relation toute particulière que l'actuel président des États-Unis entretient avec Fox News et Breitbart. Enfin, une dernière partie se concentrera sur l'analyse de médias belges néerlandophones et canadiens ainsi que la réaction des auteurs face

à la proposition du 23 avril 2020 faite par Donald Trump d'injecter des produits désinfectants ou des rayons UV dans le corps pour combattre le coronavirus. On peut ainsi découvrir que les médias attaquent ouvertement le président et remettent en cause ses compétences. Mais également que le président n'a cessé d'attaquer les médias.

Introductie

De nieuwsmedia (en laten we zeggen de hele wereld) dachten dat de « *dérappages à répétition, l'inexpérience dans le domaine politique ou encore la personnalité intempérante* »¹ van Donald Trump hem te slim af zouden zijn. Maar dat was zonder na te denken over de diepe ontevredenheid en woede van het electoraat. Ze waren elite-presidenten en de grote families die altijd op de macht gesteld waren beu (Clinton en Bush) en ze wilden iets nieuw en verschillend. Zoals Dulaurans het stelt, was deze presidentsverkiezing een echt keerpunt voor de nieuwsmedia. Ze zijn altijd in het centrum van de verkiezingen geweest door het nieuws als eerste bron verder te delen maar deze verkiezing heeft alles verandert. Zoals we later meer in detail zullen zien, is de rol van de nieuwsmedia veranderd. Trump had en heeft eigenlijk nog steeds geen vertrouwen in de nieuwsmedia en gebruikt dus een ander communicatiekanaal, namelijk Twitter. Daarmee kan hij een grotere geografische oppervlakte raken. Hij kan en moet ook geen lange redevoeringen schrijven aangezien hij maar honderd veertig woorden kan schrijven. Zijn berichten zijn daardoor gemakkelijker om te verstaan, kort en direct. Hij raakt daarmee de populaire klasse en maakt van Twitter een nieuwe media broadcast. Zijn woorden en opinies zijn dankzij dit niet verandert en hij kan zijn eigen imago bouwen op zijn eigen manier en zoals hij het wil. Dit gebrek aan vertrouwen in de media leidde er ook toe dat de president de media rechtstreeks aanviel door ze nepnieuws te noemen. Maar wie is er nu echt betrouwbaar? Het Amerikaanse volk is verscheurd tussen het geloven van zijn president of de media. Kunnen we de media vertrouwen? Of verdraaien ze de woorden van Trump en demoniseren ze hem zoals hij het zegt? Dat zal ik proberen te beantwoorden in deze scriptie.

Ik heb ervoor gekozen om dit onderwerp in het Nederlands te schrijven, omdat ik mijn onderwijs in het Nederlands ook ben begonnen. Ik heb gedurende 9 jaar geen Nederlands gesproken of geschreven maar ik vind het Nederlands belangrijk en ik wou deze scriptie dan ook in het Nederlands schrijven. Anderzijds, aangezien de meeste bronnen in het Engels waren, heb ik de twee talen van mijn cursus kunnen gebruiken. Ik had, in het begin, geen precies idee over het onderwerp van mijn proefschrift, maar ik wilde over iets schrijven dat te maken had met de actualiteit. Ik heb de laatste Amerikaanse verkiezingen veel gevolgd en was, net als de overgrote meerderheid, zeer verbaasd toen Donald Trump werd verkozen. Ik wilde dus snel meer weten over waarom hij werd gekozen. Aan de andere kant schrok ik van zijn voortdurende aanvallen op de media en ook het fenomeen van nepnieuws interesseerde

¹ DULAURANS, Donald Trump – Le storytelling des présidentielles en 140 caractères, p.5

mij zeer. Dit door mevrouw Goedgezelschap voorgestelde onderwerp leek mij dan ook direct perfect voor mijn scriptie. Aangezien ik een uitwisseling in Canada zou gaan doen, dacht ik al snel dat het interessant zou zijn om het standpunt van een buurland van de Verenigde Staten te vergelijken met dat van ons land.

Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden, zal ik dus beginnen, met een inleiding in het leven van Donald Trump en hoe hij uiteindelijk president werd. Mijn scriptie is dan verdeeld in vier grote hoofdstukken. Ik zal me eerst concentreren op de populariteit van Trump. Ik zal proberen aan te tonen hoe zijn populariteit hem uiteindelijk heeft geleid tot het worden van president van de Verenigde Staten van Amerika. Daarom zal ik het hebben over politieke marketing op basis van een cursus die ik heb gevolgd tijdens mijn uitwisseling in Ottawa. Het tweede subhoofdstuk zal zich richten op personenmarketing. Ik zal ook kort schrijven over Trumps gebruik van emoties en zijn representatie. Het vierde subhoofdstuk zal gaan over parosociale relaties. Ik zal dit hoofdstuk over de populariteit van Trump afsluiten met een subhoofdstuk over storytelling en een subhoofdstuk over Trumps relatie met Rusland.

Daarna zal ik me richten op de betrouwbaarheid van de nieuwsmedia. Daartoe zal ik eerst enkele massamediatheorieën ontwikkelen en vervolgens de afname van het vertrouwen in de media.

In het vierde hoofdstuk van mijn scriptie zal ik de relatie van Trump met de nieuwsmedia naar voren brengen. Om een beter inzicht te krijgen in deze relatie zal ik eerst de aandacht vestigen op politici en media in de Verenigde Staten van Amerika om me daarna te richten op Trump en de media. Zodra dit gedaan is, wil ik graag verder in detail treden door de relatie Trump en Fox News te ontwikkelen. Ik zal ook de relatie van Breitbart met de huidige president van de Verenigde Staten en de alt-rechtse beweging bespreken. Om dit hoofdstuk af te sluiten, zal ik het hebben over ‘gaffe announcements’ of zoals Trumps regering ze noemt 'alternative facts'.

Mijn laatste hoofdstuk zal een meer praktisch gedeelte zijn waarin ik zal proberen de nieuwsmedia-artikels te analyseren. Daarom zal ik acht nieuwskanalen met elkaar vergelijken. Vier uit Canada, namelijk Radio Canada, The National Post, Globe and Mail en Canadian Broadcasting Company News. En vier andere uit België, Het Laatste Nieuws, De Standaard, Het Nieuwsblad en De Morgen. Op die manier zal ik de meningen van de media in een buurland van de Verenigde Staten en in een Europees land kunnen vergelijken.

A. THEORETISCHE BENADERINGEN

Hoofdstuk 1: Inzicht in het leven van Donald Trump

Het begon allemaal in 1885 in Duitsland. Donald Trumps grootvader, Friedrich Drumpf emigreert naar de Verenigde Staten voor de Klondike Gold Rush. Maar het fortuin van de familie Trump komt niet uit deze periode, het is de zoon van Friedrich, Frederick Christ Trump, de vader van Donald Trump, die de basis van het fortuin en de glorie van de familie Trump legt. Hij bouwde huizen en woningbouwprojecten voor de middenklasse van New York in Brooklyn, Quins. Het fortuin van Trump kwam dus niet alleen voort uit zijn eigen succes (zoals hij vaak beweert), maar ook, uit de activiteiten van zijn vader.

Frederick Christ Trump trouwt met Mary Anne MacLeod en samen krijgen ze vijf kinderen. De oudste zus, Maryanne Trump Barry, is een rechter. De oudste broer, Frederick Junior (Freddy), was voorbestemd om het bedrijf van hun vader over te nemen, maar dit bracht hem te veel onder druk. Hij ging in plaats daarvan de luchtvaart in, maar raakte verzeild in depressie en alcoholisme. Hij stierf in 1981 en was maar 43 jaar oud.

Donald Trump werd geboren in 1946. Vanaf het begin, ook al was zijn familie rijk, leerde zijn vader hem het leven op de harde manier. Hij ging met zijn vader de huur vragen of zelfs mensen uit hun huis zetten.

In zijn jeugd is Donald niet zo'n goede leerling en komt hij in grote problemen. Hij werd van 1959 tot 1964 naar een particuliere kostschool (de New Yorkse Militaire Academie) gestuurd. Vervolgens ging hij van 1964 tot 1966 naar de Fordham University in de Bronx en van 1966 tot 1968 naar de Warthon School of Finance and Commerce (maakt deel uit van de Universiteit van Pennsylvania) waar hij zijn Bachelor of Science in Economics behaalde. Na de universiteit begon hij fulltime voor zijn vader te werken. In 1974 werd hij president van een conglomeraat dat eigendom was van de Trump-familie. Dit conglomeraat werd later de Trump Organization.

In de jaren '70 en '80 breidde Donald Trump, vooral dankzij de connecties en het geld van zijn vader, uit naar luxe-hotels en woningen in Manhattan en later Atlantic City in New Jersey.

In 1976 kocht hij het Commodore Hotel in New York. Ooit één van de mooiste hotels in New York City. Hij had 70 miljoen dollar nodig om het te restaureren, maar de banken wilden hem maar 30 miljoen geven, dus vroeg hij de stad om een belastingvoordeel. De stad gaf hem uiteindelijk veertig jaar belastingvoordeel. Rond dezelfde tijd ontmoette hij Roy Cohn en

Roger Stone, zeer machtige advocaten die hem hebben geholpen met zijn bedrijf. Het hotel heropende in 1980 onder de naam Grand Hyatt Hotel.

In 1977 trouwde Donald Trump met het Tsjechische model Ivana Zelnickova Winklmayr met wie hij drie kinderen zal krijgen: Donald Junior, Ivanka en Eric.

In 1983 bouwde hij de nu beroemde Trump Tower. Hoewel het aanvankelijk een kantoor-, winkel- en wooncomplex was, werd het uiteindelijk ook het hoofdkwartier van de Trump Organization en Trump's residentie in Manhattan. Ook Trump Plaza en Plaza Hotel werden in deze jaren gebouwd.

In de jaren tachtig investeerde Donald Trump in casino's in Atlantic City (Harrah's at Trump Plaza, Trump's Castle Casino Resort, Trump Taj Mahal) maar ook in een Amerikaanse voetbalbond (New Jersey Generals), een herenhuis in Palm Beach (Florida), een jacht en een lucht-shuttle service.

In 1990 bevindt de economie van de Verenigde Staten zich in een recessie. Trump had moeite om zijn vijf miljoen schuld terug te betalen en dus werd hij gedwongen om zijn luchtvaartmaatschappij en jacht te verkopen en een hypotheek op zijn eigendom te nemen. Ondanks zijn inspanningen gaat de Taj Mahal in 1991 failliet en het Plaza Hotel van New York City in 1992. Dit bracht hem later in de problemen met de grote banken van de Verenigde Staten, die hem geen geld meer wilden lenen.

Wat betreft zijn privéleven, scheidde Donald Trump in 1992 van Ivana, en trouwde hij in 1993 met Marla Maples. Tiffany zal uit deze verbintenis geboren worden. Ze scheidden echter in 1999. Sinds 2005 is hij getrouwd met Melania Knauss, een Sloveens model. Samen kregen ze een zoon, Barron.

Hoewel hij worstelde met de banken, slaagde Donald Trump er in 1996 in om samen te werken met NBC Television Network om de Miss Universe Organization te kopen.

Ook slaagt hij er in de late jaren '90-2000 in om zaken te doen met een nieuwe bank op de Amerikaanse markt, namelijk Deutsche Bank AG. Dankzij dit kon hij in 2001 de Trump World Tower in New York City en de Trump International Hotel and Tower in 2009 in Chicago inhuldigen. In datzelfde jaar gingen trouwens de Trump Entertainment Resorts (voormalige Trump Hotels en Casino Resorts) failliet.

In 2004 begon Trump met zijn eigen tv-reality show, genaamd *The Apprentice*, waar deelnemers meededen aan projecten om een werknemerscontract van een jaar in de

organisatie van Trump binnen te halen. Zijn beroemde 'you're fired' bouwde een nog sterker beeld van hem op als een sluwe zakenman en maakte hem populairder bij het publiek. Hij bouwde door de jaren heen een echt merk om zijn naam heen. Hij heeft ook, onder andere, een hypotheekbedrijf, een stichting en een online onderwijsbedrijf opgericht rond zijn naam. In zijn boek *The Art of the Deal* dat verscheen in 1987, verklaart hij ook zijn visie op de wereld en legt hij uit hoe hij zo'n goed zakenman is geworden.

Tijdens de verkiezingen van 2016 wordt Trump officieel door de Republikeinse partij als kandidaat voorgedragen. Hoewel sommige vertegenwoordigers van deze partij tegen zijn ideeën waren, werd hij gekozen. Trump slaagde erin de Amerikaanse middenklasse kiezers, die de basis vormen van de Republikeinse Partij, aan te spreken. Ze waren sinds enkele jaren een minoriteit en zagen in Trump hun leider. Dankzij zijn vice-president, Mike Pence, heeft hij ook 25 procent van de VS-populatie geraakt, de evangelisten. Hoewel hij niet alle ideeën van de Grand Old Party volgt, gaan ze allemaal akkoord op het ecologisch punt.

Niemand dacht dat hij deze verkiezing zou winnen. De peilingen waren niet in zijn voordeel en iedereen dacht dat Hilary Clinton de volgende president van de Verenigde Staten van Amerika zou worden. En toch is Donald Trump op 19 december 2016 tot president van de Verenigde Staten verkozen.

Toen hij tot president werd verkozen, liet hij de volledige macht over zijn bedrijf aan zijn drie oudste kinderen. Don Junior als uitvoerende bestuurder en Eric als uitvoerende vicevoorzitter. Ivanka maakte vroeger ook deel uit van de organisatie maar nu haar echtgenoot, Jared Kushner, raadsman van het Witte Huis is, is ze met de Trump-organisatie gestopt.

Hoofdstuk 2: Inzicht in de populariteit van Donald Trump

In dit gedeelte zal ik het hebben over de populariteit van Trump. Deze populariteit kan zich verklaren door verschillende factoren. Exhaustief zijn is moeilijk maar hieronder alvast een overzicht van de belangrijkste factoren.

Ik zal het eerst hebben over politieke marketing in het algemeen op basis van een cursus die ik in Ottawa heb gevolgd. Dan bespreek ik personen marketing en leg ik ook uit hoe Trump van zijn naam een echt merk heeft gemaakt. Hoe hij zijn imago heeft opgebouwd. Verder ga ik het hebben over emoties en representatie. Vervolgens zal ik de parasociale relatie van Trump met zijn electoraat verklaren. Een relatie dat hij ook heeft gecreëerd, volgens Dulaurans, dankzij een storytelling schema. Tot slot ga ik de populariteit van Donald Trump in Rusland verduidelijken.

Politieke marketing

Rieffel beschrijft in zijn boek *Sociologie des médias* vijf overredingstechnieken. Technieken die vandaag de dag door politici in het algemeen worden gebruikt. Het eerste is de verpersoonlijking van hun intenties, het gaat om het imago. De focus ligt hier op uiterlijk, persoonlijkheid, interesses, kleding etc. Dan is er nog de 'peopolisation' of het bekendmaken van de activiteiten van politici, ze verspreiden hun privéleven door middel van 'storytelling' (waarover ik later meer zal vertellen). Hierbij wordt het privéleven van politici gebruikt in de hoop dat dit hen dichterbij het echte leven van gewone mensen brengt. De derde techniek bestaat uit het dramatiseren van hun activiteiten of 'mediatraining' om een sociale façade te creëren, om mensen te laten geloven dat politici in dienst staan van de bevolking. Er is ook het gebruik van nieuwe retoriek. Toespraken worden vereenvoudigd en emotie prevaleert op uitleg (zoals nader wordt toegelicht). Ten slotte ziet Rieffel het intensieve gebruik van opiniepeilingen en daarmee de 'technicisation' van de politiek als de nieuwste overtuigende techniek die door de politiek en de media wordt gebruikt.

Achache is van mening dat politieke marketing bestaat uit vier essentiële voorwaarden: een afzender (een acteur die een politiek statement maakt), een ontvanger (die het doelwit is van het politieke statement), een publieke ruimte (die overeenkomt met een collectieve ontvanger) en de media (die het statement uitzendt).

Hij verdeelt ook de politieke communicatie in drie modellen: dialogisch, propagandistisch en marketing.

Het eerste model is geïnspireerd op de Verlichtingsbeweging. Dit model beschouwt de actoren als rationeel, vrij en gelijkwaardig. De Rede wordt dus gezien als een gemeenschappelijke capaciteit die uitwisseling mogelijk maakt, en iedereen moet vrij zijn om zijn gevoelens te ventileren. De rollen van zender en ontvanger zijn uitwisselbaar. Discours heeft de voorkeur op beelden. Kortom, in dit model kan de bevolking zijn mening geven en zijn politici geïnteresseerd in deze dialoog. Ze gebruiken het als basis voor hun campagnes.

Het propagandamodel wil een gevoel van eigendom creëren. Dit is, volgens Rieffel, een theologisch vorm van politiek. Er is geen sprake van verdeeldheid in dit model, want het discours is een kwestie van zekerheid. De rollen zijn niet inwisselbaar omdat de afzender deel uitmaakt van een elite, hij is een soort gids die de aanhangers van zijn politieke discours zoekt. Deze ontvangers worden op hun beurt gedomineerd door hun gevoelens. In tegenstelling tot het dialogische model gaat hier het beeld voor. In dit model heeft de lezer geen capaciteit om te redeneren en te handelen. Politici willen dat de bevolking handelt naar wat hun wordt gedicteerd. Er wordt geen rekening gehouden met de mening van de bevolking, omdat die niet in staat is om te redeneren.

Het derde model is het model dat vandaag de dag het meest gebruikt wordt. Hier is de discussie commercieel. We gebruiken verschillende communicatietechnieken om ze ten dienste van iedereen te stellen. Het gaat er hier niet om de hele bevolking te bereiken, maar wel bepaalde segmenten. Afhankelijk van het segment van de doelgroep worden de boodschap en de media aangepast. Zo begreep Bernays, door sommigen beschouwd als de grondlegger van de politieke propaganda, dat hij, als vrouwen wilde bereiken met zijn sigarettenreclame, zijn boodschap moest aanpassen. Hij associeerde sigaretten met een symbool van vrijheid en emancipatie in een tijd waarin feministische bewegingen woedden.

Deze drie modellen kunnen naast elkaar bestaan.

Bélanger van zijn kant ziet politieke communicatie als een theateraal spel waarbij afstand wordt geënceneerd om leiders te legitimeren. Dit spel bestond al in de tijd van de Zonnekoning toen al zijn optredens als een echt spel werden geënceneerd. Bélanger is van mening dat de politieke communicatie begon met de grote bijeenkomsten van de leiders waar oratie van het grootste belang was om het moreel van de troepen in stand te houden. Toen kwam de partizanenkrant die de gebeurtenissen van weleer dramatiseerde. Radio bracht op zijn beurt een nieuwe dimensie in de politieke communicatie: emoties en het drama dat ermee gepaard gaat. Door zichzelf uit te nodigen in ieders woonkamer, verkleint de radio de afstand

tussen politici en hun burgers. Met de komst van de televisie neemt het beeld het uiteindelijk over. Het verkleint deze afstand nog verder, maar de camera laat alleen zien wat hij besluit te laten zien en het beeld heeft soms voorrang op de kwaliteit van een toespraak.

Deze evolutie van de media leidt ook tot een verandering in de politieke dynamiek. Aangezien televisie vandaag de dag een must is geworden, kan alles ook door deskundigen worden gepland. Berichten worden ontwikkeld om een doelgericht electoraat te bereiken en het beeld neemt het over.

Ook de plaatsen van discussie zijn aan het veranderen. Er is een verschuiving van parlementaire vergaderingen naar interviews, persconferenties (waar de politicus probeert te overtuigen en de journalist de juiste vragen probeert te stellen om het publiek tevreden te stellen) en debatten die als echte arena's zijn.

Rieffel laat ook zien dat de media niet alleen invloed hebben op degenen die regeren, maar ook op degenen die worden geregeerd.

Ze beïnvloeden enerzijds het imago, het werk en de rekrutering van de machthebbers. Zo heeft de evolutie van de media en het uiterlijk van de televisie de heersers beïnvloed door te eisen dat ze ook telegeniek zijn. Maar ook, aan de andere kant, de geregeerde door ze afhankelijk te maken van de kalender van de gebeurtenissen ('agenda-setting'). De media kiezen wat ze ons laten zien en wanneer ze besluiten het ons te laten zien. Maar de media stellen de bestuurders ook in staat hun kennis te vergroten door hen toegang te geven tot steeds meer informatie en het vermogen van de burgers om zich te uiten te verbreden. Zo kunnen de mensen via de media met elkaar omgaan en de politici ondervragen.

Gingras bestudeerde de impact van de communicatie op de politieke praktijken. Hij laat zien dat nieuwe communicatietechnieken zoals peilingen en focusgroepen de politiek hebben veranderd. Zijn eerste interesse gaat uit naar de rol van politieke partijen. Hij stelt vast dat politici niet langer uitsluitend door hun partijen worden gekozen, maar dat de media een enorme invloed hebben op de gekozen functionarissen vanwege de 'agenda-setting' die zij vaststellen (zij beslissen ook welk onderwerpen niet naar voren worden gebracht). En zij zijn degenen die de populariteit van de politici creëren door middel van opiniepeilingen. Ten tweede verschijnt er een fenomeen van 'personalisation' door het creëren van een concurrentie tussen persoonlijkheden. In deze eerste twee technieken proberen de media de door het publiek gewaardeerde kwaliteiten naar voren te brengen. Ten slotte ontstaat er ook

een fenomeen van dramatisering. De politiek is nu een spektakel waar emoties centraal staan en politici met een hoog mediapotentieel worden gezocht.

De opkomst van sociale media leidt ook tot het ontstaan van 'filter bubbles' die een selectieve belichting creëren en één van de redenen zijn voor de verkiezing van Trump. 'Filter bubbles' zorgen voor een vorm van isolatie op het internet door het gebruik van 'cookies'. Het laat mensen alleen dingen zien die bevestigen waar ze het al over eens zijn of wat ze al weten. Net als in een 'echo chamber', laat het hen niet toe om andere standpunten te zien. Het brengt mensen met dezelfde overtuigingen weer bij elkaar, versterkt uiteindelijk de soms extreme en gemeenschappelijke politieke overtuigingen die op hun beurt leiden tot de clustering van deze mensen. De 'filter bubbles' hebben er ook voor gezorgd dat de op afstand levende arbeidersklasse toegang heeft gekregen tot de mening van mensen uit de middenklasse over immigranten en minderheden, zoals het LGTBQ. Als Keith N. Hampton verklaard in haar essay *Social Media or Social Inequality: Trump's "Unexpected" Election*:

*"Social media may not only influence those who see themselves in direct economic competition with minority and immigrant groups, but they may serve the dual purpose of increasing middle-class voters' understanding of the concerns of working-class Americans."*²

Door de massamedia en peilingen zijn de verkiezingscampagnes in de loop der jaren geëvolueerd. Vroeger bestonden ze uit vergaderen, huis-aan-huis gesprekken voeren en interviews afnemen. Er was direct contact met de burgers. Vandaag de dag worden experts op het gebied van overtuigingskracht en politieke marketing ingezet om de kiezer te verleiden. We gebruiken de media om een boodschap over te brengen. Dit creëert een verandering in de relatie tussen politici en burgers.

Wolton legt ook uit dat er een nieuw politiek spel is, het democratiespel, dat nu uit 5 spelers bestaat. Politici zijn onderworpen aan de media, spindoctors adviseren politici om om te gaan met journalisten die proberen te anticiperen op de tactische spelletjes van politici en ervoor zorgen dat besluitvormers hun werk eerlijk doen. Dit is om het publiek tevreden te stellen dat via peilingen en opiniepeilingen druk uitoefent op politici. Deze dynamiek zorgt ervoor dat er een echte democratie is (of zou moeten zijn), maar sommige beperkingen van de overheid maken het moeilijk om dit systeem goed te laten functioneren.

² BOCZKOWSKI & PAPACHARISSI, *Trump and the media*, p.166

Personen marketing

‘Personal branding’ werd voor het eerst vermeld door Tom Peters in een artikel in 1997. In een maatschappij waar het consumentisme steeds meer voorkomt, was het te voorzien dat het zelf ook een object van consumptie zou worden. ‘Personal branding’ werd oorspronkelijk erg slecht gepercipieerd en niet hooggewaardeerd maar door de opkomst van socialenetwerksites is personenmarketing vandaag een automatisme geworden. Meeste mensen hebben vandaag een profiel op Facebook of LinkedIn en dus doet iedereen een beetje ‘personal branding’. Met deze profielen proberen we ons ook te verkopen zoals een ander normaal product. We proberen dus op deze sociale netwerken een reputatie op te bouwen. Van deze ‘personal branding’ stamt dan personen-marketing, namelijk het beheer van de e-reputatie en communicatie om deze te ontwikkelen.

Maar wat is een merk? Schneiker definieert het als volgt:

“In the context of business, brands can be understood in relation to the perceptions that consumers have of a product and as being related to the product and its producer’s ‘reputation, identity and image’.”³

‘Human branding’ kan worden onderverdeeld in twee subklassen, namelijk ‘human brand’ en ‘brand persona’. De eerste verwijst naar de persoonlijkheid van een persoon, terwijl de andere het beeld dat we proberen te projecteren via de ‘human brand’ kwalificeert. Deze termen zijn twee verschillende dingen, maar het ene gaat niet zonder het andere, en de persoonlijkheid of identiteit van een persoon moet overeenkomen met het beeld dat hij of zij afbeeldt. Anders dreigt de persoon zijn geloofwaardigheid en zijn echtheid bij het publiek te verliezen. Authentiek beschouwde persoonlijkheden worden verder als betrouwbaar en eerlijk gezien. Het is voor een politiker dus zeer belangrijk.

Deze techniek werd gebruikt door Trump. Zoals reeds gezegd, heeft hij van zijn naam een echt merk gemaakt. Hij wordt eigenlijk als één van de grootste marketeers van zijn tijd beschouwd en vooral grootste marketeers van de republikeinse kandidaten, volgens John Baker. John Baker is de president en hoofd van een onafhankelijke reclamewinkel. Hij denkt dat Trump a *“natural showman”*⁴ is. Trump weet sinds het begin dat zelfpromotie een sleutel tot succes is. Zelfpromotie heeft altijd centraal gestaan in reality tv-shows. Hearn vermeldt in zijn essay *Trump’s “Reality” Hustle* hiervoor verschillende regels: *“[...] craft a notable persona, say whatever will set you apart and garner attention, break the rules of the game wherever*

³ SCHNEIKER, Telling the Story of the Superhero and the Anti-Politician as President, p.212

⁴ STEIN, Trump U, p.1

possible, choose your message, and repeat it clearly and often.”⁵ Regels die Trump perfect volgde en dus vanwege zijn verleden in reality tv-shows, wist hij vanaf het begin hoe hij moest handelen om ervoor te zorgen dat de traditionele media zijn verhalen zouden verslaan zonder een cent te betalen. Hij weet dat het belang ligt in het zeggen van schandelijke dingen om de aandacht van de media te winnen.

Een andere meesterzet van Trump is het uitzoeken van welk publiek hij moest toespreken. Hij heeft emoties gebruikt om zich tot mensen van ‘Middle America’ te richten. Deze mensen die zich lang hebben achtergelaten gevoeld en die kwaad waren op politiek. Emoties die al lang door de republikeinse partij wordt gebruikt maar die Donald Trump heeft gebruikt tot zijn hoogtepunt. *“By constantly remind[ing] their voters that they were living in dangerous and desperate times, they succeeded in driving voter turnout.”*⁶ zoals Mr. Yalamanchili schrijft.

Om het presidentschap te bekomen heeft Trump zijn toespraken en zijn beleid ook zo eenvoudig mogelijk gehouden en heeft hij zich nooit verontschuldigd. Zijn politieke agenda is een voorbeeld daarvan. Hilary Clinton had tientallen problemen die ze wilde oplossen in haar programma, terwijl Trump slechts vijf hoofdpunten had. Op zijn ‘reality tv-show’ heeft Trump ook altijd getoond hoe authentiek maar ook rauw hij is en dus onbevreesd en onverschrokken. Aangezien mensen hem altijd zo hebben gekend en dit eigenlijk zijn merk is, zeggen mensen er niks over. Maar specialisten denken dat deze ‘no-filter’ zijn merk in de loop van de tijd kan compromitteren.

Donald Trumps echte meesterwerk was het gebruik van sociale netwerken. Zijn tegenstanders richtten zich op de traditionele nieuwsmedia en reclame terwijl hij zich op een goedkopere manier naar zijn kiezers richtte, namelijk via sociale media. Zoals vermeld in *Trump U*, *“ [...] the report shows that Mr. Trump’s cumulative ad spending is around \$11.5 million, which is about one-fourth of Ms. Clinton’s spending of more than \$41 million.”*⁷

Het netwerk is niet alleen belangrijk maar ook het bericht om het electoraat te raken. Dit netwerk heeft Donald Trump gebouwd dankzij zijn populariteit en zijn typische ‘unfiltered’ tweets. Dankzij zijn populariteit moet hij zelf voor de betaalde media niet betalen want de traditionele nieuwsmedia hebben geen andere keuze dan over hem te praten als ze gelijke kijkcijfers willen halen.

⁵ HEAR, Trump’s ‘Reality’ Hustle, p.657

⁶ STEIN, Trump U, p.2

⁷ *Ibid.*, p.3

Bovendien heeft Donald Trump op basis van zijn persoonlijkheid en zijn politiek marketingperspectief een heel merk opgebouwd. Verschillende geleerden zijn het erover eens om te zeggen dat Trump een beroemdheidspoliticus is. Volgens Street een ‘celebrity politician’ is:

“[...] a politician who emerges from a background in show business and who uses the techniques of popular culture to seek (and acquire) elected office. [...] a type of leadership that has emerged in response to anti-political sentiments and that relies on extensive media usage.”⁸

Politiekers kunnen dus deze marketingstrategie gebruiken om mensen die het beu zijn met politiek te raken en een verbinding te maken met hen.

Er bestaan twee soorten ‘celebrity politician’ zoals vermeld in Schneiker’s *Telling the Story of the Superhero and the Anti-Politician as President: Donald Trump’s Branding on Twitter*. We hebben de alledaagse politieke beroemdheid (‘everyday political celebrity’) aan de ene kant en de superster politieke beroemdheid (‘superstar political celebrity’) aan de andere kant. Maar Trump komt met geen overeen. Hij combineert eigenlijk een beetje van beide types om een nieuw type te vormen: superheld anti-politieke beroemdheid (‘superhero anti-politician celebrity’) en deze nieuwe vorm van politiker denigreert democratie in tegenstelling tot de andere twee soorten. De ‘superstar political celebrity’ maakt gebruik van meer traditionele media, zoals uitzendingen. Terwijl de ‘everyday political celebrity’ reality-tv of Twitter gebruikt, waarmee hij rechtstreeks met zijn kiezers kan communiceren. Omdat de ‘everyday political celebrity’ authentiek is, worden zijn blunders en gebrekkig toegestaan door zijn electoraat. Hij wil echt tonen dat hij zoals iedereen is, een normaal persoon. Om kiezers te raken die genoeg van de elite hebben is deze strategie perfect. De ‘superstar political celebrity’ daarentegen plant al zijn verschijningen om een imago van een sterke leider op te bouwen.

Merk ook op dat de actuele President van de Verenigde Staten eigenlijk twee persoonlijkheden heeft gebouwd, namelijk Donald J. Trump de zakenman aan de ene kant en de entertainer aan de andere kant. Zijn zakenmanimago heeft hij gewonnen dankzij zijn ervaring met de Trump Organisation. En zijn entertainer-imago dankzij zijn tv-show *The Apprentice*, schoonheidswedstrijden en professioneel worstelen. Deze twee identiteiten

⁸ SCHNEIKER, *Telling the Story of the Superhero and the Anti-Politician as President*, p.213

hebben zijn merk ontwikkeld lang voor hij tot president van de Verenigde Staten werd verkozen en leggen een heleboel dingen uit.

Emoties en representatie

Een andere strategie die Trump gebruikte om zijn populariteit op te bouwen is emotionele politiek (zoals eerder reeds kort vermeld). Geleerden hebben bewezen dat emoties zeer belangrijk zijn bij politieke participatie. Burgers nemen deel aan politieke bewegingen of oorzaken omdat ze zich zorgen maken. Ze betrekken zichzelf door positieve of negatieve emoties. Op die manier ontstaan er solidariteiten, zoals Karin Wahl-Jorgensen in haar essay *Public Displays of Disaffection: The Emotional Politics of Donald Trump*⁹ aangeeft, die inclusief of exclusief kunnen zijn (bijvoorbeeld het helpen van vluchtelingen of het uitsluiten van vluchtelingen). Deze staan centraal in de politiek en Trump gebruikte een hele reeks negatieve emoties om een exclusieve solidariteit te creëren. De recente democratische vertegenwoordigers, Obama en Clinton, gebruikten daarentegen positieve emoties zoals hoop. Zoals vermeld in het essay van Wahl-Jorgensen, “*Analysts suggest that Trump appealed to voters in large part because he saw the appeal of a new and angrier form of political discourse.*”¹⁰ Hij werd de “impersonator” van de woede en dit bleek een echte kracht voor hem te zijn en stelde hem in staat om veel stemmen te krijgen. En zoals deze beelden kunnen bewijzen, wordt hij meestal geassocieerd met woede en haat in de pers.



Figuur 1 – Les Tours de La Liberté



Figuur 2 - Pinterest

Rieffel concludeert in zijn boek *Sociologie des medias* dat de evolutie van de media een afhankelijkheid van percepties en voorstellingen heeft gecreëerd. Verschillende technieken worden daarvoor gebruikt. Zo benadrukt ‘framing’ bepaalde karaktereigenschappen door de keuze van woorden en beelden en laat daarmee het debat over ideeën en voorstellen buiten

⁹ BOCZKOWSKI & PAPACHARISSI, *Trump and the media*, pp. 79-86

¹⁰ *Ibid.*, p.82

beschouwing. Een ander voorbeeld is de enorme media-aandacht voor Trudeaus blackface. Het was het enige waar op een gegeven moment over gesproken werd, het heet 'priming'.

Parasociale relatie

Op basis van de essays van Jonathan Cohen & R. Lance Holbert and Jiahui Zhuang zal ik nu de parasociale relatie van Trump met zijn electoraat naar voren brengen.

Hoewel Zhuang in haar essay een onderscheid maakt tussen parasociale interactie (PSI) en parasociale relatie (PSR), wordt het door de meeste massamedia-onderzoekers als hetzelfde beschouwd. Dit onderscheid bestaat echter op het gebied van de psychologie en de semiotiek. Zij is van mening dat PSR eenzijdig is en PSI niet. Parasociale interactie wordt door Wohl en Horton in 1956 gedefinieerd als een "[...] *illusionary relationship that media consumer imagine they have with media 'personae', such as newscasters and show hosts.*"¹¹ Zij waren de eersten die die fantasievolle interactie tussen beroemdheden en hun fans bestudeerden. Ze bestudeerden de impact van Kate Smith (een zangeres) tijdens de Tweede Wereldoorlog, die door de Amerikaanse overheid werd gerekruteerd om te proberen mensen meer oorlogsobligaties te laten kopen. Hoewel er ook meer bekende wetenschappers werden gerekruteerd, verkocht deze zangeres de meeste obligaties. Ze maakte verwijzingen naar haar vorige shows om een ingewikkelde relatie met haar publiek te creëren door middel van loyaliteit. Haar succes was gebaseerd op die fantasierijke relatie die ze creëerde en die een soort van intimiteit creëerde.

De consumenten willen zich dicht bij de mediapersonages voelen, net alsof ze vrienden zijn en direct met die persoon kunnen praten. Onderzoek op televisie en radio heeft uitgewezen dat parasociale interactie mogelijk is door interactiviteit (door bijvoorbeeld oogcontact te maken), openheid (door details over eenmalig leven te vertellen) en homofilie (hoe ze zich met hen vergelijken en zich vergelijkbaar voelen). Deze interactie werd nog sterker met de opkomst van de sociale media, omdat het een constante en directe, gratis discussie mogelijk maakt tussen de mediapersoon en de mediaconsument. Beroemdheden lijken onaantastbaar, maar met sociale media kunnen ze hun dagelijkse routine delen en een sterkere band creëren.

Zhuang definieert de parasociale relatie als "[...] *media consumer's illusionary relationships with media personae, and these relationships are usually one-sided.*"¹² De mediaconsument creëert een mening over de mediapersonages en de relatie wordt geleidelijk aan intensiever. Zhuang waarschuwt echter ook dat de media deze relatie veranderen bij het bepalen van hoe en wat ze

¹¹ ZHUANG et al, I'm Your Fan - Engaging in Celebrity's Social Media Page with the Mediation of Parasocial Interaction and Parasocial Relationship, p.14

¹² *Ibid.*, p.22

van de mediapersonages aan de mediaconsumenten laten zien. Ook de relatie tussen de verschillende volgers is van groot belang en kan de relatie tussen de mediapersonages en de consument beïnvloeden.

Cohen en Holbert wilden in hun essay *Assessing the Predictive Value of Parasocial Relationship Intensity in a Political Context* vaststellen dat PSR ook in de politiek voorkwam. Het is bewezen dat mensen een parasociale relatie ontwikkelen met beroemdheden en sportprofessionals. Dus met het gebruik van sociale media tijdens de recente verkiezingen waarom zou dit niet ook in de politiek gebeuren? Politieke gedragsonderzoeken gingen er altijd van uit dat alle burgers rationeel waren en dat ze dus stemden op basis van beleidsvoorkeuren. Maar recente studies hebben gesuggereerd dat de stemmen gebaseerd waren op de persoonlijkheid van de kandidaat en niet op zijn toespraken of ideeën.

Bovendien heeft PSR verschillende kenmerken die vergelijkbaar zijn met normale sociale interacties: ze worden in de loop van de tijd sterker; wanneer deze relatie eindigt maakt het minstens één van de deelnemers verdrietig; en minstens één van de deelnemers voelt zich dicht bij de andere omdat ze zich op bepaalde punten gelijkaardig voelen.

Net zoals Zhuang zei, verhoogt de opkomst van sociale media ook de interactiviteit van politieke kandidaten met hun kiezers en versterkt zo de PSR.

Uiteindelijk heeft het onderzoek van Cohen & Holbert bewezen dat de parasociale relatie een grotere indicator is voor politieke steun dan bijvoorbeeld demografie, beleid of ideologie. Deze band kan nog sterker worden als de mediaconsument de mediapersonages heeft gekend voordat hij politicus was. Zij bevestigen echter de theorie van Katz en Lazarsfeld dat het electoraat ook stemt op basis van interpersoonlijke interactie en discussies.

“The media serve the candidates not so much to inform voters of their position or even convince them of their qualifications or integrity but rather as a platform to cultivate among voters the sense that they understand the voters, have a positive relationship with them and that they are on the voters’ side. This feeling of knowing politicians and trusting them seems to be the key ingredient in understanding voter choice.”¹³

¹³ COHEN & HOLBERT, *Assessing the predictive value of parasocial relationship intensity in a political context*, pp.19-20

Storytelling

Een andere methode die Trump gebruikte om zijn populariteit op te bouwen is ‘storytelling’. Hij heeft een verhaal verteld waarin hij de held is en de Verenigde Staten ‘Great Again’ maakt. Zoals vroeger gezegd, zijn Amerikanen het beu met de elitaire klassen van politici. Trump op de andere kant is de perfecte representatie van ‘the American dream’. Hij volgt ook het archetypische schema van de actantiële narratie zoals Dulaurans het zeer goed voorstelt in zijn artikel *Donald Trump - Le storytelling des présidentielles en 140 caractères*. Deze onderzoeker verklaart ook hoe Trump verschillende strategieën heeft gebruikt in zijn campagne om populairder te worden maar waarmee hij ook disinformatie heeft gepromoot. Dankzij ‘storytelling’ kwam hij dichterbij zijn electoraat door een desafiliatie van de grote elitaire Amerikaanse politiek. Hij wilt afstand nemen van deze grote families en beweert alleen vanwege zijn inspanningen tot deze hogere klasse te behoren. Hij versterkt dus de mythe van meritocratie en stoot de aristocratie af. Door afstand te nemen van de aristocratie probeert hij eigenlijk dichterbij zijn electoraat te komen. Twitter is daarvoor een perfect communicatiekanaal. Hij deelt op dit sociaal netwerk zijn commentaren, gevoelens of meningen rechtstreeks en creëert een echte band met zijn 17 miljoen volgers.

Donald Trump heeft dus niet alleen een ander communicatiekanaal gebruikt maar ook een echt verhaal gebouwd. Hij heeft van zijn naam een merk gemaakt en de held van zijn verhaal is een echte ster geworden. Hij heeft zijn storytelling gebaseerd op een beroemdheidsaanbidding. Alles is, zoals vroeger gezegd, begonnen met zijn ‘reality tv-show’ *The Apprentice* in 2004. Deze show heeft een tiental jaren geduurd en « [...] a permis à Donald Trump de gagner en popularité et de jouer sur l’image de l’homme d’affaire autoritaire mais équitable, inébranlable face aux difficultés. »¹⁴ Hij wordt dankzij dit programma als een echte held en een perfecte leider gezien. Het electoraat heeft hem hierdoor leren kennen en aangezien hij zijn bedrijf goed runde, hebben de Amerikanen een perfecte bedrijfsdirecteur in Trump gezien voor de Verenigde Staten. Ze hebben Donald Trump niet alleen als een voorbeeld om te volgen gezien maar ook als iemand zeer streng en zonder filters die zegt wat hij denkt. En dat verklaart waarom zijn agressie en misstappen worden geaccepteerd door het Amerikaanse volk. Het publiek denkt dat ze Trump al kennen en denkt dat hij zoals hij het deed in deze show, ook de Verenigde Staten, naar het succes zal brengen (‘Make America Great Again’). Het electoraat heeft zijn verhaal geloofd en identificeerde zich met hem.

¹⁴ DULAURANS, Donald Trump – Le storytelling des présidentielles en 140 caractères, p.7

Donald J. Trump wilt zich vooral eerst als een gewone burger presenteren. Een burger die net als Superman, als het nodig is, zijn volk en land zal helpen. Hij denkt dat politici de Verenigde Staten niet kunnen redden (en eigenlijk het nooit hebben gedaan) van de gevaren van buitenaf en beschouwt zichzelf daarom als een antipolitieke superheld. En dankzij zijn twee identiteiten, zoals eerder uitgelegd, en als superheld, kan hij uitzonderlijke maatregelen nemen om zijn land te redden zonder nochtans zijn electoraat te beledigen. Net zoals de andere superhelden heeft hij ook een ander leven. Een leven dat hij zo authentiek als mogelijk wil tonen, een vader en echtgenoot die gewone mensen, net als jij en ik, ontmoet. Hij is aan de andere kant ook een sterk leider. Als gewone burger weet hij wel met welke problemen Amerikanen te maken hebben, maar als superheld weet hij ook hoe hij die kan oplossen.

“Overall, Donald Trump not only claims that he performs better than any government has done before him and any of his opponents ever could, but he even claims that he is the only one who can fix existential problems, no matter whether they relate to national security or the economy, as if he were omnipotent.”¹⁵

Hij devalueert politici zoals geen enkele andere president ooit heeft gedaan. Hij is van mening dat alleen de leden van zijn kabinet en hijzelf capabele leiders zijn, terwijl alle anderen onbekwame leugenaars zijn. Net zoals hij het deed in zijn show *The Apprentice*, denigreert hij zijn tegenstanders.

“The devaluation of others and even the use of sexist and racist language is consistent with Donald Trump’s identity as entertainer and somehow legitimized, because as entertainer he has a ‘license to disobey rule’ (Hall et al., 2016: 73).”¹⁶

Op deze manier creëerde Trump een mythe. Een mythe die de kiezers wilden en moesten geloven na de financiële crisis die ze net overwonnen hadden. Een mythe waarin alles weer normaal zou worden en het leven weer gemakkelijk zou worden, zoals beloofd in zijn slogan ‘Make America Great Again’. Hij beloofde de held te zijn die hun grootste angsten zal bestrijden: de krachten van buitenaf die de overmacht van de Verenigde Staten en de bedreigingen van binnenuit bedreigen, onder andere de Mexicanen.

¹⁵ SCHNEIKER, Telling the Story of the Superhero and the Anti-Politician as President, p.219

¹⁶ *Ibid.*, p.220

Trump en Rusland

Voor deze sectie ga ik me vooral baseren op het artikel van Pavel Slutsky en Dmitrii Gavra, *The Phenomenon of Trump's Popularity in Russia: Media Analysis Perspective*. Dit artikel verklaart waarom Rusland het enige land (tenminste tussen de G-20 landen) is dat een voorkeur had voor Donald Trump als president van de Verenigde Staten. Artikelen uit RadioCanada, de VRT en de Standaard zullen ook voor deze sectie worden gebruikt.

De relatie tussen de Verenigde Staten van Amerika en Rusland is al heel lang moeilijk. In 1975 werd een overeenkomst getekend tussen president Ford, Brezjnev en een dertigtal andere landen voor meer samenwerking tussen de oostelijke en westelijke landen, maar ook voor de erkenning van meer mensenrechten.

Met de vorige president, Barack Obama, leek dat op een goede manier te gaan en hij probeerde de relatie te resetten. In 2014 verslechterde het echter met de annexatie van de Krim door Rusland maar ook later, toen Obama 35 Russische diplomaten, die naar verluidt spionnen waren, het land moest uitzetten en de Russische geheime diensten moest sanctioneren. Trump, nog voordat hij werd gekozen, reageerde op deze situatie. Omdat Putin na dit schandaal geen sancties tegen de Verenigde Staten nam, feliciteerde Trump Putin op Twitter voor het feit dat hij slim was en hen niet strafte.

Hoewel de Republikeinse partij meestal tegen Putin is, is Trump niet dezelfde mening toegedaan. Hij doet en handelt zoals hij wil, volgt alleen zijn instincten en luistert niet meer naar zijn partij volgens VRT NWS. Zo vertelde de partij hem bijvoorbeeld dat hij Putin niet moest feliciteren met zijn herverkiezing, maar Trump deed het toch.

Tijdens de 2016 Amerikaanse verkiezingen deed YouGov, een internationaal marktonderzoeksbureau, een onderzoek in de hele Groep van Twintig en ontdekte dat Donald Trump alleen in Rusland de eerste keuze was als president van de Verenigde Staten. Dit zou te danken zijn aan de Russische media en hun discours tegenover Trump, zoals Slutsky en Gavra in hun essay bewezen hebben, aangezien de media een onwetend publiek kunnen beïnvloeden.

Het publieke beeld van een beroemdheid, een politicus of een ander is gebaseerd op ieders subjectieve begrip, maar wordt door veel dingen en personen beïnvloedt. De media besluiten de publieke figuur te framen, ze beslissen hoe ze het nieuws gaan verslaan. Hoe ze besluiten een publieke figuur te vertegenwoordigen is gebaseerd op de relatie tussen de publieke figuur en de media. Ze zijn allebei afhankelijk van elkaar. Deze relatie is gebaseerd op wederzijds

respect, terwijl dat in totalitaire of autoritaire regimes niet het geval is. In deze regimes zijn de media afhankelijk van de autoriteiten, aangezien de autoriteiten de media controleren. De media hebben geen andere keuze dan zich eraan te houden en de kaders te tonen die de autoriteiten willen laten zien.

In hun essay analyseerden Slutsky en Gavra online, print- en televisiesamples met Trumps naam in titel of ondertitel in de Russische pers tijdens de Amerikaanse verkiezingen.

Vervolgens richtten zij zich op de communicatiekenmerken en interpreteerden deze om te weten te komen wat de media in Rusland van Trump vinden. Deze methode zal later ook gebruikt worden om mijn onderzoek in de Canadese en Vlaamse nieuwsmedia uit te voeren.

Uit hun onderzoek kwamen verschillende kenmerken naar voren met betrekking tot Trump. Ten eerste gebruikten de Russische media bijvoeglijke naamwoorden, maar het is belangrijk om op te merken dat in het Russisch bijvoeglijke naamwoorden die in het Engels negatief zijn, in het Russisch meestal neutraal zijn. Ten tweede werd Donald Trump veel positiever bestempeld dan Hillary Clinton. De media maakten ook gebruik van een bekende techniek in de politieke marketing door het creëren van symbolen rond Trump. Journalisten associeerden de verschillende functies van Trump met positieve evaluaties en kenmerken. Zoals 'serieuze zakenman' of 'getalenteerde politicus'. Bovendien werd het semantische veld van 'dapper' en 'direct' in deze voorbeelden gebruikt om de persoonlijke kenmerken van Trump te beschrijven en zo effectieve teksten te creëren. Door werkwoorden in de actieve stem te gebruiken, voegen de auteurs impact en dynamiek toe aan de teksten. In ons geval benadrukt dit de kracht, vastberadenheid en daadkracht van Trump. Het is ook belangrijk om te vermelden dat Trump bijna altijd de actor is en zelden het voorwerp van actie is in deze voorbeelden. Uiteindelijk "[...] the verbal tools used to describe Trump form an image of a dynamic, likeable, and interesting person."¹⁷

Over het geheel wordt Trump momenteel beschouwd als de enige politicus in de Verenigde Staten van Amerika ten gunste van Rusland. De media ziet in Donald Trump dus een bondgenoot en vriend. Het Russische volk hoopt dat Trump de onderhandelingen zal beginnen en zijn buitenlands beleid ten aanzien van de andere landen van de G20 zal steunen.

De nu gekozen president van de Verenigde Staten heeft tijdens zijn verkiezingen een aantal gunstige uitspraken gedaan ten aanzien van Rusland, die de pers en het Russische volk hoop gaven. Donald Trump zette vraagtekens bij de grondbeginselen van de NAVO, volgens welke

¹⁷ SLUTSKY & GAVRA, The phenomenon of Trump's popularity in Russia: media analysis perspective, p.337

het aanvallen van één land van de NAVO hen allemaal aanvalt. Een principe waar Rusland het ook niet mee eens is. Trump verklaarde ook dat hij de steun aan Oekraïne tegen de Russische interventie wilde stopzetten. Een andere verklaring die het Russische volk beviel is toen Donald Trump kritiek uitte op de toetreding van de voormalige landen van de Sovjet-Unie (Letland, Estland en Litouwen) tot de EU.

Volgens RadioCanada, deed zich in Rusland een echt fenomeen van 'Trumpomania'. In de media wordt volop aandacht besteed aan de investituur van Trump, er werden munten met de slogan 'In Trump We Trust' en Russische poppen met Trumps hoofd gecreëerd. Russische nationalistes hebben zelfs een feestje georganiseerd ter ere van de 'nieuwe wereldorde'.

De media verklaarden ook dat één van de belangrijkste elementen van het presidentiële programma van Trump was om vrienden te worden met Rusland, wat hem natuurlijk bevoordeelde ten opzichte van het Russische volk.

Wat Donald Trump en Vladimir Putin betreft, zou hun toekomstige alliantie de huidige president van de Verenigde Staten hebben geholpen om stemmen te winnen. Volgens dit essay is de figuur van Donald Trump ook meerdere malen gebruikt om Putins beslissingen te legitimeren, terwijl andere leiders hem meestal als een bedreiging zien. In dit onderzoek dat in 2017 is uitgevoerd, stellen de geleerden dat *"Russian government-affiliated media is generally supportive of Trump, admitting (or suggesting) that he also counts on Russian money in financing his real estate deals."*¹⁸ Net als Putin, gebruikt Trump een directe retorische stijl en is hij een charismatische leider, wat het Russische volk graag heeft.

Bovendien steunt Trump het Amerikaanse establishment en de politieke elite niet. En deze elite is degene die deze gespannen relatie tussen de Verenigde Staten en Rusland in de geest van het Russische volk heeft gecreëerd. Trump wordt dus gezien als een echte steun voor Rusland en als president van de Verenigde Staten van Amerika, één van de machtigste landen ter wereld, zou hij kunnen helpen bij het opheffen van de sancties tegen Rusland. Maar ook Rusland terugbrengen op het internationale toneel als gerespecteerde actor.

Volgens een opiniepeiling van april 2016 heeft echter 64% van de Russen negatieve gevoelens ten opzichte van de Verenigde Staten. Trump zou dus zo populair kunnen zijn omdat ze eigenlijk de val van de Verenigde Staten van Amerika willen.

¹⁸ *Ibid.*, p.339

Volgens de pers is Trump, in ieder geval, klaar om opnieuw te beginnen en het verleden achter zich te laten. Hij tweette “[...]onze relatie met Rusland is nog nooit zo slecht geweest [...] Dat komt door de jarenlange domheid van de Amerikanen en vandaag door de hardnekkige heksenjacht!”¹⁹. Een verklaring waarmee Rusland het eens was.

¹⁹ DE STANDAARD, *Trump ‘reset’ relaties met Rusland*, [online], https://www.standaard.be/cnt/dmf20180716_03616815?articlehash=299B85E42F6B870F65824D978A7CE15853DD196784047567DAB5CD762BF9EDD12BE22DE13327E7099377AAE93AD7A21409D9458F628C274DCDA9E042316B46FE [geraadpleegd op 3 maart 2020]

Hoofdstuk 3: Betrouwbaarheid van de nieuwsmedia

Massamediatheorieën

In zijn boek verdeelt Rieffel de theorieën van de massamedia in drie belangrijke evoluties en theorieën. De eerste was dominant tussen 1900 en 1930. Het werd uitgevonden door Lasswell en heet ‘effets directs et massifs’. Volgens deze onderzoeker hebben de massamedia een enorme invloed op de bevolking, maar is deze invloed noodzakelijk en positief. Zijn theorie is dat om effectief te zijn in termen van politieke communicatie en propaganda moet worden gekeken naar vijf aspecten: 'wie - afzender', 'wat - boodschap', 'aan wie - ontvanger', 'via welk kanaal - media' en 'met welk effect - invloed/finaal doel'. Dit wordt de ‘théorie de l’aiguille hypodermique’ genoemd en is gebaseerd op de studie van de geconditioneerde reflex van Pavlov.

Lazarsfelds theorie ‘effets limités’ domineerde in de jaren veertig en vijftig. In tegenstelling tot zijn voorganger is deze theoreticus van mening dat de effecten van de media beperkt zijn op basis van de verkiezingscampagne van de jaren veertig en het gebruik van de radio. Na zijn analyses laat hij zien dat radio weinig effect heeft op de kiezers. Hij gelooft dat het meer door interpersoonlijke relaties en opinieleiders komt. We hebben het hier over een tweestappencommunicatie, het ‘Two-Step-Flow model’. De mediaboodschappen voordat ze het grote publiek bereiken, gaan via opinieleiders die de informatie filteren. Deze mensen nemen de informatie op en bespreken deze met hun entourage en verspreiden zo hun mening. Het creëren van een soort samenvatting voor de mensen om hen heen.

Katzs effectentheorie domineerde ook in de jaren 1940 en 1950. Het wordt het ‘Uses & Gratifications’ model genoemd. Deze wetenschapper is het er mee eens dat er een filter bestaat tussen mediaboodschappen en het grote publiek, maar volgens hem is het geen opinieleider. Katz is van mening dat het grote publiek beïnvloed wordt door zijn eigen behoeften en kennis, zoals bijvoorbeeld cognitieve, affectieve en sociale integratiebehoeften.

In zijn boek demonstreert Rieffel ook vier effecten van media-aandacht op het politieke leven, gebaseerd op de theorie van Lazarsfeld. Ten eerste is hij van mening dat de meerderheid van de individuen hun mening niet verandert omdat de mate van blootstelling aan mediaboodschappen afhankelijk is van het individu en zijn of haar omgeving. Ten tweede denkt Rieffel dat blootstelling selectief is, omdat elk individu in principe alleen behoudt wat hem of haar interesseert en wat hij of zij al leuk vindt. Ten derde creëert de spiraal van stilte een soort druk op individuen om zich te conformeren. Individuele durven hun persoonlijke mening niet te uiten uit angst om door de meerderheid te worden beoordeeld. Tot slot is deze

theoreticus het eens met het idee van Lazarsfeld dat het effect van de media indirect is omdat het wordt gefilterd door opinieleiders.

Rieffel trekt ook de conclusie dat opinieleiders vertrouwen wekken vanwege de strategische maatschappelijke positie die ze innemen (een vader die bijvoorbeeld een politicus is) maar ook omdat ze dezelfde meningen hebben als de rest van de groep (alles wat daarop lijkt komt samen) en omdat ze meer blootgesteld zijn aan mediaboodschappen, maar ze weten hoe ze deze correct moeten uitzoeken. Het is belangrijk om op te merken dat men op een bepaald gebied een opiniemaker kan zijn en niet op een ander gebied op basis van zijn kennis.

Hij besloot met een conclusie over de uitdagingen waar de mediaprofessionals voor staan. Hij noemt de economische en politieke druk die de media ondergaan als gevolg van de crisis die ze doormaken. Waardoor sommige media zich voor de financiering tot de regeringen moeten wenden, maar daarbij verliezen ze de onafhankelijkheid die ze zo hoog in het vaandel hebben staan. Ook aan de technische kant is er een uitdaging: het internet maakt het mogelijk om steeds sneller te gaan en steeds meer mensen te bereiken, maar er worden ook steeds vaker fouten gemaakt. Er zijn ook ethische kwesties. Waar echte rapportage vecht tegen geadverteerde artikelen en infotainment. En tot slot is er een uitdaging aan de kant van de opleiding van mediaprofessionals die niet officieel is. Iedereen kan dat worden, dus de competenties moeten worden gedefinieerd.

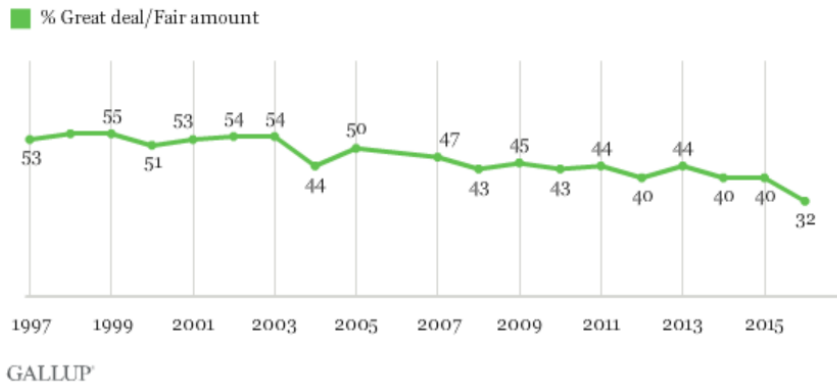
Afnemende betrouwbaarheid

Sinds de jaren negentig van de vorige eeuw is de propaganda, de desinformatie en de rol van de media geëvolueerd. Dominique Wolton verdeelt deze evolutie in vier fasen. De eerste fase, die 'media-diplomatatie' wordt genoemd, wordt gekenmerkt door de alomtegenwoordigheid van de media die een betere berichtgeving mogelijk maakt. Het idee was dat iedereen toegang moest hebben tot de media en dat hoe meer media er waren, hoe groter de toegang tot informatie zou zijn. Daarna kwam de tweede fase, de 'information-show' fase. Hier ligt de focus op live en geavanceerde technologie. De derde fase is de 'informatiecensuur'. Tijdens de Vietnamoorlog vallen de media het leger aan. Tot slot de fase van het 'desinformatiedebat' waarin we momenteel leven en waarin Trump beweert het slachtoffer te zijn van de traditionele media.

Zoals we kunnen zien op deze grafiek, afkomstig uit een Gallup peiling van 2016, is het vertrouwen in de pers en de massamedia in het algemeen nog nooit zo laag geweest. Slechts 32 procent van de Amerikanen zegt vertrouwen te hebben in de massamedia.

Americans' Trust in the Mass Media

In general, how much trust and confidence do you have in the mass media -- such as newspapers, TV and radio -- when it comes to reporting the news fully, accurately and fairly -- a great deal, a fair amount, not very much or none at all?

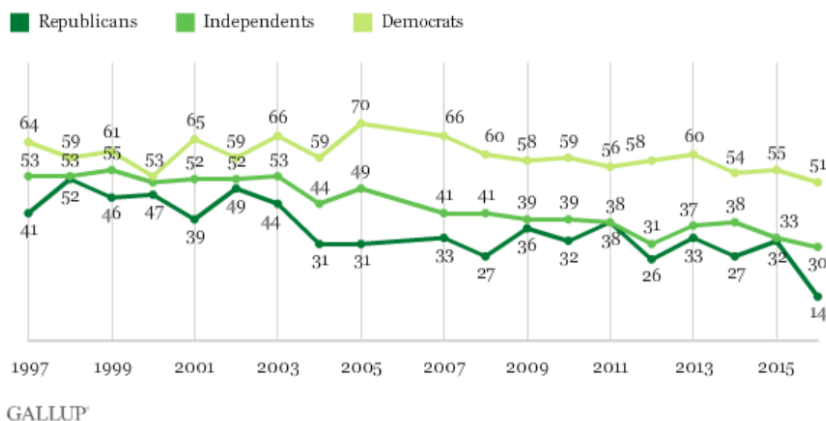


Figuur 1 – Bron: Gallup²⁰

Het vertrouwen van de Amerikanen in de massamedia was met 72% het hoogst in 1976. Dit kan in verband worden gebracht met de Vietnam en Watergate-schandaal waar onderzoeksjournalistiek op zijn best was. Sinds 2007 zien we echter dat minder dan de helft van de bevolking de media vertrouwt.

Trust in Mass Media, by Party

% Great deal/Fair amount of trust



Figuur 2 – Bron: Gallup²¹

²⁰ SWIFT, *Americans' Trust in Mass Media Sinks to New Low*, [online], <https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx> [geraadpleegd op 10 maart 2020]

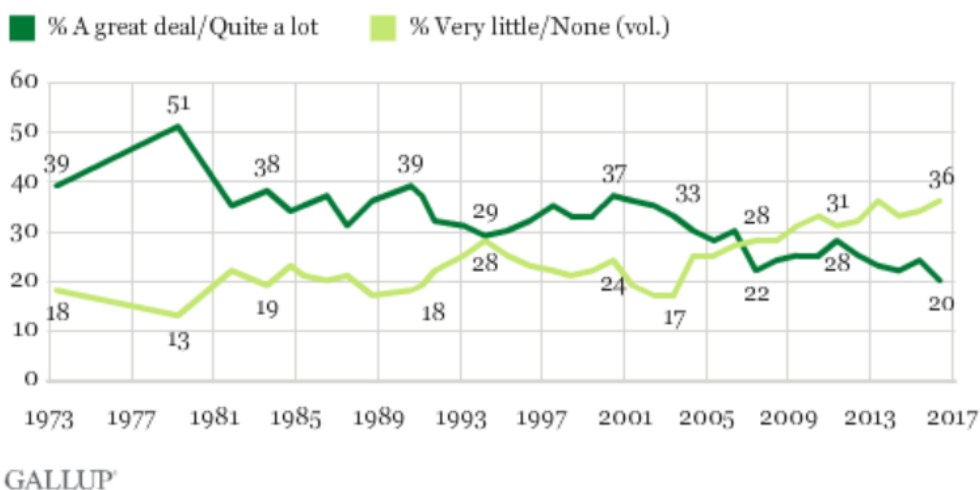
²¹ *Ibid.*

De verkiezingen van 2016 zijn, zoals men zich kan voorstellen, een van de redenen van deze afname van het vertrouwen. Vooral Republikeinen hebben minder vertrouwen in de media. Dit heeft te maken met hun overtuiging dat Clinton meer aandacht kreeg in de pers en dat het meer gericht was op de controverses van Trump. Nu vertrouwt slechts een derde van de Amerikanen deze instellingen, die in de eerste plaats het publiek moeten informeren en in het centrum van de democratie staan. Gallup is ook van mening dat:

“With the explosion of the mass media in recent years, especially the prevalence of blogs, vlogs and social media, perhaps Americans decry lower standards for journalism. When opinion-driven writing becomes something like the norm, Americans may be wary of placing trust on the work of media institutions that have less rigorous reporting criteria than in the past. On the other hand, as blogs and social media “mature,” they may improve in the American public’s eyes. This could, in turn, elevate Americans’ trust and confidence in the mass media as a whole.”²²

Het vertrouwen in kranten is nog lager met slechts 20% van het vertrouwen, zoals we kunnen zien op de grafiek. Maar 42 procent zei ook dat ze enig vertrouwen in kranten hadden, wat betekent dat er nog steeds hoop is. Deze trend begon eind jaren negentig met een kleine opleving in 2002, toen de Amerikanen achter de meeste instellingen stonden als gevolg van de 9/11-aanvallen.

Americans' Confidence in Newspapers, 1973-2016



Figuur 3 – Bron: Gallup²³

²² Ibid.

²³ Ibid.

Het feit dat kranten het meest te lijden hebben van deze ondergang zou verklaard kunnen worden door de opkomst van digitale media en de achteruitgang van de traditioneel gedrukte media.

De journalistiek is dus in crisis. Journalisten zijn vandaag niet de enige en unieke die toegang tot het verhaal hebben. En met deze crisis is burgerjournalistiek ontstaan. De lokale bevolking begon zelf aan journalistiek te doen door politieke gebeurtenissen op sociale media te melden. Dit is niet alleen een manier om de participatie in de journalistiek te vergroten, maar vooral ook een financiële noodzaak voor kleine redactiekamers. De gedrukte nieuwsmedia hebben bovendien geen andere keuze dan zich tot sociale media te wenden om hun publiek te bereiken, maar ook om uit te zoeken wat hun interesses zijn. Dat maakt hen uiteindelijk kwetsbaar voor nieuwe vormen van manipulatie en druk. Niet alleen staan ze onder tijdsdruk, omdat ze zo snel mogelijk moeten informeren, maar ook onder de druk van deze tech- en sociale media bedrijven en hun voortdurend veranderende regels. Dat leidt weer tot meer fouten.

Een andere reden die de problemen van journalisten verklaart, zijn hun vooroordelen. Zij hebben altijd gedacht dat burgers rationele en weloverwogen beslissingen nemen. Maar dat is niet altijd het geval. Deze diepgewortelde mythe in de Verenigde Staten daagt nooit het vermogen van het publiek uit. Maar wat als het probleem eerder was dat het publiek helemaal niet in staat was om zichzelf te besturen?

Bovendien hebben veel wetenschappers vastgesteld dat de belangstelling voor de politiek de afgelopen zestig jaar is afgenomen. In plaats daarvan stemmen de Amerikanen eerder “[...] *based on their social identities, or how they perceive themselves and others, their partisan identities, and their sense of the groups they believe the two political parties represent.*”²⁴ En net als in de sport willen ze dat hun team meer dan wat dan ook wint. De politieke agenda is voor hen minder belangrijk. Nogmaals, net als in de sport, zullen de mensen liever de sterren van hun team geloven dan de journalisten die deel uitmaken van geen enkel team wat raar is.

Volgens C.W. Andersons essay *Empirical Failures: Data Journalism, Cultural Identity, and the Trump Campaign*²⁵ moet de pers, onder andere, een journalistiek produceren die de belangen van de mensen behartigt en een grotere impact heeft. En dit begint met het beter vertegenwoordigen van 'gewone' Amerikanen, de middenklasse, en hen een stem te geven.

²⁴ BOCZKOWSKI & PAPACHARISSI, *Trump and the media*, p.95

²⁵ *Ibid.*, pp.33-39

Sue Robinson, in haar essay *Trump, Journalists, and Social Networks of Trust*²⁶ benadrukt ook dat alle journalisten gebruik moeten maken van netwerkverslaggevingsprincipes.

*“The economic fragility of the news media these days is troubling, and it sometimes leads venerable news organisations to prefer clicks to conscience, but reporters can and often do maintain a fierce allegiance to its highest ideals, and this is a force to reckon with.”*²⁷

Naast het economische aspect willen verschillende wetenschappers ook het belang van solidariteit benadrukken. De verschillende persorganisaties moeten niet tegen elkaar strijden voor de gunst van de overheid. Want dan zijn ze net zo goed verantwoordelijk voor de achteruitgang van de persvrijheid en de toegang tot de pers als de huidige administratie. De pers moet collectief handelen en samen staan om niet uit elkaar te vallen.

Maar zoals veel zoekers denken, is de journalistiek de vierde onofficiële tak van de overheid en moeten ze gekozen functionarissen ter verantwoording roepen voor hun daden. Het is hun taak om de ambtenaren te controleren. Professor Winfrey verklaarde over Trumps mediaoorlog: *“To say that the media is doing harm to democracy, I think, is far more detrimental to the country than journalists being hard on a president.”*²⁸

²⁶ *Ibid.*, pp.41-47

²⁷ *Ibid.*, p.46

²⁸ ANDERSON, Trump and the media, p.9

Hoofdstuk 4: Relatie tussen Trump en de nieuwsmedia

Politiekers en media in de Verenigde Staten

De relatie tussen de presidenten van Amerika en de nieuwsmedia heeft een lange geschiedenis. Zoals vermeld in Douglas' essay *Breaking the Rules of Political Communication: Trump's Successes and Miscalculations*²⁹, het begon allemaal in 1896 met de toenmalige presidentskandidaat William McKinley. Tijdens zijn campagne verspreidde hij meer dan 200 miljoen folders, traktaten en posters waarin hij zijn tegenstander William Jennings Bryant (populist) in het hele land aan de kaak stelde. Eenmaal verkozen, heeft President McKinley's regering voor de eerste keer het Witte Huis nieuws briefings opgesteld. Roosevelt nam dit een paar jaar later over onder de naam van 'show hour' bijeenkomsten. Hierdoor konden verslaggevers rechtstreeks met de president praten, en ze hielpen de president ook om een positieve berichtgeving vorm te geven. Dit betekende ook het begin van de 'White House Press Cops'. Maar al in 1913, organiseerde Woodrow Wilson regelmatig persconferenties. Dit was volgens hem een manier om de gunsten van de verslaggevers te krijgen en zo een positieve publieke opinie te krijgen.

Roosevelt was de eerste president die de radio gebruikte om met zijn electoraat te communiceren. Hij beschouwde dit instrument als een manier om dichterbij zijn volk te komen en gebruikte woorden als 'mijn vrienden' en gebruikte een 'ik-jij' manier van spreken. Radio is een manier om bij iedereen binnen te komen. Dit communicatiemiddel stond in elke huiskamer, dus toen de president zijn mensen toesprak, was het alsof hij bij hen was.

Tijdens de Koude Oorlog stond journalistiek centraal. Zonder journalistiek zou de Koude Oorlog nooit hetzelfde zijn geweest. Deze periode in de geschiedenis was een echt keerpunt voor de journalistiek. Er is een nieuw soort journalistiek, gebaseerd op vijandschap, ontstaan dat de journalisten van vandaag nog steeds invloed, zoals vermeld in Zelizers essay *Why Journalism in the Age of Trump Shouldn't Surprise Us*:

*"That enmity cast the war's central antagonists – the US and the USSR – as polarized, mirrored opposites of each other and propelled a hunt for the enemy within US boundaries. In this mindset, neutrality disappeared."*³⁰

De journalisten en verschillende actoren van het medialandschap hebben deze ideologische oorlog versterkt. Deze situatie werd niet door alle journalisten gewoon geaccepteerd. Ze

²⁹ BOCZKOWSKI & PAPACHARISSI, Trump and the media, pp.133-141

³⁰ *Ibid*, p.10

werden verscheurd tussen de steun voor het anticommunisme en het behoud van onafhankelijkheid. Bovendien stonden ze onder politieke druk:

“Political pressures – tendered via red-line edits on news copy, subtle censorship, loyalty oaths, dismissal, and special favors in exchange for sympathetic coverage – reminded journalists to mind their perspectives carefully [...]”³¹

Kennedy en Nixon introduceerden vervolgens tv-debatten tijdens hun campagnes. Voor het eerst werd de nadruk gelegd op het uiterlijk, maar deze manier van communiceren was ook veel duurder. Eenmaal verkozen werd John F. Kennedy de eerste president die regelmatig gebruik maakte van live televisiepersconferenties. Deze manier van communiceren stond centraal in het licht van de Varkensbaai, de Cubaanse Raketcrisis en de Burgerrechtenbeweging.

Dwight Eisenhower introduceerde voor het eerst in 1955 de televisiejournaalconferentie. Het was niet live, maar het was nog steeds een manier om zijn volk direct aan te spreken.

De eerste echte spanningen tussen een president en de nieuwsmedia begonnen niet zoals iedereen denkt met Trump maar eigenlijk met president Nixon. Zoals uitgelegd in Susan J. Douglas' essay:

“This administration demonstrated that striking out at the press could be ill-advised and provoke the news media to be even more adversarial than usual, which undid Nixon's presidency.”³²

Met Ronald Reagan is alles veranderd. Deze voormalige filmacteur en radio-omroeper slaagt erin om de media weer onder controle te krijgen. Media die aan de macht waren tijdens de administratie van Carter en Ford. De administratie van Reagan kende de behoeften en deadlines van de pers en gaf hen zo de inhoud die ze nodig hadden en wilden. Deze administratie gaf elke dag een itinerarium van de president en samenvattingen of kopieën van toespraken vooraf aan de pers, zodat ze hun deadlines goed konden beheren. De administratie van Reagan deed de helft van het werk van de pers. Door het leven van de pers te vergemakkelijken, kreeg Reagan in ruil daarvoor een veel betere persaandacht.

In de jaren negentig is de tijdsdruk voor de pers en dus ook voor de presidenten exponentieel toegenomen door de 24/7-uitzending van CNN News en de start van Fox News in 1996. De

³¹ *Ibid.*, p.11

³² *Ibid.*, p.136

verslaggevers wilden en hadden behoefte aan meer directe antwoorden en waren voortdurend op zoek naar nieuwe verhalen.

Met de komst van internet en de crisis van de gedrukte journalistiek begon een nieuw tijdperk. Dit nieuwe instrument was totaal oncontroleerbaar, maar was ook een nieuw platform om makkelijker te communiceren met partizanen. Maar met de opkomst van het internet begonnen conservatieve politici en activisten een vermeende liberale vooringenomenheid in het nieuws aan de kaak te stellen. Tegelijkertijd nam de sensatiezucht toe en deze factoren hebben uiteindelijk tot een afname van het vertrouwen in de nieuwsmedia geleid.

Public relations, in het algemeen, is altijd een belangrijke zaak geweest voor presidenten, maar wordt voornamelijk gecontroleerd door de pers. Susan J. Douglas legt dit uit als volgt:

*“What presidents learn, often the hard way, is that when the discrepancy between the public relations message and actual events or the president’s actual persona or policies is too large, the public relations staging can backfire.”*³³

De manier waarop Bush met de catastrofe van de orkaan Katrina omgaat en wat de tv-camera's van de nieuwsmedia lieten zien, waren totaal anders en ondermijnden uiteindelijk de geloofwaardigheid van president Bush. De kloof tussen de presidentiële prestaties en beelden werd door de media blootgelegd en creëerde een echte puinhoop.

Bij de verkiezingen van 2008 en 2012 werden nieuwe technologieën, zoals sociale maar ook digitale media in het algemeen, volledig onderdeel van de presidentiële campagnes, die in eerste instantie effectiever werden gebruikt door de Democraten.

Barack Obama werd dus in 2008 tijdens zijn campagne geconfronteerd met een nieuwe mediaomgeving in transitie. Internet, met vooral de opkomst van sociale media en YouTube creëerde een geheel nieuwe omgeving om met de traditionele media om te gaan. Obama beheerste het gebruik van YouTube. Zijn 1800 campagne video's verzamelden meer dan 50 miljoen views op YouTube. Hierdoor kon hij meer mensen bereiken, maar werd het ook gemakkelijker om hem te bespotten.

In 2016, gebruikte Donald Trump Twitter als belangrijkste communicatiemiddel tijdens zijn campagne (en nu ook gedurende zijn presidentschap). Hierdoor heeft hij de agenda van de nieuwsmedia kunnen bepalen en de aandacht kunnen afdwingen. Zijn tweets zijn zo controversieel dat de nieuwsmedia geen andere keuze had (en steeds heeft) dan ze te verslaan.

³³ *Ibid.*, p.137

Dit bracht uiteindelijk gratis pers voor Donald Trump gedurende zijn campagne, zoals als hier vermeld:

“Trump was newsworthy because he was a bombastic reality TV star and a wealthy real estate developer with no political experience. As a highly dramatic media performer who loved the spotlight and sensed that voters were weary of carefully scripted ‘frontstage’ personae, Trump took unspeakable comments about race, immigrants, women, and Muslims – as well as about his opponents – out of the backstage and onto the frontstage of his rallies.”³⁴

Trump, de media & ‘fake news’

Na de resultaten van de verkiezingen van 2016 waren velen van mening dat de kiezers gedupeerd waren vanwege vals nieuws en dat dit de enige reden was waarom de Republikeinse partij won “[...] instead of acknowledging that white cultural and social anxiety and racism lay at the root of the president's appeal as representative of a white political party.”³⁵ Dit was een gemakkelijkere verklaring en voorkwam het doorbreken van de mythe van de volmaakte democratische burgers. Zelfs voor onderzoekers leek dit een betere optie, omdat het hen toegang gaf tot veel geld om een oplossing te vinden voor nepnieuws, zoals Daniel Kreiss betoogt in zijn essay *The Media Are about Identity, Not Information*³⁶. En dit terwijl in plaats daarvan de belangrijkste redenen voor de verkiezing van Trump racisme, seksisme, partijdigheid en identiteit zijn. Het zijn de thema’s die in de nasleep van zijn verkiezing besproken hadden moeten worden.

“And it is no surprise that media outlets such as Fox News and the white nationalist Breitbart were highly influential during this election, precisely because they understand their role in terms of identity, not information.”³⁷

Veel kiezers vreesden eigenlijk voor de opkomst van de vroegere minderheden, zoals de mensen van kleur en LGTBQ-gemeenschap. Veel blanken waren bang om hun Amerikaanse manier van leven te verliezen en bang van de opkomst van de multiculturaliteit in het algemeen, die hen, volgens hun overtuiging, uit elkaar zou drijven. Ze wilden 'Make America Great Again' op basis van blank elitisme.

³⁴ *Ibid.*, p.138

³⁵ *Ibid.*, p.96

³⁶ *Ibid.*., pp. 93-99

³⁷ *Ibid.*, p.98

Als zijn vrouwelijke tegenstander een paar strategische stemmen meer had gewonnen, zou dit alles nooit zijn gebeurd. Echter, de combinatie van onder andere een afkeer van de Democratische vertegenwoordiger en een zeer laag vertrouwen in politici en nieuwsmedia, heeft geleid tot de opkomst van Donald Trump. Hoewel deze factoren waarschijnlijk nooit meer tegelijkertijd zullen samengaan, zijn we nu getuige van een nieuw tijdperk in de relatie tussen journalistiek en politiek, een nieuw mediaregime. En dit heeft op zijn beurt weer invloed gehad op het politieke landschap. Het werd 'multiaxiaal' (wat betekent dat journalisten geen controle meer hebben over de publieke agenda, maar meerdere actoren) en 'hyperreëel' (wat betekent dat de weergave van de werkelijkheid via de media belangrijker is dan de werkelijke feiten).

President Donald Trump heeft als geen andere president de journalistiek veranderd door de toegang van journalisten tot het Witte Huis te beperken. Geen wonder dat hun relatie een beetje gespannen is. Sinds zijn verkiezing heeft hij niet alleen de oorlog verklaard aan de nieuwsmedia door ze publiekelijk vijandig te noemen, maar ook door de openbare persconferenties en de persconferenties per camera te beperken. Zoals de Sunlight Foundation (een non-profitorganisatie) stelt in Mendelsons essay *Lessons from the Paparazzi: Rethinking Photojournalistic Coverage of Trump*: “*This is a secretive administration, allergic to transparency, ethically compromised, and hostile to the essential role that journalism plays in a democracy.*”³⁸

Er zijn verschillende redenen voor de gespannen relatie tussen Trump en de media maar één van de meest in het oog springende is dat hij hen de oorlog verklaarde vanaf het begin van zijn campagne. Net zoals hij beloofde een muur te bouwen, kwam hij ook snel in actie tegen de nieuwsmedia. Zodat Donald Trump uiteindelijk zijn eigen mening rechtstreeks aan zijn aanhangers kan doorgeven.

Maar wat is nepnieuws? Volgens het Cambridge woordenboek is nepnieuws “*False stories that appear to be news, spread on the Internet or using other media, usually created to influence political views or as a joke*”³⁹. Er moet echter een onderscheid worden gemaakt tussen misverstanden en desinformatie. De eerste beschrijft de verspreiding van valse informatie zonder dat er noodzakelijkerwijs sprake is van kwade bedoelingen of een doel achter. Geruchten en grappen zijn daar voorbeelden van. Desinformatie daarentegen wordt gebruikt om de aandacht af te

³⁸ *Ibid.*, p.59

³⁹ CAMBRIDGE DICTIONARY, *Fake News*, [online], <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/fake-news> [geraadpleegd op 1 maart 2020]

leiden met bewust verkeerde informatie, meestal om een politieke of economische reden. Propaganda is daar een voorbeeld van. Het wordt gebruikt door politici en sommigen gebruiken het meer dan anderen... Donald Trump gebruikte nepnieuws om de oorlog te verklaren aan de nieuwsmedia, maar hij heeft zelf ook nepnieuws gebruikt om politieke tegenstanders, de federale overheid en vele andere instellingen aan te vallen. Daarmee draagt Trump bij aan de 'informatievervuiling'. Dit betekent dat er zoveel misinformatie en desinformatie is dat er een sfeer van wantrouwen ontstaat waarbij mensen denken dat er alleen maar onbetrouwbare informatie is.

Verschillende hulpmiddelen kunnen worden gebruikt om het nepnieuws te controleren. Zo vormen websites die feiten controleren, zoals Politifact bijvoorbeeld een echte waakhond tegen politici. Volgens een onderzoek van Politifact, zijn bijna zeventig procent van de uitspraken van Trump tussen februari 2017 en april 2017 vals of grotendeels vals. Men mag niet vergeten dat de huidige situatie van alternatieve feiten en de verspreiding van nepnieuws ook te danken is aan de huidige mediaomgeving. Hoewel deze omgeving ook probeert om het te bestrijden. Deze omgeving stelt mensen ook in staat om toegang te krijgen tot meer gerichte en bruikbare informatie, maar door dit te doen creëert ze ook 'echo chambers' (ter herinnering, net als 'filter bubbles' stellen deze mensen met dezelfde ideeën in staat om samen te praten, maar geven ze dan ook geen toegang tot andere meningen). Een andere manier om nepnieuws te bestrijden is kritisch denken. Jonge kinderen moeten een interactief proces doorlopen om de wereld te leren kennen en na te denken over het wie, wat, waar, wanneer en hoe van dingen wanneer ze iets lezen of zien. Het einddoel is om actieve deelnemers te hebben die effectief communiceren, maar ook vertalers van informatie zijn. Echter, voordat de hele wereld verandert, zijn er een paar stappen die iedereen thuis kan doen. Het controleren van de URL, de auteur en zijn korte biografie, maar ook het gebruik van uw gezond verstand voordat u iets deelt op sociale media zijn enkele van hen.

De huidige situatie is echter niet alleen de schuld van Trump. Ook de Amerikaanse media-instellingen hebben schuld, zij hebben de voorkeur gegeven aan winst boven democratie. De journalistiek moet zich niet meer laten leiden door geld. Zoals u heeft begrepen, moet er nu een verandering in de journalistiek plaatsvinden. En het vroegere nieuwsmedia-regime was ook niet beter. Het was, volgens Michael X. Delli Carpini's essay *Alternative Facts: Donald*

Trum and the Emergence of a New U.S. Media Regime, “ [...] highly centralized, corporate-dominated, and citizen-as-passive-consumer.”⁴⁰

Het moet echter worden toegegeven dat de Trump-administratie de nieuwsmedia in zekere zin zal hebben verbeterd. Als gevolg van de oorlog en de voortdurende beschuldigingen van nepnieuws, hadden journalisten inderdaad geen andere keuze dan een betere inhoud te produceren. Alles moet verifieerbaar zijn en de journalistiek is dus in zekere zin ook kwalitatief beter geworden. De journalistiek verkeert op dit moment dus inderdaad in een crisis, maar elke crisis eindigt op een dag. We leven nu een echt keerpunt. En als deze crisis voorbij is, zal een nieuwe vorm van journalistiek geboren zijn.

Gaffe-Announcements, Alternative facts & Bullshit

Zoals zojuist gezegd, draagt Trump ook bij aan de informatievervuiling met bijvoorbeeld de ‘gaffe-announcements’. Deze aankondigingen zijn zeer specifiek voor het presidentschap van Donald Trump, maar hoe is dit allemaal begonnen? Laten we teruggaan in de tijd op 21 januari 2017. Sean Spicer, de toenmalige perssecretaris van het Witte Huis, hield zijn eerste briefing en begon de media aan te vallen. Hij verklaarde dat de media tijdens de inauguratie van Trump tot president van de Verenigde Staten de omvang van de menigte aanwezigen onderschat hebben. In plaats van toe te geven dat de perssecretaris een fout had gemaakt, ging Kellyanne Conway, de campagnestrateeg van Trump, nog verder en zei dat Spencer gewoon ‘alternative facts’ gaf aan die van de nieuwsmedia:

“While her actual use of the term was in defense of something much closer to ‘two plus two is six’, she is right that facts can be used and interpreted selectively, and that it is important to have an information environment that brings diverse, but relevant and supportable, facts to the table.”⁴¹

Deze alternatieve feiten en de opkomst van nepnieuws creëerden een extra rol voor journalisten. Het zijn nu net waakhonden die alle feiten moeten controleren. Daarmee dwingen ze politici om de waarheid te zeggen.

Het is echter niet de eerste keer in de Amerikaanse geschiedenis dat de feiten anders blijken te zijn dan de gedane beloften. Het Marshallplan was bijvoorbeeld meer een project van hoop dan een echt economisch plan om Europa uit zijn as te helpen herrijzen. Het was vooral

⁴⁰ BOCZKOWSKI & PAPACHARISSI, *Trump and the media*, p.22

⁴¹ *Ibid.*

bedoeld om de verspreiding van het communisme tegen te gaan en de harten van de Europeanen na de Tweede Wereldoorlog te veroveren. Mensen zijn altijd op zoek geweest naar hoop, niet alleen in de politiek. Zo stemde ook vlak voor de verkiezing van Trump, een meerderheid van de Britten voor 'Leave', wat leidde tot het onvoorstelbare scenario van Brexit. Burgers over de hele wereld streven naar iets nieuws, en de Amerikanen stemden dus ook voor Trump.

Maar wat zijn 'gaffe'? In hun artikel '*Alternative facts are not facts*': *Gaffe-announcements, the Trump administration and the media* Chris McVittie en Andy McKinlay definiëren het als volgt: "*Gaffe are actions or events that are treated as problematic in subsequent news coverage through the production of what we term here 'gaffe-announcements'*".⁴²

Hutchby voegt aan dit toe dat "*Gaffe [...] are instances of talk that is 'infelicitous' in that the talk may be either ill-advised, or wrong; or may in fact be a genuine attempt to answer a difficult question; but crucially is subsequently construed as problematic.*"⁴³ De media zullen dan na de blunder meer aandacht besteden aan degene die het heeft geproduceerd.

Nieuwsmedia-interviews zijn net als een spel tussen de interviewers en de geïnterviewden waarbij iedereen zijn eigen doel heeft. De vraag van de interviewers staat centraal in het spel als uitdaging voor de geïnterviewden om hun doel te bereiken. Alle vragen zijn natuurlijk niet uitdagend voor de geïnterviewde, sommige van deze vragen zijn neutraal.

De media-interviews kunnen voordelig of gevaarlijk zijn voor de geïnterviewden. Zo kunnen ze hun eigen versie aan een breed publiek geven. Echter, door dit te doen kunnen de geïnterviewden ook geconfronteerd worden met interviewers met slechte bedoelingen die hen zullen ondervragen. Door druk kunnen de geïnterviewden dan een blunder begaan die een nieuw onderwerp van nieuws zou worden of die later in het politieke debat zou kunnen worden opgenomen. Aan het eind van de dag moeten de geïnterviewden proberen zo duidelijk mogelijk te reageren, zodat hun uitspraken hun einddoelen niet zouden schaden. Interessant in deze interviews is te zien hoe geïnterviewden hierop reageren. Of ze nu toegeven dat ze een fout hebben gemaakt of niet. Wat gezegd of gedaan is, wordt uitgedaagd door bijvoorbeeld een 'gaffe-announcement'.

⁴² MCVITTIE & MCKINLAY, '*Alternative facts are not facts*': gaffe-announcements, the Trump administration and the media, p.172

⁴³ *Ibid.*, p.173

Maar waarom geven de geïnterviewden hun blunder dan niet gewoon toe? Volgens McVittie en McKinlay is het gewoon om het spel van het media-nieuwsinterview voort te zetten.

Pollner, een andere onderzoeker, zegt dat er ook rekening moet worden gehouden met ‘reality disjunctions’. Niet iedereen heeft dezelfde achtergrond en dezelfde realiteit, maar in deze gaat iedereen ervan uit dat ze allemaal dezelfde realiteit hebben... En dus ligt hier het probleem tussen hoe Trump en zijn administratie de sociale realiteit zien en hoe deze door de media worden opgebouwd. En dit is misschien wel één van de redenen van deze spanning tussen Trump en de media.

Is Trump en zijn administratie dan constant aan het liegen? In Kristiansen en Kausslers' artikel *The Bullshit Doctrine: Fabrications, Lies, and Nonsense in the Age of Trump* maken de onderzoekers een verschil tussen leugens en bullshit. Heel eenvoudig verklaart is ‘bullshit’ iets wat iemand zegt niet te weten dat het onwaar is, omdat hij geen bepaalde kennis heeft. Terwijl een leugen is wat iemand zegt, ook al kent hij de waarheid en weet hij dus dat hij liegt.

Liegen zoals Donald Trump het doet, ondermijnt niet alleen de geloofwaardigheid van het Witte Huis in het algemeen, maar maakt ook dat we bezorgd zijn over het karakter van de man die nu de president van de Verenigde Staten van Amerika is, één van de machtigste land ter wereld. Het lijkt erop dat het uiterlijk belangrijker is voor Trump dan de waarheid. Vanaf het moment dat hij officieel tot president werd verkozen deed hij in het openbaar 1628 valse of misleidende beweringen als president door zichzelf of zijn medewerkers te prijzen of zijn tegenstanders in diskrediet te brengen (volgens Lars J. Kristiansen en Bernd Kaussler). De pers is één van de vele spelers die last hebben van zijn leugens zoals hier genoemd:

“With frequent admonitions that even respectable news organizations like CNN and the New York Times are peddling “fake news”, President Trump is hard at work trying to ensure that unquestioned assumptions and personal opinions are elevated to the level of proof by undermining the very concept of objective knowledge.”⁴⁴

Nog steeds volgens dit artikel produceert Trump dus vooral ‘bullshit’. Met een gebrek aan bevoegdheden in het Amerikaanse politieke systeem, in internationale zaken of het regeren van een land in het algemeen, zegt Trump veel ‘bullshit’. Hij doet alsof hij bekwaam is en laat zich zo uitschijnen door anderen te kleineren.

⁴⁴ KRISTIANSEN & KAUSSLER, *The Bullshit Doctrine: Fabrications, Lies, and Nonsense in the Age of Trump*, p.18

Een recent voorbeeld hiervan is toen de president van de Verenigde Staten van Amerika tijdens zijn briefing op donderdag 23 april 2020 voorstelde om een ontsmettingsmiddel in te nemen om het Coronavirus te verslagen. Het gevolg was dat het aantal telefoontjes naar het antigifcentrum snel daarna toenam. Donald Trump weigert hiervoor verantwoordelijk te worden gesteld. Hij kwam terug op zijn woorden, zei dat deze duidelijk sarcastisch waren. Door de waarheid op zo'n hoog niveau te ondermijnen en dat soort dingen te zeggen, staat niet alleen de democratie op het spel, maar worden ook mensenlevens op het spel gezet. Hoewel de pers zijn uitspraken ontmantelt, heeft het slechts een beperkte impact aangezien hij de pers dagelijks de brengers van nepnieuws noemt.

Niet alleen heeft Donald Trump geen ervaring, maar hij heeft zelfs niet geprobeerd om te leren. In plaats daarvan gebruikt hij wat andere staatshoofden zeggen of gebruikt hij bronnen zoals Fox&Friends voor zijn argumenten. Hij onthulde zelfs geheime inlichtingencodes met de Russische minister van Buitenlandse Zaken en ambassadeur tijdens een vergadering.

Steeds meer Amerikanen, zelfs in zijn eigen partij, ondermijnen zijn geloofwaardigheid. Senator Jeff Flake zei publiekelijk dat Donald Trump de democratie bedreigt met al zijn onzin. Maar ook op het internationale toneel komt er een sterke afwijzende reactie. Op het internationale toneel is het van groot belang om een status quo te handhaven voor de internationale stabiliteit. In plaats daarvan heeft Donald Trump het Akkoord van Parijs verlaten zonder de leden vooraf te informeren. En hij blijft onduidelijk over zijn bedoelingen met de NAVO, maar tijdens zijn campagne zei hij in feite dat het akkoord achterhaald was en dat de andere landen meer zouden moeten betalen voor hun verdediging. Later gaf hij echter toe dat hij op dat moment niet veel wist over de NAVO in een interview:

“They had a quote from me that NATO’s obsolete. But they didn’t say why it was obsolete. I was on Wolf Blitzer, very fair interview, the first time I was ever asked about NATO, because I wasn’t in government. People don’t go around asking about NATO if I’m building a building in Manhattan, right? So they asked me, Wolf ... asked me about NATO, and I said two things. NATO’s obsolete - not knowing much about NATO, now I know a lot about NATO - NATO is obsolete, and I said, ‘And the reason it’s obsolete is because of the fact they don’t focus on terrorism’. You know, back when they did NATO there was no such thing as terrorism.”⁴⁵

Door zijn ‘bullshit’ verloor hij zijn geloofwaardigheid ten opzichte van andere grote acteurs en dus is het nu minder waarschijnlijk dat zij de beloften van de Verenigde Staten vertrouwen,

⁴⁵ Ibid., p.38

maar ook de dreigementen. Uiteindelijk, volgens dit artikel, wil Donald Trump alleen maar beroemdheid, zolang mensen over hem praten kan het hem niet schelen of hij de waarheid zegt of niet.

Door Trumps beschuldigingen van nepnieuws en constante 'bullshit' controleert de Washington Post nu voortdurend wat hij zegt in zijn tweets en discoursen. Binnen de Washington Post is een specifiek team van drie fulltime journalisten die zich bezighouden met deze 'fact-checking' opgericht. Volgens hen heeft de president in 1095 dagen 16 241 gelogen. Dit is gemiddeld 15 leugens per dag. Zijn meest voorkomende leugens gaan over economie, werk en immigratie. Deze 'fact-checking' heeft uiteindelijk de digitale verkoop van de Washington Post doen stijgen, maar het heeft geen echt effect gehad op de reputatie van Trump. Drie Amerikanen op tien geloven nog steeds wat de president zegt.

Fox, de uitzondering

Fox News is een Amerikaans kabeltelevisienetwerk dat het nieuws en de politiek becommentarieert. Het werd officieel gelanceerd op 7 oktober 1996 als onderdeel van de Fox Entertainment Group die eigendom is van Rupert Murdoch. Hij had een groot succes bij Fox Broadcasting Company en besloot daarom uit te breiden naar de Amerikaanse TV-markt. Murdoch probeerde eerst CNN te kopen maar dat mislukte en daarom creëerde hij zijn eigen kabelnieuwszender met de hulp van Roger Ailes (een TV-producent en voormalig adviseur van de Republikeinse Partij). Met Fox News, moesten kabelaanbieders zoals HBO en MTV, voor het eerst in de geschiedenis, betalen om in een kabeltelevisienetwerk aan te bieden (voordie was het andersom). Hierdoor was het, toen het voor het eerst werd uitgezonden, te zien voor 17 miljoen huishoudens. In januari 2002 overtrof het CNN in aantal kijkers. Fox News heeft ook een enorme gemeenschap op sociale media van 37 miljoen volgers.

Dit netwerk zei dat de media een liberaal vooroordeel hadden en dat zij de evenwichtige en eerlijke oplossing hiervoor waren. Ze legden echter al snel banden met leden van de Republikeinse Partij. Bovendien waren veel van de commentatoren van Fox News belangrijke leden van de Republikeinse Partij en schonk het televisienetwerk 1 miljoen dollar aan de Republikeinse Gouverneursvereniging. Uiteindelijk wordt het echter zwaar bekritiseerd omdat het een sterk rechts standpunt heeft. Door sommigen wordt het ook beschouwd als de meest bevooroordeelde nieuwszender.

In juli 2016 klaagde Gretchen Carlson, Roger Ailes aan voor seksuele intimidatie. Ze was lange tijd een gastvrouw van het kanaal. Verschillende andere vrouwen volgden het voorbeeld en beschuldigden hem eveneens van seksuele intimidatie. Hoewel Ailes de beschuldigingen niet ontkende, nam hij kort daarna ontslag. De film *Bombshell* ontstond rond dit schandaal. In 2017 werd ook O'Reilly, een presentator van Fox News, aangeklaagd wegens seksuele intimidatie en ook hij verliet daarna snel de TV-zender. Hoewel het nieuwsmediakanaal met enkele sterke beschuldigingen werd geconfronteerd, wordt het door een zeer machtig man, namelijk de president van de Verenigde Staten, geprezen.

Volgens Hochschild is Fox News het referentiemedium voor de Republikeinse Partij en Trump, maar ook voor al die blanke kiezers waar we het eerder over hadden. Ditzelfde electoraat identificeert zich met dit mediakanaal zoals Daniel Kreiss het hier uitlegt:

*“In a world where Republicans, in particular, see legacy journalism as biased against them and have spent eighty years building a conservative media infrastructure, Fox News becomes a safe redoubt to voice outrage.”*⁴⁶

Trump is gek op dit kanaal: hij tweet erover, gebruikt hun grafieken om zijn uitspraken te rechtvaardigen en geeft de meeste van zijn TV-interviews op Fox News. Bovendien staan Fox News en Trump volledig op dezelfde pagina wat betreft de politieke correctheid zoals hier uitgelegd:

*“As Hochschild points out, Trump, along with Fox News, gave these strangers in their own land the hope that they would be restored to their rightful place at the center of the nation, and provided a very real emotional release from the fetters of political correctness that dictated they respect people of color, lesbians and gays, and those of other faiths.”*⁴⁷

Een sleutelfiguur van het kanaal is Sean Hannity. Hij prijst Trump als geen ander. Men zou kunnen denken dat hij eigenlijk deel uitmaakt van Trumps communicatieteam, omdat hij hem voortdurend verdedigt en over hem praat tijdens zijn politieke show Hannity op Fox News. Hij zei: *“I am glad Donald Trump is in this race. I like his outsider’s view of politics... I like anybody who is not politically correct”*.⁴⁸

Zoals men kan begrijpen, heeft Trump niet aan alle media de oorlog verklaard.

⁴⁶ BOCZKOWSKI & PAPACHARISSI, Trump and the media, p.98

⁴⁷ *Ibid.*, pp.93-94

⁴⁸ KRISTIANSEN & KAUSLER, The Bullshit Doctrine: Fabrications, Lies, and Nonsense in the Age of Trump, p.14

Alt-Right, Breitbart & Trump

Maar Fox News is hier niet de enige uitzondering. Steve Bannon's Breitbart is ook één van zijn favoriete media.

Steve Bannon was een goede vriend van Andrew Breitbart, de oprichter van de gelijknamige anti-establishment website, opgericht in 2007. Het werd opgericht in tegenstelling tot de linkse Huffington Post in de hoop even belangrijk te worden of misschien zelfs deze grote nieuwsmedia te overwinnen. Helaas is de leider van de website in 2012 overleden en dus heeft Bannon het bedrijf overgenomen. Hij werd uitvoerend voorzitter en begon de visie van Breitbart News te sturen. Met Bannon als voorzitter werd de website een perfect platform voor de alt-rechts beweging. Hij verklaarde zelfs officieel dat het platform voor alt-rechts was toen hij het overnam. De krantenkoppen spreken voor zich: “[...] ‘Birth control makes women unattractive and crazy’ (December 8, 2015), and ‘Would you rather your child had feminism or cancer?’ (February 19, 2016).”⁴⁹

In augustus 2016 werd Bannon benoemd tot uitvoerend directeur van Trumps presidentiële campagne. Toen Trump werd verkozen, werd Bannon zijn senior counselor en hoofdstrategus van het Witte Huis. Maar zoals vermeld in Britannica, werd dit niet door iedereen goed gezien.

*“Bannon’s appointment was cheered by Trump’s extreme-right supporters but condemned by many on the left and by some establishment Republicans, who expressed fears of the influence of the far-right fringe entering the White House.”*⁵⁰

Steve Bannon noemde de media expliciet de oppositiepartij. Het was een oorlogsverklaring die zich natuurlijk niet uitstreckte tot Fox News en Breitbart. Gedurende het eerste halfjaar in het Witte Huis was Bannon zeer invloedrijk. Hij werd geacht achter alle controversiële beslissingen van Trump te zitten (het schrappen van het Akkoord van Parijs en het reisverbod voor sommige moslimlanden). Critici zagen hem ook als een vorm van legitimatie van extreem-rechts door in het Witte Huis te blijven met zo'n hoge titel. Na veel kritiek stemde Bannon er in augustus 2018 mee in om zijn baan in het Witte Huis op te zeggen omdat het in ieders belang was. Hij keerde snel daarna terug aan het hoofd van Breitbart, maar bleef president Trump steunen.

⁴⁹ FALCOUS, HAWZEN & NEWMAN, Hyperpartisan sports media in Trump’s America: the metapolitics of Breitbart sports, p.5

⁵⁰ THE EDITORS OF ENCYCLOPAEDE BRITANNICA, *Steve Bannon*, [online], <https://www.britannica.com/biography/Steve-Bannon> [geraadpleegd op 9 maart 2020]

Deze perfecte relatie tussen Trump en Bannon veranderde in januari 2018. Stephan Bannon zou hebben gezegd dat de ontmoeting tussen Donald Trump Junior en de Russen verraderlijk en onpatriottisch was. Trump werd echt boos op hem, begon Bannon 'Sloppy Steve' te noemen en zei dat toen Bannon werd ontslagen hij niet alleen een baan maar ook zijn verstand verloor. Bannon verontschuldigde zich uiteindelijk voor zijn uitspraken. Op 9 januari werd Bannon gedwongen zijn baan bij Breitbart op te zeggen.

Maar wat is dan de 'Alt-Right' beweging die Bannon zijn baan kostte? De alt-rechtse beweging is een direct gevolg van de 'filter bubbles' en 'echo chambers'. Wat moest leiden tot de publieke sfeer van Habermas en de bottom-up deelname aan de democratie moest vergroten, leidde tot de opkomst van bewegingen als Black Lives Matter, maar ook tot extreme bewegingen. De alt-rechts of extreem-rechts is er één van. Deze groepen hebben zichtbaarheid gekregen via sociale media.

De alternatieve beweging is een vereniging van blanke nationalist (die zichzelf niet als racistisch beschouwen maar toch bang zijn voor het blanke politieke, economische en culturele verval), blanke supremacisten, extreme libertariërs en neonazi's. Falcous definieert het meer als een ongelijksoortige beweging verbonden rond verschillende onderwerpen zoals :

*"[...] the primacy 'Western civilization' and/or 'Christian' values (seen as synonymous with White identities) as a form of 'ethno-nationalism'; hostility toward mainstream 'liberal' elites in politics, academia, and media that are seen as purveyors of feminist, multicultural, and postmodernist ideas; a rejection of mainstream political neoconservatism in favour of nationalist protectionism, including criticism of immigration; advancement of, conservative values and practices into the public sector; right-wing libertarianism; promotion of liberal gun ownership laws; race realism (i.e., pseudo-intellectual racism and anti-Semitism), conspiracy theories, and 'neoreactionary' rejections of egalitarianism."*⁵¹

Deze beweging hergroepeert dus een heleboel extreme ideologieën. Sommige intellectuelen van deze beweging stellen dat cultuur en ras niet van elkaar kunnen worden gescheiden en dat voor het behoud van de verschillende culturen, mensen van verschillende culturen moeten worden gescheiden. Het enige wat ze gemeen hebben, is dat ze een breuk willen met het gebruikelijke conservatisme in de Verenigde Staten. Het is meestal gegroepeerd in Amerika en vooral een onlinebeweging. Het gebruik van internet is vooral belangrijk voor deze beweging omdat het mogelijk is om anoniem te zijn en dus agressiever en gemakkelijker

⁵¹ FALCOUS, HAWZEN & NEWMAN, Hyperpartisan sports media in Trump's America: the metapolitics of Breitbart sports, pp.3-4

te pesten. Critici zeggen dat Breitbart een nieuwe versie van Witte Overmacht, misogynie, homofobie en antisemitisme is, gevormd door en aantrekkelijk voor millennials.

Tijdens de presidentiële campagne van 2016 was Breitbart één van de websites die de boodschappen van Trump samenbracht. Breitbart begon echter aan belang te winnen met de presidentiële campagne van Trump. Zoals Falcous in zijn artikel stelt:

*“The alt-right coalesced around Donald Trump’s Presidential campaign in part due to his willingness to be aggressive, ‘unfiltered’, and to openly display hostility toward immigration, his attacks on mainstream press, and his support for hard-right-wing policies on civil liberties, national borders, and the environment.”*⁵²

Trump gaf veel interviews aan de website en hierdoor verhoogde de website zijn verkeer met 124% in 2016 en werd het één van de 50 meest populaire website in de Verenigde Staten. Deze relatie leidde tot wederzijds voordeel. De website was een perfecte manier voor Trump om een specifiek electoraat te bereiken. De huidige president van de Verenigde Staten verklaarde echter dat hij de alt-rechtse beweging niet kende en veroordeelde deze later zelfs in een interview.

Trump's relatie met alt-rechts begon, in feite, op 2 juli 2016 toen hij 'Crooked Hillary - Makes History!' tweette met een meme van haar. Deze meme werd zeer controversieel omdat hij Hillary Clinton met tonnen contant geld en een ster in beeld bracht waarop 'Meest Corrupte Kandidaat ooit' stond geschreven. Het verwees duidelijk naar Joden (davidster en geld). Binnen twee uur werd de tweet verwijderd en de ster veranderd door een cirkel. Donald Trump heeft ook vaak profielen ‘retweeted’ met vermeldingen van de witte genocide samenzweringstheorie. Hoewel hij er niet in gelooft, zijn er, volgens een onderzoek van Fortune magazine, veel verbanden tussen Trump, zijn campagne en de mensen die deze theorie verspreiden. Clinton hield ook een toespraak op 25 augustus 2016 over de vele verbanden die er zijn tussen Trump en de ‘Alt-Right’. Ze zei:

*“Of course there has always been a paranoid fringe in our politics, a lot of it rising from racial resentment. But it’s never had the nominee of a major party stoking it encouraging it, and giving it a national megaphone. Until now.”*⁵³

⁵² Ibid., p.2

⁵³ WENDLING, Alt-Right: from 4chan to the White House, p.197

En met zijn invloed heeft een eenvoudige retweet veel gevolgen en krijgt het veel zichtbaarheid.

Is Trump dan een racist? Verschillende verklaringen en feiten kunnen ons dat op zijn minst doen denken. In 1973 werden Fred en Donald Trump door het Amerikaanse Ministerie van Justitie aangeklaagd voor het schenden van de 'Fair Housing Act' in een aantal van hun appartementsgebouwen. Na verschillende klachten over rassendiscriminatie werden ze aangeklaagd. In 2008 was hij één van de eersten die het schandaal van de 'birthers' begon, volgens welke Obama niet verkiesbaar was omdat hij in Kenia was geboren en niet in de Verenigde Staten van Amerika. Donald Trump had ook zware kritiek op de zwarte voetballers die op de knieën gingen om zich te manifesteren tegen het politiegeweld tegens zwarte mensen. Bovendien zei hij dat hij liever immigranten uit Noorwegen had dan uit Haïti en Salvador. Zijn beroemde muur uit Mexico om te voorkomen dat de ergste mensen uit Mexico binnenkomen is ook controversieel. Evenals Trumps verbod om de Verenigde Staten binnen te komen voor mensen uit sommige moslimlanden. Zijn zeer snel wisselende visie en ideeën zijn waarschijnlijk ook te danken aan Bannon.

Om terug te komen op zijn relatie met de alt-rechtse beweging, Trump gelooft waarschijnlijk niet in de meest extreme ideeën van de beweging (het opsplitsen van de Verenigde Staten naar etniciteit of het associëren van feminisme met kanker) hoewel hij toch racistisch blijkt zijn. De beweging is behoorlijk verscheurd tussen al deze ideeën, maar ze zijn allemaal verenigd achter Trumps ideeën over immigratie (ban moslims en Mexicaanse muur). Ze zien in hem een bondgenoot.

De beweging steunt ook Putin en beschouwt hem als een sterke blanke leider die zijn land verdedigt tegen bedreigingen van buitenaf (radicale islam en liberale westerse politieke ideeën). En ze probeerde ook in contact te komen met Marine Le Pen en Le Front National.

B. METHODOLOGIE EN ANALYSE

Hoofdstuk 5: Vergelijking nieuwsmedia artikelen

In deze sectie zal ik verschillende artikelen vergelijken uit Canada en België. Ik wilde hier twee verschillende meningen voorstellen. Eerst het standpunt van een land dat grenst aan de Verenigde Staten, waar ik ook een semester heb gewoond. En dan de opinie van ons land: België. Ik heb daarvoor dus als Vlaamse nieuwsmedia de Standaard, Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad en De Morgen gekozen en als Canadese nieuwsmedia Canadian Broadcasting Company News, Globe and Mail, The National Post en Radio-Canada. We zullen zien dat deze twee landen uiteindelijk zeer gelijkaardig zijn met betrekking van politieke meningen.

Zoals eerder gezegd, journalisten maken het nieuws en net zoals ze de waarheid willen vertegenwoordigen, als ze nieuws melden, zullen ze altijd alleen hun eigen representatie van de waarheid laten zien. Het zal altijd, ook al is het maar een beetje, met een persoonlijke insteek zijn. De media geven vorm aan politici door de belangrijkste aspecten van de retoriek van de politicus te gebruiken en hem vervolgens te ‘framen’. De ‘framing’ zelf is ook afhankelijk van de mediaomgeving en de economische druk waar de media mee worstelen om te overleven. Omdat drama beter verkoopt, besluiten sommige media om wat drama toe te voegen aan hun inhoud. Bovendien worden sommige media gefinancierd door de overheid. De Canadian Broadcasting Company is er daar één van. Men zou kunnen denken dat ze daardoor beïnvloed wordt door de overheid...

Toch kunnen bepaalde elementen een bewijs zijn van kwaliteitsjournalistiek, zoals Michael Schudson in zijn essay *My very own alternative facts about journalism*⁵⁴ vermeldt. Ten eerste zal een goede journalist zijn fouten erkennen en indien nodig corrigeren. Ten tweede volgen goede journalisten een zekere beroepsethiek. Ze zullen accuraat zijn, proberen bewijs te vinden tegen hun verklaringen, en niet bevooroordeeld zijn. Als ze bewijs hebben tegen hun favoriete kandidaat, zullen ze een verslag uitbrengen en verder onderzoeken. Ten derde zijn er enkele literaire kenmerken te herkennen. Journalist moet een kalme en declaratieve toon gebruiken, de verschillende bestaande standpunten laten zien, hun bronnen identificeren en betrouwbare gegevens gebruiken.

Er is dus een nieuw politiek spel voor journalisten. Journalisten hebben controle over de interpretatie van de gebeurtenissen. Een goede journalist zal altijd proberen zo dicht mogelijk bij de feiten te komen, maar wat hij of zij zegt zal vaak, zelfs lichtelijk, beïnvloed worden

⁵⁴ BOCZKOWSKI & PAPACHARISSI, Trump and the media, pp.41-47

door zijn of haar persoonlijkheid en waarden. En vandaag heeft dit geleid tot een breuk in de relatie tussen politici en de media. President Trump heeft de oorlog verklaard aan de media door ze nepnieuws te noemen. Kunnen we, als antwoord daarop, een demonisering van Trump door de media opsporen?

Om deze vraag te beantwoorden, heb ik besloten om een recent schandaal over Trump te gebruiken: zijn persbriefing van 23 april 2020 waarover ik al kort gesproken heb. Om te weten te komen hoe de media Trump beschrijven en of ze hem demoniseren, heb ik vijftientig online artikelen en online audioreportages geselecteerd. Deze artikelen werden gepubliceerd op de website van de verschillende Canadese en Vlaamse media tussen 23 april en 28 april 2020. Ik heb alleen artikelen gekozen die betrekking hebben op het schandaal van deze briefing, namelijk Trump die voorstelt om desinfectiemiddelen of UV-lampen te gebruiken om het coronavirus te bestrijden.

Op basis van een transcriptie van de persconferentie ga ik nu uitleggen wat er tijdens deze briefing werd gezegd. Het begon met Trump die met goed nieuws kwam (fonds om kleine bedrijven te helpen, staten die binnenkort weer openen, het aantal gevallen zijn afgenomen, het continu versturen van apparatuur, etc.). Hij noemde ook een recent onderzoek over zonlicht dat door Bill Bryan werd uitgevoerd en waar hij erg enthousiast over was. Mike Pence verklaart dan de huidige situatie in de verschillende staten en bedankt de gouverneurs voor hun hulp. Hij laat dan Bill Bryan praten over zijn studie in verdere details. Hij noemt het krachtige effect van zonlicht, temperatuur en vochtigheid op niet-poreuze oppervlakken op het doden van het virus. Bryan stelt dat dit opkomende resultaten zijn en dat bleekmiddel en andere ontsmettingsmiddelen werden getest op speeksel en het virus zeer snel hebben gedood. Hij eindigt met de opmerking dat dit niet het einde van hun resultaten is en dat ze doorgaan. In reactie daarop zei de president vervolgens:

« THE PRESIDENT : Thank you very much. So I asked Bill a question that probably some of you are thinking of, if you're totally into that world, which I find to be very interesting. So, supposing we hit the body with a tremendous — whether it's ultraviolet or just very powerful light — and I think you said that that hasn't been checked, but you're going to test it. And then I said, supposing you brought the light inside the body, which you can do either through the skin or in some other way, and I think you said you're going to test that too. It sounds interesting.

ACTING UNDER SECRETARY BRYAN: We'll get to the right folks who could.

THE PRESIDENT: Right. And then I see the disinfectant, where it knocks it out in a minute. One minute. And is there a way we can do something like that, by injection inside or almost a cleaning. Because you see it gets in the lungs and it does a tremendous number on the lungs. So it would be interesting to check that. So, that, you're going to have to use medical doctors with. But it sounds — it sounds interesting to me. So we'll see. But the whole concept of the light, the way it kills it in one minute, that's — that's pretty powerful. »⁵⁵

Er werden vervolgens verschillende vragen gesteld door de journalisten aan de president, maar hij vroeg hen al snel om zich te concentreren op het laatste onderzoek van Bryan. Een journalist vraagt vervolgens aan Bryan over de suggestie van de president om cleaner, bleekmiddel of isopropanol alcohol te injecteren, waarop hij antwoordde dat ze dat niet doen in zijn labo en hier is om te praten over zijn onderzoek. De president voegde daar nog aan toe:

“It wouldn't be through injection. We're talking about through almost a cleaning, sterilization of an area. Maybe it works, maybe it doesn't work. But it certainly has a big effect if it's on a stationary object.”⁵⁶

Er worden dan verschillende andere vragen gesteld aan de president en Bryan één daarvan is waarom de president is gestopt met het promoten van hydroxychloroquine, waarop hij antwoordde dat hij niet is gestopt met het promoten ervan, maar dat de resultaten worden gematigd over het gebruik ervan. Een andere journalist vraagt ook aan Trump of het niet gevaarlijk is om mensen te laten denken dat het veilig is om in de hitte naar buiten te gaan aangezien het dodental in Florida. De president antwoordt dan:

“Here we go. The new — the new headline is: “Trump Asks People to go Outside. That's Dangerous.” Here we go. Same old group. You ready? I hope people enjoy the sun. And if it has an impact, that's great. I'm just hearing this — not really for the first time. I mean, there's been a rumor that — you know, a very nice rumor — that you go outside in the sun, or you have heat and it does have an effect on other viruses. But now we get it from one of the great laboratories of the world. I have to say, it covers a lot more territory than just this. This is — this is probably an easy thing, relatively

⁵⁵ THE WHITE HOUSE, *Remarks by President Trump, Vice President Pence, and Members of the Coronavirus Task Force in Press Briefing*, [online], <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-members-coronavirus-task-force-press-briefing-31/> [geraadpleegd op 3 mei 2020]

⁵⁶ *Ibid.*

*speaking, for you. I would like you to speak to the medical doctors to see if there's any way that you can apply light and heat to cure. You know — but if you could. And maybe you can, maybe you can't. Again, I say, maybe you can, maybe you can't. I'm not a doctor. But I'm like a person that has a good you know what. Deborah, have you ever heard of that? The heat and the light, relative to certain viruses, yes, but relative to this virus?"*⁵⁷

Waarop Dr. Birx antwoordde dat het geen behandeling was, maar dat de koorts het lichaam hielp en werdt dan door de president onderbroken. De president vroeg haar om ernaar te kijken. Een journalist vroeg toen:

*"But respectfully, sir, you're the President. And people tuning into these briefings, they want to get information and guidance and want to know what to do. They're not looking for a rumor."*⁵⁸

Waarop Donald Trump antwoordde:

*"Hey, Phil. I'm the President and you're fake news. And you know what I'll say to you? I'll say it very nicely. I know you well. I know you well. Because I know the guy; I see what he writes. He's a total faker. So, are you ready? Are you ready? Are you ready? It's just a suggestion from a brilliant lab by a very, very smart, perhaps brilliant, man. He's talking about sun. He's talking about heat. And you see the numbers. So that's it; that's all I have. I'm just here to present talent. I'm here to present ideas, because we want ideas to get rid of this thing. And if heat is good and if sunlight is good, that's a great thing as far as I'm concerned."*⁵⁹

Een andere journalist vroeg ook waarom Rick Bright werd verwijderd uit zijn baan, maar de president weigerde de vraag te beantwoorden en zei dat CNN nepnieuws was. Bij het beantwoorden van andere vragen over de economie heeft de president ook geantwoord:

"We've done a good job. We've gotten very little credit for the great job we've done because of the media. Because the media is not an honest media, in my opinion. Much of

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

it, not all of it. We have some great reporters that I have tremendous respect, but much of the media is not honest. ”⁶⁰

De conferentie werd vervolgens afgesloten met enkele andere vragen over de heropening van de staten en de economie.

Deze zinnen hebben geleid tot een schandaal over de hele wereld. Het werd onmiddellijk gemeld door honderden journalisten en haalde de krantenkoppen van verschillende media. Het kantoor van de ‘Surgeon-General’ twitterde vervolgens een waarschuwing, die de Amerikanen eraan herinnerde om altijd eerst advies aan een dokter te vragen vooraleer ze een behandeling starten of een geneesmiddel innemen. En veel andere specialisten in de gezondheidszorg waarschuwden de Amerikanen vrijwel onmiddellijk voor de gevaren van een bleekmiddelinjectie. Het beroemde bleekmiddelbedrijf Reckitt Benckiser, fabrikant van Lysol en Dettol, waarschuwde zijn gebruikers om de ideeën van de president niet te volgen:

*“As a global leader in health and hygiene products, we must be clear that under no circumstance should our disinfectant products be administered into the human body (through injection, ingestion or any other route).”*⁶¹

De woordvoerder van het Witte Huis, Kayleigh McEnany, reageerde snel op deze ophef rond de verklaring van de president:

*“President Trump has repeatedly said that Americans should consult with medical doctors regarding coronavirus treatment, a point that he emphasized again during yesterday’s briefing [...] Leave it to the media to irresponsibly take President Trump out of context and run with negative headlines.”*⁶²

De volgende dag, toen een journalist hem vroeg naar zijn ideeën over het injecteren van bleekmiddel of UV-licht in de media, zei Trump dat hij het alleen sarcastisch bedoelde en dat hij niet zou denken dat mensen het serieus zouden nemen. Het schijnt, echter, dat sommige Amerikanen het ernstig namen aangezien het aantal oproepen naar het anti-gif-centrum is gestegen na de verklaring van de president.

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ RIECHMANN & MADHANI. *Health officials warn against injecting disinfectants after Trump raises idea*, [online], <https://www.theglobeandmail.com/world/article-lysols-parent-company-warns-against-injecting-disinfectants-after/> [geraadpleegd op 10 mei 2020]

⁶² *Ibid.*

Op basis van de bovengenoemde citaten, is dit dus een perfect voorbeeld van een ‘gaffe-announcement’. Trump zei iets dat hij niet had moeten zeggen en kreeg terugslag over de hele wereld. Hij zal niet toegeven dat hij het mis had en in plaats daarvan viel hij de media aan. Laten we nu eens kijken hoe dit in de Vlaamse en Canadese kranten werd behandeld.

Canadian Broadcasting Company News

CBC News of Canadese Broadcasting Company News werd opgericht in 1936. De organisatie wordt gefinancierd door de Canadese overheid, maar is onafhankelijk in het besturen van de dagelijkse gang van zaken. Het werd opgericht op basis van de British Broadcasting Company om een nationale omroep te hebben. Tot die tijd luisterden Canadezen vooral naar Amerikaanse omroepen. Eerst concentreerde de omroep zich alleen op de radio, daarna begon ze ook met TV en uiteindelijk met een online krant. De omroep publiceert Engelse inhoud uit Toronto en Franse inhoud uit Montréal. Het feit dat dit door de overheid wordt gefinancierd is voor sommige lezers een probleem. Ze zijn het er echter allemaal over eens dat de omroep een cruciale rol speelt als producent van Canadese inhoud en lange-afstandsuitzendingen.

In dit deel werden twee artikelen gebruikt, beide gepubliceerd op 24 april. Beide artikelen zijn zeer beschrijvend en maken gebruik van verschillende betrouwbare bronnen om hun geschriften te ondersteunen.

In bijlage 1 begint de auteur van het artikel met het bewijs dat Donald Trumps ideeën over de behandeling slecht zijn. Door het gebruik van het werkwoord 'urge' aan het begin van zijn artikel, dringt de auteur aan op het idee dat mensen de uitspraken van de president niet moeten volgen. Voordat hij het hele verhaal uitlegt, verwijst de auteur vervolgens naar een professor in de geneeskunde aan de Britse University East Anglia die zegt dat het een gek idee is en zeer gevaarlijk. Of het nu gaat om het afgeven van een duidelijke boodschap aan de burgers om onnodige doden te voorkomen of om het aanwijzen van de 'gekte' van de president is onduidelijk. De auteur verklaart echter ook de non-verbale communicatie van dokter Deborah Birx, die zich daar ongemakkelijk bij lijkt te voelen. Hij vermeldt dan dat de Witte Huis een verklaring aflegde dat de president uit zijn verband was gerukt, terwijl de president zelf een andere toespraak hield en zei dat hij het alleen sarcastisch bedoelde. Door hierop te wijzen, bewijst dit dat de president van de Verenigde Staten niet gecoördineerd is met zijn administratie en dat hij uiteindelijk doet en zegt wat hij wil.

In het artikel staat vervolgens dat Reckit Benckiser vrijwel onmiddellijk een waarschuwing heeft afgegeven tegen het gebruik van deze producten. De auteur verwijst naar verschillende artsen en verklaart dat wetenschappers worden verscheurd tussen het vertellen van de waarheid en het niet kwetsen van de gevoelens van de president om in het Witte Huis te blijven. Joe Biden, voormalig vice-president en democratische kandidaat voor de komende verkiezingen, reageerde ook op het schandaal. Hij maakt de huidige president openlijk belachelijk en drong aan op meer materiaal om de pandemie te bestrijden. Om de status quo te handhaven en objectief te zijn, verklaart de auteur van het artikel vervolgens het onderzoek van de Amerikaanse regering waarop Trump zijn ideeën heeft gebaseerd. De studie stelt in principe dat het virus sneller sterft door het zonlicht. Het artikel gaat echter verder met de vermelding dat het virus heeft overleefd in warme plaatsen zoals Singapore en verwijst naar een professor in de farmaceutische geneeskunde aan het Kings College London die zegt dat de hitte het virus niet zal doden. Enkele zinnen hieronder staat dat de president 'lashed out at' een verslaggever. De auteur laat met deze harde woorden duidelijk zien dat hij het niet eens is met het gedrag van Trump ten opzichte van de journalist. Vervolgens vermeldt hij dat Donald Trump eerder werd bekritiseerd omdat hij het had over ongeteste behandelingen en blijft hij de competentie van de president in de zaak bagatelliseren. Tot slot worden de woorden 'rosy statements' gebruikt om te praten over de eerdere uitspraken van de president, wat niet echt een positieve manier is om over een president te praten. De auteur vermeldt vervolgens hoe de president Dr. Fauci heeft gekleineerd omdat hij iets zei waar Trump het in principe niet mee eens was.

In het tweede artikel van CBC News, in bijlage 2, is het standpunt van de auteur duidelijk. De eerste paar zinnen bespotten duidelijk de president:

*"But even allies wish he'd stop playing doctor. [...] Warning: Speculating about medical cures on live television during a global pandemic may carry multiple unwanted effects. Just ask U.S. President Donald Trump."*⁶³

Er wordt op gewezen dat de president geen dokter moet spelen en moet stoppen met het vertellen van leugens om vervolgens de media hiervan de schuld in de schoenen te schuiven. De auteur benadrukt vervolgens dat de president zichzelf tegensprak en stelt dat hij over de hele wereld werd bespot. Om zijn bewering dat de president gevaarlijk is te staven, verwijst

⁶³ PANETTA. *Trump suffers political side-effects playing TV doctor during COVID-19 pandemic*, [online], <https://www.cbc.ca/news/world/medical-cures-trump-coronavirus-covid-19-1.5544348> [geraadpleegd op 10 mei 2020]

hij naar verschillende betrouwbare bronnen en het kantoor van de Republikeinse gouverneur van Maryland die verschillende telefoontjes kreeg van mensen die zich afvroegen of ze wel ontsmettingsmiddelen moesten innemen. De auteur noemt vervolgens de eerdere oplossingen die de president naar voren heeft gebracht en die uiteindelijk gevaarlijk zijn gebleken. Hij blijft de president ook ondervragen door te schrijven "*Warnings emanated from inside the administration about another potential medical solution floated by the president.*"⁶⁴ Er wordt echter gesteld dat Donald Trump altijd heeft gezegd dat hij geen dokter was, veiligheidswaarschuwingen heeft gebruikt en dat de vroege studies over het medicijn tegenstrijdig waren. Door dit te vermelden bewijst de auteur dat hij probeert objectief te blijven. De auteur benadrukt vervolgens hoe Fox News de president heeft gesteund, hoewel verschillende internationale studies hebben aangetoond dat het gebruik van hydroxychloroquine negatieve neveneffecten kan hebben. De auteur eindigt zijn artikel met het standpunt van een Republikeinse strateeg die de media gedeeltelijk de schuld geeft, maar ook de president adviseert om kort en bondig te blijven. Advies dat de president blijkbaar de volgende dag volgde.

The National Post

The National Post werd in 1998 opgericht door Conrad Black en is de directe concurrent van de Globe and Mail. Volgens de Canadese encyclopedie wordt het beschouwd als een meer conservatief dagblad.

Er zijn slechts twee artikelen gepubliceerd in de Nationale Post met betrekking tot de suggesties van Trump voor het injecteren van een desinfectiemiddel. Beide werden op 24 april gepubliceerd. In bijlage 3 legt de auteur de feiten ook op relatief neutrale wijze bloot. Echter, door te stellen dat "*Trump sought to walk back those comment while also seeming to continue to advance his theory*"⁶⁵, suggereert de auteur dat de president onbekwaam is. Een paar zinnen later zegt de auteur ook: "*His remarks on Thursday [...], did not come across as sarcastic.*"⁶⁶ De auteur zegt dus openlijk dat hij niet gelooft dat de president dit sarcastisch bedoelde. In een andere zin wordt een interpretatie van de auteur over Trumps uitspraak naar

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ MASON. *Trump says his remarks on using disinfectant inside people's bodies were sarcastic*, [online], <https://nationalpost.com/pmnl/health-pmnl/trump-says-his-remarks-on-using-disinfectant-inside-peoples-bodies-were-sarcastic-2> [geraadpleegd op 10 mei 2020]

⁶⁶ Ibid.

voren gebracht die in andere artikelen niet is overgekomen, namelijk dat de president alleen aan zijn populariteit denkt:

*“That message stuck with Trump, who, while conceding that he is not a doctor, has used his metaphorical megaphone as president to talk up treatments and put a positive spin on his administration’s handling of the outbreak.”*⁶⁷

Een punt dat ik ook al eerder heb laten zien in deze scriptie. Echter, om te proberen neutraal te blijven, geeft de auteur toe dat Donald Trump zei dat hij geen dokter was, toen hij deze behandelingen voorstelde.

Het tweede artikel, in bijlage 4, vermeldt alleen de feiten die zijn gebeurd. Het is onmogelijk om de mening van de auteur daarin te achterhalen.

Globe and Mail

De Globe and Mail is een Canadese krant die in Toronto wordt gepubliceerd. Het wordt beschouwd als de meest invloedrijke krant in Canada en is een referentie op het gebied van politiek, cultuur en zakendoen. Het werd opgericht in 1936 toen het Mail Empire en de Globe fuseerden. De eerste editie van de Globe gaat echter terug tot 1844 en de Mail Empire's tot 1872.

Twee audio-opnames en twee online artikelen werden hier gebruikt. De opnames werden door mijzelf opnieuw getranscribeerd. Alle artikelen werden gepubliceerd op 23 en 24 april naar aanleiding van de verklaring van Trump. Het is moeilijk om de mening van de auteurs over Trump te begrijpen, maar sommige details verraden hun visie op Trump. Zoals in bijlage 7 wordt benadrukt, wordt het bijvoeglijk naamwoord 'volatile' gebruikt om de president te beschrijven. In het algemeen verwijst de krant naar verschillende bevoegde autoriteiten (zoals de ‘Surgeon General’, een volksgezondheidsdeskundige aan de universiteit van Georgetown en een arts en gezondheidsbeleidsdeskundige die in het Witte Huis heeft gediend toen Obama president was) om hun mening te ondersteunen, namelijk dat Trump onbekwaam en gevaarlijk is. Een heel artikel is gewijd aan het bewijs dat de wetenschappers die in het Witte Huis zijn aangesteld om de coronaviruskwestie te behandelen, de waarheid proberen te zeggen zonder de president te passeren. Anders zouden ze kunnen worden ontslagen. In bijlage 8 wordt Trump ook afgebeeld als incompetent. Het gebruik van het bijwoord 'even' in de zin *"His suggestion even prompted the maker Lysol to warn its product should never be used*

⁶⁷ Ibid.

internally."⁶⁸ versterkt dit idee. In dit artikel erkent de schrijver dat Donald Trump meerdere malen heeft gezegd dat hij geen arts was, maar hij bewijst dat hij in het verleden al andere behandelingen tegen Covid-19 heeft voorgesteld die vals zijn gebleken, zoals het gebruik van hydroxychloroquine. Door het hele verhaal te vertellen en door terug te gaan in de tijd, volgde de schrijver zijn werkeethiek. Hij gaf het hele plaatje weer, wat ons uiteindelijk zijn mening vertelt, namelijk dat de president onbekwaam is om over de huidige crisis te praten.

Radio-Canada

Radio Canada is zoals de naam al doet vermoeden, oorspronkelijk een radio, maar publiceert nu ook online artikelen. Het was erg populair in Ottawa toen ik daar studeerde en één van mijn leraren, Daniel Bouchard, werkte eigenlijk bij Radio Canada Ottawa-Gatineau als nieuwsanker. Drie artikelen van Radio Canada werden hier gebruikt. Ze werden gepubliceerd tussen 24 en 28 april.

Opnieuw waren de journalisten niet mild voor het voorstel van Trump. Het eerste geselecteerde artikel, in bijlage 9, beschrijft in detail wat er gebeurde na de opmerkingen van Donald Trump op donderdag 23 april. Het artikel begint met een verwijzing naar de waarschuwing van het bedrijf Reckitt Benckiser tegen het injecteren van ontsmettingsmiddelen. De auteur vertelt vervolgens de feiten die tijdens de persconferentie plaatsvonden door de opmerkingen van Trump te transcriberen. De auteur verwijst dan naar verschillende tweets en verklaringen van enkele betrouwbare wetenschappers die waarschuwden om de suggesties van Trump niet te volgen. Sommigen zeggen zelfs dat Trumps persconferenties niet meer op TV mogen worden uitgezonden omdat hij gevaarlijke dingen zegt. Het artikel gaat verder met het uitspreken van Joe Bidens mening over de zaak en verwijst dan verder naar Maryland dat verschillende oproepen kreeg van mensen die vroegen of het gebruik van ontsmettingsmiddel Covid-19 kon bestrijden. Het stelt ook dat mensen op de sociale media hebben gemerkt dat Dr. Birx ongemakkelijk leek tijdens de verklaring van Trump. De auteur vermeldt vervolgens hoe het Witte Huis de media aanviel en zegt "[...] *la Maison-Blanche a bondi en accusant les médias d'avoir sorti ses propos de leur contexte.*"⁶⁹ Door het

⁶⁸ RIECHMANN & MADHANI. *Health officials warn against injecting disinfectants after Trump raises idea*, [online], <https://www.theglobeandmail.com/world/article-lysols-parent-company-warns-against-injecting-disinfectants-after/> [geraadpleegd op 10 mei 2020]

⁶⁹ BELANGER, *Le fabricant de Lysol demande aux gens de ne pas s'injecter de désinfectant*, [online], <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1697024/coronavirus-etats-unis-desinfectant-trump?depuisRecherche=true> [geraadpleegd op 16 mei 2020]

werkwoord 'bondir' te gebruiken spreekt de auteur zijn mening uit, en betekent hij dat Trump de media heeft aangevallen net als een hond die achter een kat aanzit. Het artikel wijst er vervolgens op dat de president op een kinderachtige manier heeft gehandeld door te weigeren de vragen van de journalisten te beantwoorden en de volgende dag zeer snel de zaal te verlaten. Het laatste deel van het artikel blijft vrij neutraal en legt de feiten in eerste instantie bloot. Het richt zich op de studie die zegt dat intens licht kan helpen het virus te doden. De auteur stelt dat Bill Bryan sprak over opkomende resultaten die suggereren dat licht zou kunnen helpen en dat sociale afstandelijkheid nog steeds moet worden geoefend. Dit werd in geen enkel ander artikel vermeld. De auteur bewijst hier dat hij probeert objectief te blijven door niet alleen een deel van het verhaal te vertellen, maar alles. Het artikel eindigt met een verwijzing naar Trumps antwoord toen een journalist zei dat er veel mensen zijn overleden in Florida, hoewel er daar veel zon is. De president antwoordde dat "*Ce n'est qu'une suggestion d'un laboratoire brillant par un homme très, très intelligent, peut-être même brillant*"⁷⁰. Door het gebrek aan welbespraaktheid van de president te belichten, beledigt de auteur de president op een bepaalde manier. De schrijver eindigt dan op het huidige dodental in de Verenigde Staten. Hij noemt het het ergste ter wereld en suggereert dus dat de president de crisis niet goed aanpakt.

Het tweede artikel, in bijlage 10, verwijst niet zozeer naar de uitspraak van Trump, maar geeft eerder een aantal voorzorgsmaatregelen. Aan het begin van het artikel stelt de auteur de lezer gerust door "*Rassurez-vous [...]*"⁷¹ te schrijven en te vermelden dat niemand in Canada geprobeerd heeft Trumps kuur te gebruiken. Het artikel gaat verder met het citeren van een professor die zegt dat de mensen in Canada niet dom genoeg zijn om Trumps suggesties te volgen.

Bijlage 11 is eigenlijk een transcriptie die ik heb gedaan van een podcast. Het begint met het bespotten van Trump door te zeggen : « *Quelques coups de vaporisateur suffisent pour éliminer les virus et les bactéries. Mais c'est aussi le remède miracle prôné par Trump pour guérir les malades de la Covid-19.* »⁷² De auteur zegt dan hoe Trump dit serieus suggereerde terwijl honderden

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ GERMAIN. *Hausse vertigineuse des appels au Centre antipoison depuis le début de la pandémie*, [online], <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1697825/coronavirus-covid-19-hausse-appel-centre-antipoison-pandemie-quebec?depuisRecherche=true> [geraadpleegd op 16 mei 2020]

⁷² BELANGER. *COVID-19 : une suggestion de Trump crée un tollé à Washington*, [online], <https://ici.radio-canada.ca/info/videos/media-8259114/covid-19-une-suggestion-trump-cree-un-tolle-a-washington> [geraadpleegd op 16 mei 2020]

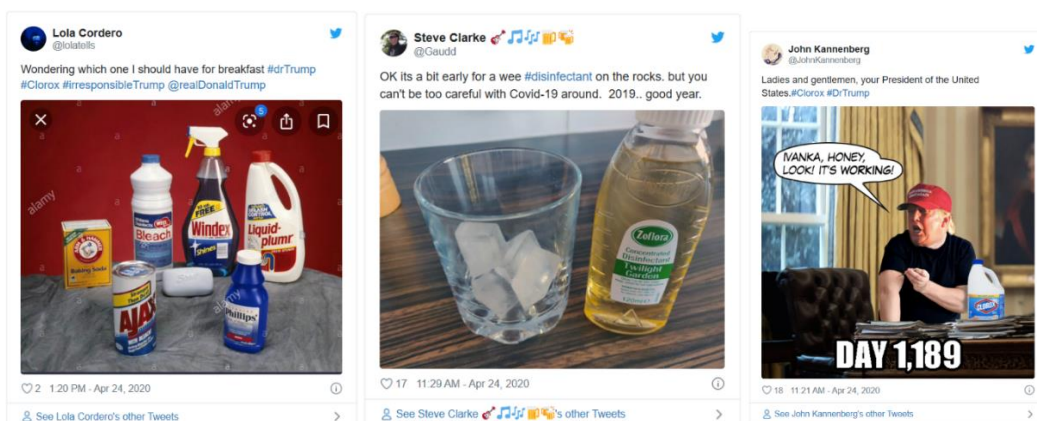
mensen naar hem luisterden. Vervolgens wordt verwezen naar hoe Dr. Birx zich ongemakkelijk leek te voelen, maar ook naar een professor aan de Duke University. Hij zegt dat de incompetentie van de president zeker meerdere levens heeft gekost. De podcast eindigt dan met het noemen van hoe Trump, zoals gebruikelijk, snel reageerde en de journalisten vertelde dat ze gewoonweg niet begrepen wat hij bedoelde. De auteur besluit met het argument dat, terwijl de president de media aanvalt, meer dan 1000 mensen per dag sterven in de Verenigde Staten als gevolg van Covid-19. Hij impliceert daarmee dat Trump beter zou leren hoe een land te besturen dan tijd te verspillen aan het aanvallen van de media.

Het Laatste Nieuws

Het Laatste Nieuws is, volgens de website van Britannica, het grootste dagblad van België. Het wordt sinds 1888 in Brussel gepubliceerd. Het wordt echter door sommige intellectuelen als een krant van eerder lage kwaliteit gezien die zich vooral richt op het produceren van commerciële inhoud.

Er werden hier vier artikelen gebruikt. Twee zijn vrij beschrijvend, terwijl twee andere meer lijken op sensationele artikelen met weinig kwalitatieve inhoud. Drie artikelen werden gepubliceerd op 24 april en één op 28 april.

We zien dat deze artikelen minder nauwkeurig zijn dan die uit de Globe en Mail. Om hun argumenten te bewijzen gebruiken de schrijvers van Het Laatste Nieuws minder specifieke bronnen. We zien dat ze verwijzen naar enkele specifieke namen uit het Witte Huis zoals Bill Bryan, Deborah Birx en Anthony Fauci, maar de andere bronnen blijven vrij vaag ('experts', 'een journalist', 'een woordvoester', 'onderzoekers'). Bovendien schreven ze een artikel, in bijlage 15, over de tweets die met de #Dontdrinkbleach werden gepost, wat duidelijk een sensatie-inhoud is. Hier zijn enkele tweets van het artikel:





Om verder op de details in te gaan, gaven enkele woorden en zinnen enkele hints over de mening van de schrijvers over Trump. In bijlage 12 staat duidelijk *“De suggestie van Trump wordt algemeen als onzin afgedaan.”*⁷³ De schrijver verwijst daarbij niet naar een bepaalde bron. Hij zegt ook in de titel van zijn artikel dat een nepkerk wel gelooft in Trumps Covid-19 suggesties voor behandeling. Maar alleen door te stellen dat het een nepkerk is, geeft de schrijver ook naar zijn eigen mening weer, namelijk dat Trumps idee niet zeer goed is. De auteur verwijst aan het eind van het artikel ook naar het Duitse federale kantoor voor stralingsbescherming (BfS) dat verhindert mensen zonnebaden te gebruiken tegen Covid-19. Door te verwijzen naar deze instelling ontmantelt de auteur opnieuw het idee van Trump.

In bijlage 13 kunnen we echter lezen *“[...], aldus de voorzitter die niet uitlegde hoe dit zou moeten gebeuren. Bryan en Trump vertelden niet hoe de studie wordt uitgevoerd en gaven geen onderliggende gegevens.”*⁷⁴ De auteur stelt hier duidelijk vraagtekens bij de suggestie van Donald Trump voor behandeling. Aan het eind van dit artikel schrijft de auteur ook *“Die zouden de president in een kwaad daglicht proberen te stellen”*⁷⁵. Door het gebruik van de onvoltooid verleden toekomstende tijd en het werkwoord 'proberen' stelt de auteur hier dat hij het niet eens is met deze beschuldigingen.

Het Laatste Nieuws schreeft ook een artikel (bijlage 14) over een brief die de president zou hebben ontvangen van Genesis II Church of Health&Healing, een bedrijf uit Florida dat het

⁷³ QUEKEL. *Trump reageert op nieuws dat meer mensen bleekmiddel gebruiken: “Ik kan me niet inbeelden waarom”*, [online], <https://www.hln.be/nieuws/buitenland/trump-reageert-op-nieuws-dat-meer-mensen-bleekmiddel-gebruiken-ik-kan-me-niet-inbeelden-waarom~a29c9a70/> [geraadpleegd op 10 mei 2020]

⁷⁴ HET LAATSTE NIEUWS. *Dettol moet waarschuwing uitsenden nadat Trump injectie met bleekmiddel suggereert als behandeling tegen coronavirus: “Doe het niet”*, [online], <https://www.hln.be/nieuws/buitenland/dettol-moet-waarschuwing-uitsenden-nadat-trump-injectie-met-bleekmiddel-suggereert-als-behandeling-tegen-coronavirus-doe-het-niet~a99ded14/> [geraadpleegd op 10 mei 2020]

⁷⁵ *Ibid.*

gebruik van Miracle Mineral Solution (MMS) promoot als wonderbehandeling tegen aids, kanker en Covid-19. De president verwees hier helemaal niet naar, maar een manager van het bedrijf, Mark Grenon, is er zeker van dat de president zijn brief heeft gelezen en dat als gevolg van die brief de president de injectie van bleekmiddel voorstelde. De kerk kreeg echter een verbod van een federale rechter om MMS als behandeling te verkopen omdat het gevaarlijk is. Volgens een wetenschappelijke blogger lijkt het voorstel van Trump voor velen van ons misschien lachwekkend, maar bedrijven als Genesis II Church of Health&Healing hebben er op een bepaalde manier baat bij gehad, omdat sommige mensen in deze wonderbehandelingen geloven en als ze hun president over iets dergelijks horen praten, deze mensen dan aanmoedigt om MMS te kopen.

In bijlage 15 is de mening van de schrijver over Donald Trump eenvoudig. De titel zelf verwijst naar een blunder ('bleekmiddelblunder'). Vervolgens verwijzen de eerste woorden van het artikel naar eerdere leugens. Door *“De meest recente uitschuiver van Donald Trump haalt allicht de Amerikaanse geschiedenisboeken.”*⁷⁶ te schrijven, impliceert de schrijver dat Trump al eerder fouten heeft gemaakt en spot hij openlijk met hem door te zeggen dat het in de geschiedenisboeken zal blijven staan. Iets verderop schrijft de auteur dan dat niet alleen zijn haters maar ook zijn aanhangers niet weten hoe ze op deze uitspraak moeten reageren en zich verbazen over het feit dat de president van de Verenigde Staten zoiets zou zeggen. Een paar zinnen later verwijst de auteur zelfs naar de president als 'The Donald', geen gebruikelijke manier om te verwijzen naar de president van één van de machtigste landen ter wereld. De auteur noemt dan ook de non-verbale communicatie van dokter Deborah Birx, iets wat de gebruikers van twitter ook hebben gezien. Ze lijkt zich niet op haar gemak te voelen ten opzichte van de president, volgens de auteur. Tot slot, door een heel artikel te schrijven over hoe de president op Twitter werd bespot, kunnen we duidelijk raden wat de bedoeling is van de auteur ten opzichte van Trump : hij wil hem bespotten en kleineren. In dit artikel lijkt de auteur geen goede bedoelingen te hebben tegen de president van de Verenigde Staten.

⁷⁶ HET LAATSTE NIEUWS. *#Dontdrinkbleach: twitteraars reageren op Trumps bleekmiddelblunder*, [online], <https://www.hln.be/bizar/-dontdrinkbleach-twitteraars-reageren-op-trumps-bleekmiddelblunder~a82fcd73/> [geraadpleegd op 10 mei 2020]

De Standaard

Dit van oorsprong katholieke dagblad werd in 1914 opgericht door F. Van Cauwelaert, A. van de Perre en A. Hendrix in Brussel. De eerste editie verscheen echter in 1918. De krant is tegenwoordig ideologisch minder geëngageerd en maakt deel uit van het MediaHuis. Ze wordt geacht een hogere kwaliteit van inhoud te hebben.

In dit deel heb ik vier artikelen gebruikt die tussen 24 en 25 april werden gepubliceerd. Drie van de vier bijlagen zijn vrij kort en het is dus moeilijk om de mening van de auteur hierin te achterhalen. Toch wordt er wel verwezen in bijlage 17 naar 'zijn uitschuiver' en wordt vermeld dat “[...]nog 35% van de Amerikanen geloof hecht aan wat Trump over corona te vertellen heeft”⁷⁷. Door het woord 'nog' te gebruiken geeft de auteur aan teleurgesteld te zijn over deze gegevens en wijst hij erop dat de uitspraken van de president gevaarlijke uitkomsten kunnen hebben. Dit kan ook andersom worden geïnterpreteerd en bewijzen dat slechts 1/3 van de Amerikanen gelooft wat hun president zegt. Het laatste artikel blijft vrij neutraal, maar verwijst naar de uitspraak van Trump als gevaarlijk.

In bijlage 18 wordt duidelijk de spot gedreven met de president van de Verenigde Staten. Steven de Foer, de auteur van het artikel, noemt Donald Trump incompetent en gek. Alleen al door de titel te lezen, kan men de toon “*Trumps coronaremedies worden steeds gekker.*”⁷⁸ begrijpen. Verder zegt de auteur in de eerste paar zinnen: “*Gelukkig geloven steeds minder Amerikanen Donald Trumps 'adviezen' voor de bestrijding van het virus.*”⁷⁹ Hij zet het woord 'adviezen' onder aanhalingstekens om aan te geven dat het niet echt om advies gaat en geeft daarmee duidelijk aan dat hij de president onbekwaam en gevaarlijk vindt. Steven de Foer stelt vervolgens ook dat de president de coronabriefings gebruikt voor zelfpromotie en de media constant bagatelliseert, wat aansluit bij wat we eerder noemden. De auteur spot verder met de president door “*Op de briefing van donderdag overtrof Trump zichzelf [...]*”⁸⁰ te schrijven en te verwijzen naar zijn nieuwe uitschuiver. In dit artikel wordt de president van de Verenigde Staten openlijk afgeschilderd als een clown die bovendien voortdurend de media

⁷⁷ DE STANDAARD. *Trump: 'Ik stelde sarcastische vraag om te zien wat er zou gebeuren'?* [online], https://www.standaard.be/cnt/dmf20200425_04934637 [geraadpleegd op 10 mei 2020]

⁷⁸ DE FOER. *Trumps coronaremedies worden steeds gekker*, [online], https://www.standaard.be/cnt/dmf20200424_04934158?articlehash=F5C49C3542221476BB61F4EAC2973CA8BE53862919A2EB6439CD336F11B3F30700E6E57FAD422EC51670ED61A22172995E8444520AC1D137A3A6AF22C778F1FB [geraadpleegd op 10 mei 2020]

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ *Ibid.*

aanvalt. Welnu, in dit artikel kunnen we zien dat Trump, door onaardig te zijn voor de media (“[...] *bitse Trump* [...]”⁸¹), zojuist de zaden heeft geoogst die hij heeft gezaaid.

Het Nieuwsblad

Net zoals De Standaard wordt Het Nieuwsblad door wetenschappers beschouwd als een kwalitatief en populair nieuwsmedia. De krant werd opgericht in 1927 en maakt deel uit van de Mediahuisgroep.

In Het Nieuwsblad werden vier artikelen gepubliceerd over de suggestie van Trump. Ze werden gepubliceerd tussen 24 en 28 april. De artikels zijn niet erg lang, maar sommige details hebben de mening van de auteur verraden.

In bijlage 20 zijn de verwijzingen naar specialisten niet erg specifiek. Toch heeft de schrijver de persbriefing van 23 april op een duidelijke en beknopte manier uitgelegd. Door sarcastisch tussen citaten te schrijven, laat de schrijver duidelijk zien dat hij het excuus van Trump niet gelooft. Aan het eind van zijn artikel stelt de auteur een tweet voor van Anna Sanders, een verslaggever van het New York Daily News, over het NYC Poison Control Center. Door deze tweet te tonen, kan men gemakkelijk begrijpen dat de auteur denkt dat de president gevaarlijk is.

Het tweede artikel, in bijlage 21, gebruikt zoals in een voorgaand artikel van Het Laatste Nieuws, de onvoltooide verleden toekomstende tijd en betwijfelt dus de verklaring van de president over het injecteren van bleekmiddel. De auteur stelt ook “[...] *schuift de verantwoordelijkheid van zichzelf af*”⁸² en zegt duidelijk dat de president niet erkent dat hij een fout heeft gemaakt.

In bijlage 22 wordt niet veel gesproken over de suggestie van de president, maar wordt vooral gewaarschuwd voor het gebruik van zonnebaden. De auteur maakt vanaf het begin van zijn artikel duidelijk dat je zonnebaden niet moet gebruiken om Covid-19 te bestrijden, maar dat het integendeel kan leiden tot kanker. In dit artikel lijkt het er ook op dat de schuld bij Bill Bryan ligt, de wetenschapper die dit idee naar voren bracht en de president niet echt aanvalt.

⁸¹ *Ibid.*

⁸² HET NIEUWSBLAD. *Donald Trump “niet verantwoordelijk voor piek in gebruik ontsmettingsmiddel” na controversiële suggestie*, [online], https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200428_04937417 [geraadpleegd op 16 mei 2020]

In het laatste artikel, bijlage 23, wordt de president bespot door in de titel te schrijven dat de verklaring van Trump belachelijk was. De auteur lijkt niet alleen de president aan te vallen, maar ook Bill Bryan. In dit artikel wordt vermeld dat er geen datum en verdere uitleg is gegeven over Bryans studie en dus twijfelt hij deze studie. Een paar zinnen later schrijft de auteur *"De president vroeg zich luidop af van zonlicht en ontsmettingsmiddel kunnen worden ingezet om mensen te genezen."*⁸³ Door 'vroeg zich luidop af' te schrijven kan de auteur impliceren dat Trump niet heeft nagedacht voordat hij sprak, zoals kinderen het doen. Hij verwijst dan naar hoe de sociale media hierop reageerden en dat ook artsen waarschuwden tegen het gebruik van het middel van de president. Het artikel eindigt met twee tweets uit wat betrouwbare bronnen lijken te zijn die stellen dat de uitspraken van de president niet gevolgd moeten worden en dat zelfs Dr. Birx die op de conferentie aanwezig was, zich niet op haar gemak leek te voelen met betrekking tot Trumps uitspraken.

De Morgen

De Morgen is een Vlaams dagblad dat in 1978 werd opgericht. Het was eerst een krant met socialistische invloed en wordt nu door de wetenschappers beschouwd als een kwalitatief hoogstaand krant.

Voor dit deel werden twee artikelen gebruikt die op 24 april werden gepubliceerd. Ze vallen allebei duidelijk de laatste blunder van de president aan en bespotten hem.

Het eerste artikel van De Morgen, in bijlage 24, geeft snel de toon aan. De titel zelf vermeldt hoe de experts slecht reageerden op de uitspraak van Trump. In de eerste zinnen van het artikel verwijst de auteur vervolgens naar de eerdere methoden die de voorzitter naar voren heeft gebracht als *"[...] onorthodoxe maatregelen [...]"*⁸⁴. De auteur benadrukt vervolgens hoe Trump snel terugkrabbelde nadat de experts waarschuwden voor zijn methode. Nadere details over de media-briefing worden vervolgens gegeven. De schrijver noemt ook de studie van Bryan en hoe weinig details over deze studie zijn gegeven. Vervolgens wordt geschreven dat Dr. Fauci en Birx, de belangrijkste artsen die verantwoordelijk zijn voor de coronavirus-

⁸³ HET NIEUWSBLAD. *Trump beveelt zonnebaden en ontsmettingsmiddel injecteren aan tegen coronavirus, experts waarschuwen voor "totaal ridicuul concept"*, [online], https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200424_04933419 [geraadpleegd op 16 mei 2020]

⁸⁴ DE MORGEN. *Trump suggereert injectie met bleekmiddel als behandeling tegen coronavirus. En experts steigeren* [online], <https://www.demorgen.be/nieuws/trump-suggereert-injectie-met-bleekmiddel-als-behandeling-tegen-coronavirus-en-experts-steigeren~b47960c9/> [geraadpleegd op 16 mei 2020]

crisis, niet aanwezig waren toen Bryan zijn studie uitlegde. Door dit te vermelden, impliceert de auteur van het artikel dat deze artsen betrouwbare referenties zijn en omdat ze afwezig waren, stelt hij de studie duidelijk in vraag. De auteur ontmantelt verder het idee van de president en Bryan door te stellen dat deskundigen adviseren over het gevaar van het injecteren van bleekmiddel en het gebruik van harde woorden “[...] *absoluut niet* [...]”⁸⁵. Vervolgens wordt snel verwezen naar Reckitt Benckiser die een verklaring heeft afgelegd tegen het gebruik van hun producten. De auteur verwijst dan naar de reactie van de president “*Na de storm van kritiek* [...]”⁸⁶. Hoe Trump zei dat hij het sarcastisch bedoelde. Door te schrijven “*Hij bedoelde het naar eigen zeggen sarcastisch.*”⁸⁷ benadrukt de auteur ook hoe hij niet gelooft dat de president sarcastisch was. Het artikel eindigt dan met de vermelding hoe het Witte Huis vervolgens de media aanviel. Alsof het gebruikelijk was (door het gebruik van het woord 'al') zegt de auteur “*Het Witte Huis had vanwege de rel al uitgehaald naar de media.*”⁸⁸ In deze laatste paragraaf wordt de onvoltooide verleden tijd gebruikt, de auteur gelooft dus niet in deze beschuldigingen van het Witte Huis tegen de media.

Het tweede artikel, in bijlage 25, staat vol met hints. De auteur heeft hier duidelijk zijn mening over Trump geuit. Alleen al door het lezen van de titel kan men begrijpen dat dit niet lovenswaardig zal zijn tegenover de president. Deze titel bespot de president en verwijst naar zijn vorige wonderoplossingen. In de eerste paar zinnen vraagt de auteur dan of de Amerikanen nog steeds geloven wat hun president zegt. Men kan dan gemakkelijk begrijpen dat de auteur kwaad is op Trump. Hij schrijft een samenvatting van hoe deze briefings vaak voorkomen. Hij stelt duidelijk dat de president veel leugens vertelt en dat Trump uiteindelijk altijd de media de schuld geeft van het verkeerd citeren van hem en het produceren van nepnieuws. De auteur verwijst verder naar verschillende betrouwbare bronnen die waarschuwen voor het injecteren van bleekwater. De schrijver legt uit hoe hij op 23 april snel begreep dat Trump iets verkeerd zei door alleen maar naar de sociale media te kijken. Hij verklaart dan wat de president tijdens deze conferentie zei en vermeldt hoe enthousiast Trump was nadat een wetenschapper een mogelijke genezing noemde. Door het woord 'enthousiast' te gebruiken geeft de auteur het gevoel dat Trump net een kind is dat enthousiast zou zijn over een lolly. Hij blijft Trump een paar zinnen later bespotten en verwijst naar zijn eerdere “[...]”

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ *Ibid.*

⁸⁷ *Ibid.*

⁸⁸ *Ibid.*

gemakkelijke oplossing om het coronavirus te laten verdwijnen."⁸⁹ De auteur erkent echter dat het niet duidelijk was of het gebruik van hydroxychloroquine gevaarlijk was of niet. Verder noemt hij een studie (die hij erkent als rudimentair) die bewijst dat het gebruik van dit geneesmiddel gevaarlijk is. Door te stellen dat zijn studie 'rudimentair' was, bewijst de auteur dat hij een goed schrijver is. De artikelen gaan verder met verwijzingen naar aanhangers van Trump die zeggen dat zijn uitspraken genuanceerd moeten worden: *"Zo gaat het vaak, Trumps aanhangers prijzen Trump om zijn directe taalgebruik, maar prijzen juist zijn genuanceerde taalgebruik als een directe interpretatie niet goed uitkomt."*⁹⁰ Er wordt dan ook gesteld dat de experts van het Witte Huis het niet aandurven om Trumps uitspraken te ontmantelen omdat ze bang zijn hun baan te verliezen. In de laatste paragraaf van het artikel wordt vermeld hoe Dr. Birx zich ongemakkelijk voelde tijdens de verklaring van de president en hoe de president de media opnieuw aanviel met de woorden *"Ik ben de president, en jij bent het nepnieuws."*⁹¹ De auteur valt dan op zijn beurt de president aan door verschillende feiten te noemen die bewijzen dat Trump zijn land op het verkeerde been zet.

Discussie

In het licht van de opmerkingen die in de verschillende artikelen worden gemaakt, zou ik zeggen dat Trump in de meeste artikelen wordt gepresenteerd als incompetent en gevaarlijk. Verschillende van deze artikelen waren duidelijk aanvallend en spottend voor de president, terwijl andere probeerden neutraler te blijven. Maar allemaal zijn ze het erover eens dat de president dat niet had moeten zeggen. Er kon geen verschil van mening worden gemaakt tussen de Canadese en de Vlaamse auteurs. Op basis van onze transcriptie van de briefing kunnen we echter vaststellen dat sommige auteurs de verklaring van de president hebben overdreven en niet altijd de waarheid hebben verteld. Dit kan verklaard worden door hun woede jegens Trump, aangezien hij tijdens zijn conferentie opnieuw verschillende journalisten heeft aangevallen.

Een recent artikel uit de New York Times, gebaseerd op een studie die zij hebben uitgevoerd, bevestigde mijn mening. Trump gebruikt deze briefings vooral voor zelfpromotie en zoals we in ons voorbeeld kunnen zien, is de president zijn vergadering begonnen met het vertellen van

⁸⁹ PERSSON. *En toen had Trump weer een oplossing klaar: bleekmiddel injecteren*, [online], <https://www.demorgen.be/nieuws/en-toen-had-trump-weer-een-oplossing-klaar-bleekmiddel-injecteren~b35a2d8b/> [geraadpleegd op 16 mei 2020]

⁹⁰ *Ibid.*

⁹¹ *Ibid.*

alle goede dingen die zijn administratie heeft gedaan en daarmee zichzelf te feliciteren met de ‘goob job’ die hij heeft gedaan. De New York Times stelde echter dat dit meestal overdrijvingen en leugens waren, zoals we ook hebben gezien in onze analyse.

Eindbeoordeling

De relatie van de huidige president van de Verenigde Staten van Amerika met de nieuwsmedia was en is nog steeds erg moeilijk zoals te zien is. Hij bouwde zijn reputatie op door verschillende technieken die we in dit werk in detail hebben gezien. Politieke en personen-marketing om van zijn naam een merk te maken maar dan ook het gebruik van emoties en representaties, het opbouwen van een parasociale relatie met zijn electoraat en storytelling om zich voor te doen als een held om de Verenigde Staten te redden. We konden toen zien dat al deze technieken goed werkten en dat niet alleen in de Verenigde Staten maar ook in Rusland.

Nu de media al zijn uitspraken analyseren voelt Donald Trump zich voortdurend door hen aangevallen. In reactie daarop heeft de president op zijn beurt de nieuwsmedia nepnieuws genoemd (met uitzondering van enkele specifieke omroepen, die Trump steeds ondersteunen). Of hij degene was die dit gevecht is begonnen of dat de media dat hebben gedaan, is niet de vraag, maar het heeft duidelijk invloed gehad op het vertrouwen van de mensen in de nieuwsmedia. Het gedrag van Trump ten opzichte van de media was ook ongekend en geen enkele Amerikaanse president heeft hen in het verleden zo openlijk aangevallen. We hebben door middel van verschillende wetenschappelijke artikelen aangetoond dat de president een gecompliceerde relatie heeft met de media. Net zoals we hebben bewezen dat de president veel valse inhoud produceert. Dit kan de reactie van de media verklaren. Donald Trump heeft in de loop der jaren ook veel blunders geproduceerd. Eén daarvan is hier nader geanalyseerd. Zijn verklaring resulteerde in geen doden, maar deze suggesties hadden mensen kunnen doden. De media hebben erop gewezen hoe gevaarlijk dit had kunnen zijn en hoe hij met deze uitspraken zijn geloofwaardigheid over de hele wereld heeft verloren.

De industrie heeft de afgelopen jaren moeite gehad om te overleven en de beschuldigingen van Trump hebben daar niet aan bijgedragen. Om deze afname van het vertrouwen tegen te gaan, hebben de media dus hun 'fact-checking' verhoogd. Dat zien we in onze analyse. De meeste auteurs verwijzen in hun artikelen naar verschillende betrouwbare bronnen om hun uitspraken te bevestigen. Ze proberen ook zo neutraal mogelijk te blijven, hoewel het duidelijk is dat ze allemaal kwaad zijn op Trump. Door de feiten te vermelden en het hele verhaal te vertellen, zijn de meeste auteurs objectief in hun geschriften. Sommige artikelen, van mindere kwaliteit, bespotten echter ook de president en probeerden gewoon sensationele inhoud te maken. Hoewel, het is bewezen dat de president veel heeft gelogen en nepnieuws aanmoedigt door zelf wat te produceren.

Ik kan dus mijn onderzoeksvraag beantwoorden door te zeggen dat Trump inderdaad door de nieuwsmedia wordt gedemoniseerd, maar hij heeft het in zekere zin ook verdiend.

Donald Trump heeft ook de journalistiek nieuw leven ingeblazen in de zin dat het hen veel werk heeft gegeven en nog steeds geeft. De nieuwsmedia hebben sinds het Watergate-schandaal minder werk gekregen. De media doet alsof ze hem haten, maar de president krijgt ook weer journalistiek in het middelpunt van de belangstelling. Trump verslaafd aan aandacht en hij heeft de nieuwsmedia geholpen, maar ook de boek- en filmindustrie. Zo is CNN dankzij Trump voortdurend op Breaking News geweest. Zoals Down Maureen in haar artikel stelt *"You helped create this monster, and now you're profiting off of him."*⁹²

Professor Winfrey denkt dat het een unieke kans is voor de journalistiek om te stoppen met het nastreven van sensatiezucht om extreme standpunten te genereren en meer te concentreren op goede en juiste verslaggeving door verhalen met bewijsmateriaal te onderbouwen en zonder vooringenomenheid te rapporteren. Op die manier zullen Amerikanen uiteindelijk hun eigen mening kunnen vormen en zelf kunnen denken als ze eenmaal alle sleutels tot de puzzel in handen hebben.

Het is tijd dat de nieuwsmedia eindelijk wakker worden. Als dit eenmaal gebeurt, zullen ze Trump en zijn negativiteit overwinnen. Door de media beter te maken, zal de politiek ook beter worden. Hoewel de president er misschien niet van op de hoogte is, heeft hij in zekere zin de nieuwsmedia een kans gegeven om ten goede te veranderen.

Ik heb geprobeerd zo objectief mogelijk te blijven bij het analyseren van de artikelen en het schrijven van mijn werk, maar het is onmogelijk om 100% objectief te zijn. Mijn mening over Trump heeft waarschijnlijk, zelfs een beetje, mijn werk beïnvloed, maar ik heb mijn best gedaan om neutraal te blijven. Ik heb ook slechts enkele artikelen uit twee landen over een specifiek onderwerp geanalyseerd. Het zou interessant zijn om de standpunten van andere landen in de wereld en andere 'gaffe-announcements' te analyseren en vergelijken. Interessant zou ook zijn om te zien hoe Trump de nieuwsmedia heeft verbeterd en om te zien of de inhoud die ze eerder hebben geproduceerd van mindere kwaliteit is dan nu of niet.

⁹² M. DOWD, The Naked Truth About Trump and the Media, p.1

Bibliographie

- Anderson, C. (2017). Trump and the Media. *Veritas* 3 (1): pp 9-12.
- Ashley, S., Maksl, A. & Craft, S. (2013). Developing a News Media Literacy Scale. *Journalism & Mass Communication Educator* 68 (1): pp 7–21.
- Benett, W.L. & Livingston, S. (2018). The disinformation order: disruptive communication and the decline of democratic institutions. *Sage Journals* 33 (2): 122-139. doi: 10.1177/0267323118760317
- Boczkowski, P., & Papacharissi, Z. (2018). *Trump and the Media*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Cohen, J. & Holbert, L. (2018). Assessing the predictive value of parasocial relationship intensity in a political context. *Sage Journals, Communication Research* 00 (0): 1-26. doi: 10.1177/0093650218759446
- De Lacoste Lareymondie, G. (2018). *Guide de l'e-réputation*. Paris, France : Eyrolles.
- De Landtsheer et al. (2014). *E-Political Socialization, the Press and Politics: The Media and Government in the USA, Europe and China*. Frankfurt am Main: Peter Lang Edition.
- Dowd, M. (2018). The Naked Truth About Trump and the Media. *Indianapolis Business Journal* 39 (11): 14B–15B.
- Dulaurans, M. (2017). Donald Trump – Le storytelling des présidentielles en 140 caractères. *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication* 11 (11) : 1-12.
- Eshbaugh-Soha, M. & McGauvran R.J. (2017). Presidential leadership, the news media, and income inequality. *Sage Journals*, 71 (1) : 157-171. doi: 10.1177/1065912917726602
- Falcous, M., Hawzen M.G. & Newman J.I. (2018). Hyperpartisan sports media in Trump's America: the metapolitics of Breitbart sports. *Sage Journals, Communication & Sport* XX (X): 1-23. doi: 10.1177/2167479518801557
- Grzesiak, M. (2008). *Personal brand creation in the digital age*. Cham, Switzerland: Plagrave Macmillan.
- Happer, C., Hoskins, A. & Merrin, W. (2019). *Trump's Media War*. Cham, Switzerland: Plagrave Macmillan.
- Hearn, A. (2016). Trump's 'Reality' Hustle. *Television & New Media* 17 (7): 656–659.
- Hemingway, M. Z. (2017). *Trump Vs. the Media*. New York, United-States: Encounter Books.
- Kristiansen, L. & Kaussler, B. (2018). The Bullshit Doctrine: Fabrications, Lies, and Nonsense in the Age of Trump. *Informal Logic* 38 (1): 13–52. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5067>
- Main, T. J. (2018). *The Rise of the Alt-Right*. Baltimore, Maryland: Project Muse.
- McVittie, C. & McKinlay, A. (2019). 'Alternative facts are not facts': gaffe-announcements, the Trump administration and the media. *Sage Journals* 30 (2): 172-187. doi: org/10.1177/0957926518816196

- Müller, J. (2013). *Mechanisms of Trust: News Media in Democratic and Authoritarian Regimes*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Pan, Z., & Kosicki, G. (1996). Assessing News Media Influences on the Formation of Whites' Racial Policy Preferences. *Communication Research* 23 (2) : 147–178.
- Peifer, J.T. (2018). Imitation as flattery: how TV news parody's media criticism can influence perceived news media importance and media trust. *Sage Journals* 95 (3): 734-756. doi: 10.1177/1077699017713002
- Ridout, T. N. (2013). *New Directions in Media and Politics*. New York, United States: Routledge.
- Rieffel, R. (2015). *Sociologie des medias*. Paris, France : Ellipses.
- Schneiker, A. (2019). Telling the Story of the Superhero and the Anti-Politician as President: Donald Trump's Branding on Twitter. *Political Studies Review* 17 (3): 210–223.
- Slutsky, P & Gavra, D. (2017). The phenomenon of Trump's popularity in Russia: media analysis perspective. *Sage Journals* 61 (3): 334-344. doi: 10.1177/0002764217693281
- Stein, L. (2016). Trump U. *Advertising Age* 87 (5): 12.
- Wendling, M. (2018). *Alt-Right: from 4chan to the White House*. London, United Kingdom: PlutoPress.
- Zelizer, B. (2018). Resetting journalism in the aftermath of Brexit and Trump. *Sage Journals* 33 (2): 140-156. doi: 10.1177/0267323118760318
- Zhuang, J. et al. (2018). I'm Your Fan - Engaging in Celebrity's Social Media Page with the Mediation of Parasocial Interaction and Parasocial Relationship. *ProQuest Dissertations Publishing* : 1-88.

Elektronische bronnen

- Balliau, J. (2018). De vreemde relatie tussen Trump en Poetin [online]. VRT NWS. Beschikbaar op < <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2018/07/16/de-vreemde-relatie-tussen-trump-en-poetin/>>. [geraadpleegd op 13 april 2020].
- Bélanger, J. (2020). Le fabricant de Lysol demande aux gens de ne pas s'injecter de désinfectant [online]. Radio-Canada. Beschikbaar op <<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1697024/coronavirus-etats-unis-desinfectant-trump?depuisRecherche=true>>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].
- Bélanger, J. (2020). COVID-19 : une suggestion de Trump crée un tollé à Washington [online]. Radio-Canada. Beschikbaar op <<https://ici.radio-canada.ca/info/videos/media-8259114/covid-19-une-suggestion-trump-cree-un-tolle-a-washington>>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].
- Bell, J. (2018). A presidential mouthpiece: How Fox News reflect Donald Trump and his government's stance on North Korea within their online discourse [Master Scripte, Jönköping University]. Beschikbaar op < <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1221079/FULLTEXT01.pdf>>. [geraadpleegd op 25 maart 2020].

Cambridge Dictionary (s.d.). Fake News [online]. Cambridge Dictionary. Beschikbaar op <<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/fake-news>>. [geraadpleegd op 1 maart 2020].

Darcy, J. (2016). Caricature Trump et le vote des minorités [Cartoon]. Cleveland.com. Beschikbaar op <<http://toursdelaliberte.blogspot.com/2016/08/caricature-trump-et-le-vote-des.html>>. [geraadpleegd op 20 maart 2020].

De Foer, S. (2020). Trumps coronaremedies worden steeds gekker [online]. De Standaard. Beschikbaar op <https://www.standaard.be/cnt/dmf20200424_04934158?articlehash=F5C49C3542221476BB61F4EAC2973CA8BE53862919A2EB6439CD336F11B3F30700E6E57FAD422EC51670ED61A22172995E8444520AC1D137A3A6AF22C778F1FB>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

De Morgen (2020). Trump suggereert injectie met bleekmiddel als behandeling tegen coronavirus. En experts steigeren [online]. De Morgen. Beschikbaar op <<https://www.demorgen.be/nieuws/trump-suggereert-injectie-met-bleekmiddel-als-behandeling-tegen-coronavirus-en-experts-steigeren~b47960c9/>>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

De Standaard (2020). Trump: 'Desinfectiemiddel inspuiten tegen corona', experts: 'Totaal ridicuul concept' [online]. De Standaard. Beschikbaar op <https://www.standaard.be/cnt/dmf20200424_04933368>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

De Standaard (2020). Trump: 'Ik stelde sarcastische vraag om te zien wat er zou gebeuren' [online]. De Standaard. Beschikbaar op <https://www.standaard.be/cnt/dmf20200425_04934637>. [geraadpleegd op 10 mei 2020]

De Standaard (2020). Trump: 'Niet verantwoordelijk voor piek in gebruik ontsmettingsmiddel' [online]. De Standaard. Beschikbaar op <https://www.standaard.be/cnt/dmf20200428_04937007>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

De Standaard (2018). Trump 'reset' relaties met Rusland [online]. De Standaard. Beschikbaar op <https://www.standaard.be/cnt/dmf20180716_03616815?articlehash=299B85E42F6B870F65824D978A7CE15853DD196784047567DAB5CD762BF9EDD12BE22DE13327E7099377AAE93AD7A21409D9458F628C274DCDA9E042316B46FE>. [geraadpleegd op 3 maart 2020].

Dilanian, K. & Mitchell, A. (2020). Trump angry after House briefed on 2020 Russia election meddling on his behalf [online]. NBC News. Beschikbaar op <<https://www.cnbc.com/2020/02/21/trump-angry-after-house-briefed-on-2020-russia-election-meddling-on-his-behalf.html>>. [geraadpleegd op 29 maart 2020].

Doyle, R., Potter, J. & Yusufali, S. (2015). Globe and Mail [online]. L'encyclopédie Canadienne. Beschikbaar op <<https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/globe-and-mail>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Duignan, B. (s.d.). Donald Trump [online]. Encyclopaedia Britannica. Beschikbaar op <<https://www.britannica.com/biography/Donald-Trump>>. [geraadpleegd op 10 april 2020].

Eaman, R. (2015). CBC/ Radio-Canada [online]. L'Encyclopédie Canadienne. Beschikbaar op <<https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/canadian-broadcasting-corporation>>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Germain, N. (2020). Hausse vertigineuse des appels au Centre antipoison depuis le début de la pandémie [online]. Radio-Canada. Beschikbaar op <<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1697825/coronavirus-covid-19-hausse-appel-centre-antipoison-pandemie-quebec?depuisRecherche=true>>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Globe and Mail (2020). Trump suggests viral treatments including UV light and disinfectants [online]. Globe and Mail. Beschikbaar op <<https://www.theglobeandmail.com/world/video-trump-suggests-viral-treatments-including-uv-light-and-disinfectants/>>. [geraadpleegd op 9 mei 2020].

Goelman, Z. (2020). Doctors: Trump's disinfectant comments 'dangerous' [online]. Globe and Mail. Beschikbaar op <<https://www.theglobeandmail.com/world/us-politics/video-doctors-trumps-disinfectant-comments-dangerous/>>. [geraadpleegd op 9 mei 2020].

Het Laatste Nieuws (2020). Dettol moet waarschuwing uitsenden nadat Trump injectie met bleekmiddel suggereert als behandeling tegen coronavirus: “Doe het niet” [online]. Het Laatste Nieuws. Beschikbaar op <<https://www.hln.be/nieuws/buitenland/dettol-moet-waarschuwing-uitsenden-nadat-trump-injectie-met-bleekmiddel-suggereert-als-behandeling-tegen-coronavirus-doe-het-niet~a99ded14/>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Het Laatste Nieuws (2020). #Dontdrinkbleach: twitteraars reageren op Trumps bleekmiddelblunder [online]. Het Laatste Nieuws. Beschikbaar op <<https://www.hln.be/bizar/-dontdrinkbleach-twitteraars-reageren-op-trumps-bleekmiddelblunder~a82fcd73/>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Het Laatste Nieuws (2020). Nepkerk Florida die ‘javelmedicijn’ aanprijst, schreef brief naar Trump om hun middel te promoten [online]. Het Laatste Nieuws. Beschikbaar op <<https://www.hln.be/nieuws/buitenland/nepkerk-florida-die-javelmedicijn-aanprijst-schreef-brief-naar-trump-om-hun-middel-te-promoten~a41af8f0/>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Het Nieuwsblad (2020). Donald Trump “niet verantwoordelijk voor piek in gebruik ontsmettingsmiddel” na controversiële suggestie [online]. Het Nieuwsblad. Beschikbaar op <https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200428_04937417>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Het Nieuwsblad (2020). New York Times analyseert briefings van president Trump: “Nooit eerder geziene overmoed en zelfmedelijden” [online]. Het Nieuwsblad. Beschikbaar op <https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200427_04936092>. [geraadpleegd op 18 mei 2020].

Het Nieuwsblad (2020). Trump beveelt zonnebaden en ontsmettingsmiddel injecteren aan tegen coronavirus, experts waarschuwen voor “totaal ridicuul concept” [online]. Het Nieuwsblad. Beschikbaar op <https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200424_04933419>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Het Nieuwsblad (2020). Trumps opmerkingen over bleekmiddel waren naar eigen zeggen ‘sarcastisch’ [online]. Het Nieuwsblad. Beschikbaar op <https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200425_04934664>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Het Nieuwsblad (2020). “Zonlicht helpt niet tegen coronavirus” [online]. Het Nieuwsblad. Beschikbaar op <https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20200424_04933992>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Hopkinson, C. (s.d.). Angry Donald Trump is angry! [Cartoon]. Pinterest. Beschikbaar op <<https://www.pinterest.com/pin/70228075417583631/>>. [geraadpleegd op 20 maart 2020]/

Lemire, J. (2020). Top U.S. doctors struggle to stay true to coronavirus science but not cross Trump [online]. Globe and Mail. Beschikbaar op <<https://www.theglobeandmail.com/world/article-top-us-doctors-struggle-to-stay-true-to-coronavirus-science-but-not/>>. [geraadpleegd op 9 mei 2020].

Mason, J. (2020). Trump says his remarks on using disinfectant inside people's bodies were sarcastic [online]. The National Post. Beschikbaar op <<https://nationalpost.com/pmnl/health-pmnl/trump-says-his-remarks-on-using-disinfectant-inside-peoples-bodies-were-sarcastic-2/>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Mediahuis (s.d.). Geschiedenis [online]. Mediahuis. Beschikbaar op <<https://mediahuis.be/bedrijfsinfo/geschiedenis/>>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Nuzzi, O. (2018). Donald Trump and Sean Hannity Like to Talk Before Bedtime [online]. New York Magazine. Beschikbaar op <http://www.cronicasinfon.com/noticias/Donald_Trump_and_Sean_Hannity_Like_to_Talk_Before_Bedtime.pdf>. [geraadpleegd op 25 april 2020].

Panetta, A. (2020). Trump suffers political side-effects playing TV doctor during COVID-19 pandemic [online]. CBC News. Beschikbaar op <<https://www.cbc.ca/news/world/medical-cures-trump-coronavirus-covid-19-1.5544348>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Paris, G. (2019). Fox News, chaîne favorite de Donald Trump, l'exaspère désormais [online]. Le Monde. Beschikbaar op <https://www.lemonde.fr/international/article/2019/08/19/fox-news-chaîne-favorite-de-donald-trump-l-exaspere-desormais_5500584_3210.html>. [geraadpleegd op 23 april 2020].

Persson, M. (2020). En toen had Trump weer een oplossing klaar: bleekmiddel injecteren [online]. De Morgen. Beschikbaar op <<https://www.demorgen.be/nieuws/en-toen-had-trump-weer-een-oplossing-klaar-bleekmiddel-injecteren~b35a2d8b/>>. [geraadpleegd op 16 mei 2020].

Potter, J. (2014). The National Post [online]. L'encyclopédie Canadienne. Beschikbaar op <<https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/the-national-post>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Quekel, S. (2020). Trump reageert op nieuws dat meer mensen bleekmiddel gebruiken: “Ik kan me niet inbeelden waarom” [online]. Het Laatste Nieuws. Beschikbaar op <<https://www.hln.be/nieuws/buitenland/trump-reageert-op-nieuws-dat-meer-mensen-bleekmiddel-gebruiken-ik-kan-me-niet-inbeelden-waarom~a29c9a70/>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Radio-Canada (2017). La future administration Trump et ses relations avec la Russie [online]. Radio-Canada. Beschikbaar op <<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1010829/trump-russie->

[sanction-levee-etats-unis-poutine-conseiller-contact?depuisRecherche=true](#) >. [geraadpleegd op 29 maart 2020].

Radio-Canada (2017). La Russie se réjouit de l'accession de Donald Trump à la présidence des États-Unis [online]. Radio-Canada. Beschikbaar op <<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1012167/russie-accession-donald-trump-presidence-rejouissances-normalisation-relations-trumpomanie?depuisRecherche=true>>. [geraadpleegd op 29 maart 2020].

Ray, M. (2020). Fox News Channel [online]. Encyclopaedie Britannica. Beschikbaar op <<https://www.britannica.com/topic/Fox-News-Channel>>. [geraadpleegd op 9 maart 2020].

Reuters, T. (2020). 'Under no circumstances': Health experts reject Trump's suggestion to inject disinfectant to combat COVID-19 [online]. CBC News. Beschikbaar op <<https://www.cbc.ca/news/world/trump-disinfectant-light-reaction-1.5543563>>. [geraadpleegd op 10 mei].

Riechmann, D. & Madhani, A. (2020). Health officials warn against injecting disinfectants after Trump raises idea [online]. Globe and Mail. Beschikbaar op <<https://www.theglobeandmail.com/world/article-lysols-parent-company-warns-against-injecting-disinfectants-after/>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

Saad, L. (2016). Americans' Confidence in Newspapers at New Low [online]. Gallup. Beschikbaar op <<https://news.gallup.com/poll/192665/americans-confidence-newspapers-new-low.aspx>>. [geraadpleegd op 10 maart 2020].

Swift, A. (2016). Americans' Trust in Mass Media Sinks to New Low [online]. Gallup. Beschikbaar op <<https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>>. [geraadpleegd op 10 maart 2020].

The Editors of Encyclopaedia Britannica (s.d.). Het Laatste Nieuws [online]. Encyclopaedia Britannica. Beschikbaar op <<https://www.britannica.com/topic/Het-Laatste-Nieuws>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

The Editors of Encyclopaedia Britannica (s.d.). Steve Bannon [online]. Encyclopaedia Britannica. Beschikbaar op <<https://www.britannica.com/biography/Steve-Bannon>>. [geraadpleegd op 9 maart 2020].

The National Post (2020). Lysol maker urges people not to inject disinfectants after Trump remarks [online]. The National Post. Beschikbaar op <<https://nationalpost.com/pmnl/health-pmn/lysol-maker-urges-people-not-to-inject-disinfectants-after-trump-remarks>>. [geraadpleegd op 10 mei 2020].

THE WHITE HOUSE (2020). Remarks by President Trump, Vice President Pence, and Members of the Coronavirus Task Force in Press Briefing [online]. Beschikbaar op <<https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-vice-president-pence-members-coronavirus-task-force-press-briefing-31/>>. [geraadpleegd op 3 mei 2020].

