

TRUMPS INAUGURATIE ALS ONDERWERP VAN INHAKERS – EEN ANALYSE VAN DE TOP AUTEURS

🕒 23 februari 2017 👤 redactie 💬 No Comments

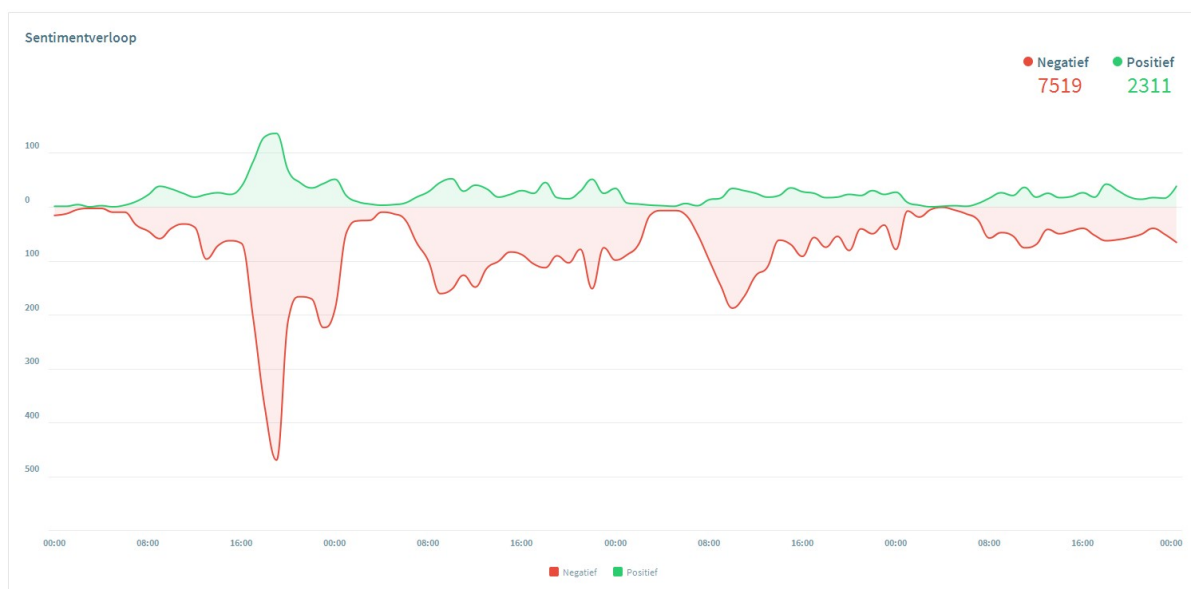
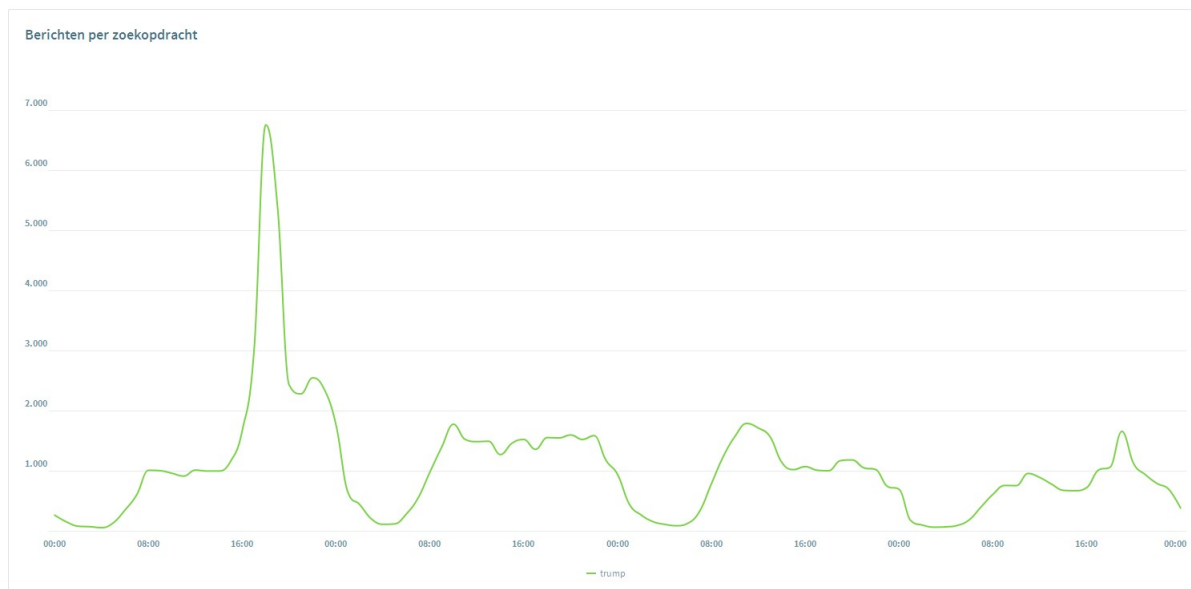


artwork: *Robert-Jan Mast*

Je moet wel onder een hele grote steen hebben gelegen als je niet hebt gemerkt dat op 20 Januari 2017 Donald Trump is geïnaugureerd tot de 45ste president van de Verenigde Staten. Het kan ook bijna niemand zijn ontgaan zijn dat Trump

controversieel is. Op sociale media heeft dit alles ruimschoots zijn sporen achtergelaten. Rogier Brussee onderzoekt de sporen.

Als we kijken naar de inauguratie zelf, dan is daar veel mee gedaan op sociale media. De volgende grafiek toont het aantal reacties op sociale media over het onderwerp volgens de tooling van **OBI4wan**. De grafiek gaat over de periode van 20 Januari tot en met 23 Januari 2017, met een strikt Nederlands taalfilter. Het totaal aan social media uitingen blijkt ruim 101.000. De weergave die de grafiek laat zien is per uur. Als je naar het verloop van de sentimenten kijkt, dan kunnen we ervan uit gaan dat Nederlanders net zo verdeeld over Trump denken als de Amerikanen. Het idee dat we in Nederland collectief tegen Trump zouden zijn zou in het leven zijn geroepen door de “Main Stream Media”. Dat is een te snelle en simpele conclusie: de sentiment analyse algoritmes blijven onderhevig aan softwarematige interpretatie.



Volgens OBI4wan speelt het overgrote deel van de social media reuring zich af op Twitter.

berichten per bronsoort	aantal	positief
Twitter	83.813	1555
Facebook	11.822	365
Weblog	2.536	189
Nieuws	2.330	169

Dat zou in *dit* geval nog wel eens waar kunnen zijn, aangezien het bekend is dat Twitter een disproportioneel aandeel hoog opgeleide opiniemakers, journalisten,

activisten en politici trekt. Niettemin is het onze ervaring dat Twitter bij social media monitors over gerepresenteerd is in de resultaten ten opzichte van het marktaandeel dat Twitter heeft in vergelijking met bijvoorbeeld Facebook. Twitter is eenvoudig veel makkelijker te vinden en te indexeren dan andere sociale media, omdat het niet de data afschermt zoals Facebook.

INHAKERS

Bij een onderwerp dat zoveel aandacht trekt, verwacht je ook de zogenoemde inhakers. En ja, die zijn te vinden. Als we ons beperken tot de accounts die in de top 100 adverteerders op alle media staan, samengesteld door **Nielsen**, vinden we tussen 7 en 25 Januari maar 15 posts over Trump en de inauguratie. In totaal hebben alle accounts uit die top 100 in dezelfde periode ruim 67.000 posts geplaatst.

We richten ons op de volgende 4 auteurs: Amnesty Nederland, Greenpeace, Heineken, en Rabobank. De auteurs vallen duidelijk uiteen in commerciële partijen en non-profit partijen. Dit aantal is zo klein dat we elk apart kunnen analyseren.



1. HEINEKEN

Heineken heeft de volgende inhaker, waarin Heineken ons eraan herinnert dat wat er ook gebeurt, het toch gewoon weekend wordt en wij de geneugten van een glas koud (Heineken) bier niet hoeven te missen.

Van Nederland tot de Verenigde Staten. #Inauguration

pic.twitter.com/zSWGME62M4

– Heineken NL (@Heineken_NL) January 20, 2017

De Heineken inhaker komt 's morgens om 7:03 op de dag van de inauguratie plechtigheid (20/01/2017). Hij is gericht op het algemene publiek. De inhaker toont het merk en het product duidelijk in beeld en maakt gebruik van Heinekens karakteristieke font in kapitalen en in de merkkleur groen. De inhaker is positief en arousing door de "yes weekend!" uitroep, inclusief uitroepteken. De relatie tussen het product en de inauguratie is tangenteel: het merk wordt aan het weekend gekoppeld en er is alleen in de zin verbonden dat dit weekeinde speciaal is, omdat de inauguratie plaats vindt. Ook wordt de lezer als bijzonder aangesproken, in de zin dat hij impliciet wordt vergeleken met de Amerikaanse president. Niettemin zie ik er zelf ook een element van galgenhumor in.

2. RABOBANK

2. Op 17 Januari maakt de Rabobank twee video's, één in het Nederlands en één in het Engels, waarin Philip Marey, Senior VS-strateeg van de Rabobank, zijn visie geeft op de met de komst van Trump te verwachten veranderingen van het ondernemersklimaat.

De impact van Trump op de economie



De video is gericht op ondernemers en geeft een analyse van de verwachte veranderingen voor ondernemers. De video is via de inhoud dus rechtstreeks verbonden met de verandering van president. Het is niet zozeer een inhaker op de inauguratie plechtigheid, maar op de overgang van de ene naar de andere regering. De video heeft het Rabo merk in beeld bij opening, maar komt verder niet in beeld. Het is duidelijk bedoeld om de image van de Rabobank als zakelijke dienstverlener te versterken. Het beeld is dan ook “degelijk” en weinig emotioneel, maar toont wel een persoon: een man in het zakenman uniform van pak en stropdas. Uit de toon van de spreker spreekt autoriteit, maar ook enige verontrusting hoewel ook wordt gewezen op mogelijke kansen voor ondernemers.

Op 22 januari (dus twee dagen na de inauguratie) maakt de Rabobank de volgende inhaker op Twitter met een link naar een document van de Rabobank. Deze blijkt met een paar regels introductie de video van Philip Marey nogmaals onder de aandacht brengen.

Wat kun je als Nederlandse ondernemer verwachten met Trump in het Witte Huis? Check het op: <https://t.co/sf7W7feyc3pic.twitter.com/xZEO9GMp52>
— Rabobank (@Rabobank) January 22, 2017

Ook deze inhaker is gericht op ondernemers. Dit keer wordt het Rabobank beeldmerk wel in beeld gebracht en via het beeld van de “greenback” in de vorm van de VS gekoppeld aan geld verdienen. Het beeld is dus op symbolische wijze verbonden met de tekst en de tekst is verbonden met de verandering van president. Het beeld toont weinig emotie door de grijs tonen en het vale groen van de dollar. De inhaker maakt echter wel listig gebruik van de priemende blik van George Washington. Washington is zorgvuldig in het centrum en is daar geplaatst om de

aandacht te trekken. De tekst is een duidelijk geval van clickbait: er wordt geen informatie gegeven, maar enige arousal genereert door vragen te stellen die de nieuwsgierigheid moeten opwekken.

3. AMNESTY NL

Op 11 Januari doet Amnesty hun eerste inhaker op Instagram, waarin Amnesty oproept om Obama onder druk te zetten op om, zolang hij dat nog kan, de op de marinebasis Guantánamo bay zonder proces gevangen gehouden gevangenen vrij te laten.



Ook dit is meer een inhaker op de verwachtte veranderingen dan op de inauguratie plechtigheid zelf. De inhaker is vooral op het eigen Amnesty publiek gericht, dat meedoet aan acties. Het beeld is van een kunstwerk in de tonen oranje (de kleur van de gevangenskleding van de Guantanamo gevangenen) en rood als achtergrond kleur. Het toont het Amerikaanse Vrijheidheidsbeeld, symbool van de vrijheid, geketend in boeien in de klassieke pose van vrouwelijke martelaar, met de ogen gericht op de hemel en de kwetsbare hals vrij. Onder haar staat een gemêleerd gezelschap in oranje waarvan er één het V teken maakt. Het beeld is dus verbonden met de tekst en de tekst met de verandering van president. Het sentiment van de tekst en het beeld is tragisch negatief, maar de tekst roept op tot actie. De rode achtergrond kleur lijkt zowel gekozen uit artistieke gronden, passend bij het oranje en kopergroen, als om een zekere mate van urgentie en opwinding uit te stralen.

Op 13 Januari doet Amnesty de volgende inhaker op twitter. Het brengt een stuk in de Guardian over Guantánamo onder de aandacht met een retweet.

#NowReading: Democrats urge Obama to 'deprive' Trump of use of Guantánamo Bay via @guardian <https://t.co/9jnI06xQk3>
— Amnesty International (@amnestyusa) January 12, 2017

Het is twijfelachtig of dit als een inhaker moet worden gezien of gewoon als een retweet over een onderwerp dat tot de core van Amnesty behoort, maar het past wel bij de eerdere inhaker en de urgentie van het moment. Het beeld van de Guardian toont opnieuw de oranje gevangenskleding, nu aangevuld met een zwarte zak over het hoofd die verwijzing naar martelpraktijken en monddood maken. De vrouw in beeld die ons aankijkt is herkenbaar als Moslima en de zonnebril werkt als extra vergrote ogen. Het beeld (gekozen door de Guardian) is verbonden met Guantánamo, en de tekst met de verandering van president. Het sentiment is duidelijk negatief en het woord “urge” roept weliswaar op tot actie, maar geeft tegelijkertijd een passieve afhankelijkheidsrelatie weer.

Op 17 Januari retweet Amnesty de volgende tweet van Stefan Simanowitz (@StefSimanowitz) met een link naar de nieuwssite van Amnesty.

As world prepares for #Trump, NGO's warn leaders in #Davos: "We'll resist any unjust action & hold you to account."

<https://t.co/9ZcWwBFHYB> [pic.twitter.com/Ya4gvhVjB1](https://t.co/9ZcWwBFHYB)

– Stefan Simanowitz (@StefSimanowitz) January 16, 2017

Ook hier is het twijfelachtig of van een doelbewuste inhaker moet worden gesproken, maar de originele tweet rechtstreeks refereert aan zowel de verandering van president als aan de op dat moment gaande World Economic Forum in Davos, waar de mondiale rich en powerful zich verzamelen. Het beeld in korrelig zwart wit toont soldaten met geweren met bajonetten die dreigend af komen op een vrouw die de soldaten onverschrokken tegemoet treedt met een bloem die extra nadruk krijgt door tegenlicht (overigens ook een klassieke martelaar pose, zij het dat de bloem traditioneel vervangen is door het kruis). Het blijkt een bekende foto van **Marc Riboud**: "image of a young US girl, Jan Rose Kasmir, outside the Pentagon during an anti-Vietnam march, 1967". Het beeld is op symbolische wijze verbonden met de tekst en de tekst met Trump en de inauguratie. Het sentiment is negatief, maar met hoop en er is een duidelijke oproep tot actie en opwinding in de tekst en het gesuggereerde gevaar in de foto.

Op 20 Januari (de dag van de inauguratie) om 1 uur 's nachts en om half acht 's ochtends maakt Amnesty op Twitter een algemene inhaker op de inauguratie. De tekst doet een algemene oproep "het juiste" te doen (de mensenrechten te waarborgen) en geeft een link naar een Amnesty document (die helaas dood is).

Inauguratie nieuwe US president #Trump: Trump en zijn nieuwe regering moeten #mensenrechten waarborgen:

<https://t.co/suGXc1ImP2> [pic.twitter.com/JIBI3H0yoS](https://t.co/suGXc1ImP2)

– Amnesty NL (@amnestynl) January 20, 2017

Amnesty roept nieuwe president Verenigde Staten #Trump op de #mensenrechten te respecteren: <https://t.co/fc2BZKwCOv>

[pic.twitter.com/FmFAXLgeDr](https://t.co/fc2BZKwCOv)

– Amnesty NL (@amnestynl) January 20, 2017

De tweet richt zich op algemeen publiek. Wegens het late uur van de eerste tweet en het vrijwel precies getimed zijn om 1 uur 's nachts is aan te nemen dat de tweet al eerder was voorbereid en klaar stond. De tweede identieke tweet zou dan eenvoudig een herhaling op een wat gelukkiger tijdstip kunnen zijn. Het beeld van Trump is uit de verkiezingen. Het geeft Trump als breedgeschouderde man in pak met rode stropdas op een kathedraal weer. Trump kijkt naar rechts. Het beeld is duidelijk verbonden met Trump, maar niet direct met de inauguratie. Het beeld suggereert dominantie, macht en opwekking van vertrouwen van Trump (wat gezien de context verwonderlijk is), maar is verder weinig emotioneel en vrij statisch.

Op 20 Januari retweet Amnesty ook de volgende tweet van Salil Shetty (@SalilShetty)

#InaugurationDay: When people stand together for the dignity & equality of all people, no toxic discourse of hatred & fear can overcome that pic.twitter.com/4Vhn0luaPw
– Salil Shetty (@SalilShetty) January 20, 2017

Om half twee posten Amnesty de volgende tweet, deze exacte tweet herhalen zij om 3 uur en kwart voor zes, helaas allen ook met een dode link.

De enige echte vertegenwoordigers van het enige echte volk
<https://t.co/qYxISuqkZ1> #trump pic.twitter.com/Q4QP02qHHj
– Amnesty NL (@amnestynl) January 21, 2017

4. GREENPEACE

Op 20 Januari om 14:40 geeft Greenpeace met een inhaker aan zich deel te voelen maken van de linkse (of beter, liberal in de Angelsaxische zin) beweging tegen Trump met een link naar een artikel in Buzzfeed News, over het "Bridges, not walls" project, waarbij mensen spandoeken op bruggen in de UK hangen van het project.

Terwijl Trump start als president, zetten mensen wereldwijd zich in voor gelijkheid, vrouwenrechten en klimaatactie:

<https://t.co/vVjkGV8Sjn> [pic.twitter.com/gjcGnXHyDX](https://t.co/vVjkGV8Sjn)

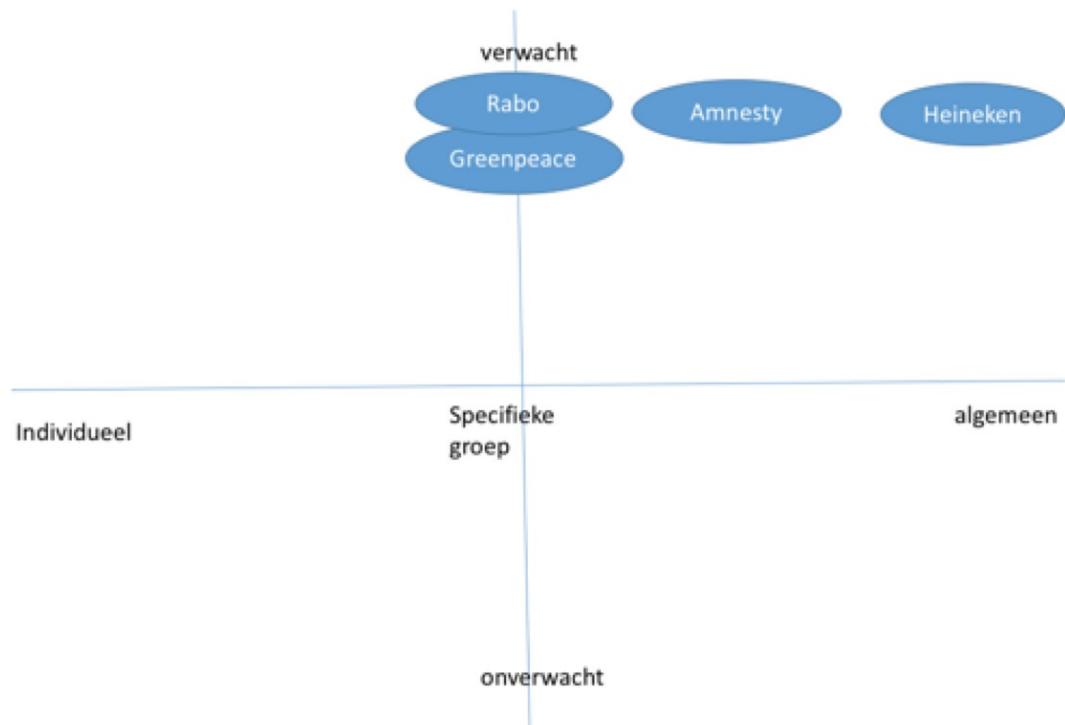
— Greenpeace NL (@GreenpeaceNL) January 20, 2017

De tweet is gericht op het algemeen publiek. Voor het beeld kiezen ze uit de verschillende in het artikel genoemde bruggen, waarop spandoeken voor migranten, vluchtelingen, zwarten, vrouwen, homoseksuelen, en een algemeen “us”, de brug met het spandoek dat opkomt voor homorechten (de Vauxhall brug in London). Het beeld is dus verbonden met de tekst, maar alleen via de tekst verbonden met Trump en de inauguratie.

Het beeld is positief met een blauwe hemel en zorgt voor opwinding met mensen die juichend op de brug staan.

CONCLUSIE

Alle gevonden inhakers hebben een duidelijk visueel element, die een belangrijk deel van de boodschap overbrengen, vooral ook de emotionele lading. Opvallend is dat de meeste van deze inhakers een duidelijke groep hebben die ze aan zou moeten spreken, in plaats van een algemeen publiek. Een subjectieve plot op ons inhaker classificatie model geeft ongeveer het volgende beeld:



Zoals te verwachten voor een dergelijk controversieel en politiek onderwerp is er een duidelijk onderscheid te zien tussen profit en non profit instellingen: de eerste nemen geen stelling, de tweede wel. Inhakers zijn net gewone social media posts: ze zijn vooral bedoeld om de producten en standpunten van degene die ze maakt te promoten en dat is natuurlijk prima! Wat vind jij?

Wil je meer weten over het onderzoek 'The Network is the Message' neem dan contact op of download de Management Summary

ONS BOEK

DOWNLOAD

OVER ONS

CONTACT