



# De thematische frames in de persberichten van vakbonden en hun invloed op de krantenberichtgeving over organisaties

Robert van der Vossen

Universiteit van Amsterdam

## Samenvatting

Stakingen zijn van alle tijden. Ook in de 21<sup>e</sup> eeuw worden organisaties geconfronteerd met stakingen van hun personeel en daarmee ook met vakbonden die optreden als vertegenwoordiger van het personeel. Vakbonden oefenen onder andere met hun communicatie-uitingen druk uit op organisaties om de eisen van de werknemers in te willigen. In dit onderzoek is de invloed onderzocht die persberichten van vakbonden hebben op de *frames* (invalshoeken) die gebruikt worden in de berichtgeving van kranten. Dit is gedaan aan de hand van een staking bij British Airways en een staking van Nederlandse schoonmakers.

Uit het onderzoek kwam naar voren dat kranten vooral de impliciete frames uit de persberichten van vakbonden overnemen in hun berichtgeving. Een verklaring hiervoor is dat impliciete frames gemakkelijker door de selectiecriteria van kranten komen door hun latente karakter, waardoor deze waarschijnlijk niet als interpretaties herkend worden in het selectieproces van kranten. Van de expliciete frames van Semetko en Valkenburg (2000) werd alleen het *economic consequences frame* door kranten overgenomen.

Voor dit onderzoek is zowel een traditionele handmatige inhoudsanalyse als een relatief nieuwe geautomatiseerde inhoudsanalyse uitgevoerd. Hierbij is er gebruik gemaakt van de procedure van Vlieger en Leydesdorff (2011). De twee methoden zijn kwalitatief met elkaar vergeleken en aanbevelingen voor toekomstig onderzoek volgens de geautomatiseerde Pajek methode zijn gedaan. Ondanks methodologische en statistische tekortkomingen heeft de methode potentieel voor toekomstig framingonderzoek, omdat het in staat stelt zonder vooraf opgestelde categorieën grote hoeveelheden onderzoekseenheden in een korte tijd te onderzoeken.

## Inleiding

Stakingen zijn van alle tijden. In het verleden zijn er verschillende geruchtmakende stakingen geweest, zoals de grote spoorwegstaking in 1903 en de februaristaking van 1941 (Stichting Vrienden van de Historie van de Vakbeweging, z.d; Kennisnet, z.d.). Meer recente stakingen zijn bijvoorbeeld de stakingen van het cabinepersoneel van de luchtvaartmaatschappij British Airways en van de schoonmakers van Nederlandse schoonmaakbedrijven (“Nieuwe staking schoonmakers”, 2012; Werdigier, 2010). Met stakingen geven werknemers uiting aan hun onvrede. De collectieve organisatie van stakingen valt te traceren naar het ontstaan van de vakbonden in de 19<sup>e</sup> eeuw (“The rise of organized...”, z.d.). In Nederland valt het stakingsrecht van werknemers te traceren naar 1872, toen het ongeschreven stakingsrecht ontstond (Nederland staking, 2006, p. 2).

Sinds die tijd worden stakingen als pressiemiddel gebruikt door werknemers. Deze traditie zet zich ook in de 21<sup>e</sup> eeuw voort. Voor werknemers vormen stakingen het laatste drukmiddel om hun onvrede te uiten over bijvoorbeeld hun arbeidsomstandigheden en over het beleid van een organisatie (Fase & Van Drongelen, 2004, p. 20; Zippelius, 2008). Tijdens stakingen nemen vakbonden traditioneel de vertegenwoordiging van de bij hun aangesloten werknemers op zich (Lucio, 2012, p. 38; “Over legitimatie en de...”, 2011). De vakbonden dragen in deze rol de standpunten van de werknemers uit en organiseren collectieve acties om de eisen van de werknemers kenbaar te maken. Vaak zullen vakbonden er voor kiezen om door middel van diplomatie het conflict tussen werkgevers en werknemers op te lossen. Wanneer vakbonden niet via onderhandelingen tot een oplossing kunnen komen richten zij zich veelal op publiciteit en stakingen als middelen om organisaties te bewegen de eisen van de werknemers in te willigen (Van Es, 2010).

De traditionele rol van de vakbonden is volgens het Wetenschappelijk Bureau van de Vakbeweging als gevolg van een aantal (maatschappelijke) ontwikkelingen echter onder druk komen te staan (Visser, 2011). Volgens hoogleraar arbeidsrelaties Paul de Beer (Universiteit van Amsterdam) komt als gevolg van onderlinge verdeeldheid tussen vakbonden de geloofwaardigheid van de vakbeweging in het geding. Er zijn binnen de vakbeweging fracties ontstaan en meningsverschillen worden door de vakbonden steeds vaker publiekelijk in de media uitgevochten (“Ruzie binnen vakcentrale FNV...”, 2011). Omdat de vakbeweging geen eensgezindheid uitstraalt is het volgens hem de vraag hoeveel waarde er gehecht moet worden

aan de uitspraken van vakbonden (Visser, 2011). Tevens wordt de steun voor vakbonden steeds kleiner omdat de vakbonden te maken hebben met teruglopende ledenaantallen en individualisering van werknemers (Van Cruchten & Kuijpers, 2008, p.1). Dit wordt volgens Nagelkerke (1993) veroorzaakt doordat er een einde is gekomen aan de gemeenschapszin van werknemers en zij steeds vaker zelfstandig voor hun rechten opkomen (p. 293). Koot-Van der Putte (2007) stelt dat werknemers onderling minder solidair zijn met elkaar (p. 46). Dezelfde ontwikkelingen worden ook waargenomen door Maassen-Van den Brink (2004), Macionis, Peper en Van der Leun (2010) en Veenhoven (1999). De vragen die door deze ontwikkelingen naar boven rijzen zijn of vakbonden nog bestaansrecht hebben in de 21<sup>e</sup> eeuw en of zij nog gebruik kunnen maken van mediaberichtgeving als drukmiddel om hun doelen te bereiken. Volgens hoogleraar Paul de Beer ontleent de vakbeweging haar machtsbasis en haar bestaansrecht aan collectiviteit en solidariteit, waardoor de individualisering van werknemers de positie van de vakbeweging kan doen afbrokkelen (“Vakbondsprofessor Paul de Beer...”, 2012).

De door Professor de Beer beschreven afbrokkeling van de machtsbasis van de vakbonden en een aantal vrij recente stakingen vormen samen de aanleiding voor dit onderzoek. De mogelijke afname van de macht en het verdwijnen van het bestaansrecht van de vakbonden kan gevolgen hebben voor de mogelijkheden die vakbonden hebben om de beeldvorming van een staking in de media te beïnvloeden. Een machtige vakbond is volgens De Cuyper, Loutsch, Van Gyes en Spineux (2004) immers moeilijker te negeren (p. 26). Informatie van een vakbond is voor media immers nieuwswaardiger wanneer meer waarde gehecht wordt aan de informatie van de vakbond en deze in de ogen van media aanzien geniet (Shoemaker & Reese, 1996, p. 114). De mate waarin vakbonden de macht hebben om de beeldvorming over een conflict te beïnvloeden is voor zowel vakbonden als organisaties maatschappelijk relevant. Vakbonden hebben er belang bij om de beeldvorming in media van een staking te beïnvloeden. Zij willen de standpunten van de werknemers via media uitdragen en de publieke opinie gebruiken om steun te krijgen voor hun zaak (Vos, 2004, p. 16). Pressiegroepen, zoals vakbonden, gebruiken de publieke opinie om druk uit te oefenen op organisaties en hun te dwingen hun eisen in te willigen (Cook, Tyler, Goetz, Gordon, Protess, Leff & Molotch, 1983, p. 33; Sociaal en Cultureel Planbureau, 1997, p. 12). De belangrijkste manier waarop vakbonden deze druk uit proberen te oefenen is het uitgeven van persberichten, in de hoop dat deze overgenomen worden door media in hun berichtgeving. Eerder onderzoek van onder andere Meijer en Kleinnijenhuis (2006) heeft uitgewezen dat de

mediaberichtgeving van invloed kan zijn op de reputatie van een organisatie (p. 554). Negatieve berichtgeving van media over een staking bij een organisatie kan de reputatie van de organisatie schaden (Carroll & McCombs, 2003, p. 41). Om deze reputatieschade te kunnen voorkomen is het voor organisaties van belang dat zij zich bewust zijn van de invloed die de vakbonden via de media hebben.

Dit onderzoek is ook wetenschappelijk relevant omdat het, gezien de afbrokkeling van de machtsbasis van de vakbeweging, van belang is om te onderzoeken welke rol de vakbeweging in de 21<sup>e</sup> eeuw vervult (De Graaff, 2008, p. 16). De vraag is of de vakbeweging nog geloofwaardig en nieuwswaardig geacht wordt door media. Tevens is dit onderzoek van wetenschappelijk belang omdat er gebruik gemaakt is van zowel een handmatige als een geautomatiseerde (*computer assisted*) inhoudsanalyse om de berichtgeving over stakingen te onderzoeken. Dit maakte het mogelijk om een vergelijking te maken tussen de beide onderzoeksmethoden. Volgens Evans, McIntosh, Lin en Cates (2007) zou geautomatiseerde inhoudsanalyse een veelbelovende methode kunnen zijn voor het analyseren van grotere hoeveelheden teksten in kortere tijd dan bij handmatige inhoudsanalyse (p. 1008). Dit maakt het mogelijk om meer onderzoekseenheden te onderzoeken dan met behulp van de meer traditionele handmatige inhoudsanalyse. Ook stellen Evans et al. dat de geautomatiseerde methode objectiever onderscheidende kenmerken in teksten zou kunnen identificeren door, ten opzichte van de traditionele methode, de vooringenomenheid van de onderzoeker verder te beperken. Ten slotte stellen Hellsten, Dawson en Leydesdorff (2010) dat de geautomatiseerde methode gebruikt kan worden om impliciete frames (die verwijzen naar latente betekenissen in teksten door het gebruik van woordcombinaties) te analyseren. Hierdoor zou de geautomatiseerde methode ook als voordeel hebben dat niet alleen expliciete, maar ook latente interpretaties die in teksten worden aangeboden onderzocht kunnen worden. Daarom is het wetenschappelijk relevant de twee methoden voor inhoudsanalyse met elkaar te vergelijken. Dit onderzoek is daarmee tegemoet gekomen aan de oproep van Hellsten, Dawson en Leydesdorff (2010) om te proberen de methode voor geautomatiseerde inhoudsanalyse verder te valideren in een grote dataset (p. 24). Om antwoord te vinden op deze vraagstukken is de volgende vraagstelling onderzocht:

**In hoeverre zijn de vakbonden met hun persberichten in staat om invloed uit te oefenen op de expliciete en impliciete frames in de mediaberichtgeving over een organisatie die verwickeld is in een industrieel conflict met haar personeel?**

## Theoretische achtergrond

Tijdens stakingen komen de vakbonden op voor de belangen van de werknemers en verzorgen zij hun vertegenwoordiging. Om de eisen van de werknemers kenbaar te maken en om een voorstelling van het conflict te geven vertellen vakbonden via media verhalen over het conflict. In de communicatie-uitingen van de vakbond worden deze verhalen gecommuniceerd naar de samenleving. Dit proces van verhalen vertellen door organisaties wordt ook wel *corporate storytelling* genoemd (Boyce, 1996; McLellan, 2006; Wondergem, 2011; Wylie, 1998).

### *Corporate storytelling*

Bij *corporate storytelling* vertellen organisaties verhalen om patronen en verbanden te communiceren en om de ontvangers te helpen bij het begrijpen van situaties (McLellan 2006, p. 17). In het geval van een staking vertellen vakbonden in hun communicatie-uitingen bijvoorbeeld over gebeurtenissen die tot de staking geleid hebben, de arbeidsomstandigheden van de werknemers en de impact die de situatie heeft op de werknemers. Tevens vertellen de vakbonden in hun uitingen verhalen over hun eigen identiteit, de wijze waarop zij opkomen voor de belangen van werknemers en de wijze waarop zij aankijken tegen het conflict. Vakbonden maken voor hun communicatie over stakingen gebruik van verschillende communicatiekanalen. Hierbij valt te denken aan woordvoering, het gebruik van social media, interviews en persberichten. Volgens Aerts en Cormier (2009, p. 5) en Garcia Osma en Guillamón-Saorín (2011, p. 187) zijn persberichten het meest wijdverspreide communicatiemiddel van organisaties. Tevens zijn persberichten volgens Aerts en Cormier (2009) op korte termijn gericht, waardoor organisaties gemakkelijk op ontwikkelingen rond de organisatie kunnen inspelen met hun berichtgeving (p. 4). Daarom heeft dit onderzoek zich gericht op de persberichten van vakbonden als hun primaire communicatiekanaal voor *corporate storytelling*.

### *Information subsidies en de gatekeepingfunctie van de media*

De vakbonden hopen dat de informatie die zij via hun persberichten aan media verstrekken wordt overgenomen in de berichtgeving van de media. Vakbonden hopen via media de publieke opinie te beïnvloeden en de organisatie onder druk te zetten om de eisen van de stakende werknemers in te willigen (Cook, Tyler, Goetz, Gordon, Protess, Leff & Molotch,

1983, p. 33; Sociaal en Cultureel Planbureau, 1997, p. 12). De vakbonden willen om dit te bereiken dat media de aangeboden *corporate story* uit de persberichten overnemen en deze verwerken in hun eigen berichtgeving. Hierdoor worden de standpunten van de werknemers en het gezichtspunt van de vakbond verwerkt in de mediaberichtgeving. De informatie die organisaties kant-en-klaar aan media aanbieden, bijvoorbeeld in de vorm van persberichten, wordt ook wel aangeduid als *information subsidies* (VanSlyke Turk, 1985). Wanneer media deze aangeboden informatie overnemen in hun eigen berichtgeving wordt de inhoud van de mediaberichtgeving hierdoor beïnvloed (Curtin, 1999, p. 54). Voor de vakbeweging betekent dit een mogelijkheid om haar standpunten via media naar het publiek te communiceren en invloed uit te oefenen op de publieke opinie. Volgens Gans (1979) en de Nederlandse Vereniging van Journalisten (2008) hebben journalisten als taak om uit verschillende, mogelijk tegenstrijdige, bronnen informatie te halen voor complete en accurate nieuwsberichten.

Traditioneel vervullen de media de rol van *gatekeeper*. Dit is een metafoor die in de communicatiewetenschappen veelvuldig gebruikt wordt om aan te geven dat media de taak hebben om uit een selectie van bronnen informatie te halen, die zij verwerken in de mediaberichtgeving (McQuail, 2005, p. 308; Shoemaker, 2001; White, 1950). De vraag die ontstaat wanneer media erg afhankelijk zijn van bronnen, is in hoeverre zij nog in staat zijn om invulling te geven aan deze taak. Volgens Rennan (2000) kan het veelvuldig overnemen van kant-en-klare informatie door media negatieve gevolgen hebben voor de kwaliteit van de journalistiek. Rennan (2000) stelt namelijk dat de kwaliteit van een krant afhankelijk is van de bronnen die gebruikt worden (p. 305). Dit wordt ondersteund door Van der Wurff en Schönbach (2011, p. 418). Door Shoemaker en Reese (1996) en Davis (2000) is geconstateerd dat de afhankelijkheid van media van *information subsidies* steeds groter wordt.

Volgens Davis (2000) wordt deze toegenomen afhankelijkheid van nieuwsmedia veroorzaakt door een afname van de journalistieke middelen die media ter beschikking hebben. Als gevolg van grote concurrentie moeten media steeds efficiënter werken om hun berichtgeving tot stand te brengen (p. 6). Voor media betekent dit dat zij om kosten te besparen gebruik moeten maken van minder personeel en minder tijd hebben voor onderzoeksjournalistiek (p. 6). Hierdoor moeten zij meer gebruik maken van kant-en-klare informatie. Vooral bronnen die media frequent van informatie kunnen voorzien zijn hierdoor aantrekkelijk (p. 10). In combinatie met de opkomst van public relations sinds de jaren '80 van de vorige eeuw, kan

door deze ontwikkeling verklaard worden waarom organisaties (zoals vakbonden) een belangrijke informatiebron zijn voor media. Organisaties voorzien, vanuit hun public relations beleid, graag in de informatiebehoefte van media. Als gevolg van de verminderde journalistieke capaciteit kan het meer en meer voorkomen dat media kant-en-klare informatie overnemen in hun berichtgeving. Dit zou betekenen dat organisaties meer de mogelijkheid hebben om via media hun eigen standpunten te communiceren dan voorheen.

Voor verschillende onderzoekers is deze problematiek de aanleiding geweest voor empirisch onderzoek (Berkowitz & Adams, 1990; Hijmans, Schafraad, Buijs & d'Haenens, 2011; Lewis, Williams & Franklin, 2008; Scholten & Ruigrok, 2009). Deze onderzoekers hebben onderzoek gedaan naar het gebruik van kant-en-klare informatie in mediaberichtgeving. Berkowitz en Adams (1990) hebben onderzoek gedaan naar de selectie van bronnen voor lokaal televisienieuws. Uit het onderzoek van Berkowitz en Adams kwam naar voren dat de redacteurs van een lokaal televisiestation uit Indianapolis 78 procent van de aangeboden informatie niet gebruikten en 22 procent wel (p. 7). Uit het onderzoek kwam verder naar voren dat de informatie nieuwswaardig moet zijn voor media wil een organisatie er in slagen om informatie te laten gebruiken in de mediaberichtgeving. Uit een onderzoek van Hijmans, Schafraad, Buijs en d'Haenens (2011) kwam een vergelijkbaar beeld naar voren over het gebruik van *information subsidies* in krantenberichten. Uit het onderzoek van Hijmans et al. kwam naar voren dat in de onderzochte Nederlandse en Vlaamse kranten 36 procent van de krantenberichten helemaal of gedeeltelijk bestond uit informatie van derden (p. 87). De onderzoekers stellen echter dat dit percentage in werkelijkheid nog hoger kan zijn, aangezien niet alle betrokken kranten transparant waren over het gebruik van bronnen. 44 Procent van de *information subsidies* (waarvan de herkomst vastgesteld kon worden) bleken afkomstig te zijn van commerciële en maatschappelijke organisaties (p. 86). Uit de onderzoeken van Berkowitz en Adams (1990) en van Hijmans et al. blijkt dat organisaties een significante invloed hebben op de mediaberichtgeving over een *issue*. Dit kan voor de mediaberichtgeving betekenen dat, als gevolg van de gebruikte *information subsidies*, bepaalde aspecten van een *issue* meer belicht worden dan andere aspecten.

### ***Expliciete en impliciete frame building***

Entman (1993) omschrijft het benadrukken van bepaalde aspecten van een *issue* in een communicatieve uiting als *framing*. Het frame dat gebruikt wordt in een communicatieve uiting legt de nadruk op bepaalde aspecten van een gebeurtenis waardoor deze aspecten, in



bijvoorbeeld een persbericht of een krantenbericht, prominenter aanwezig zijn. Als gevolg hiervan wordt in de communicatie-uiting een bepaalde probleemdefiniëring, causale interpretatie, morele evaluatie of oplossing gepromoot (Entman, 1993, p. 52; Goffman, 1974). Volgens Hellsten, Dawson en Leydesdorff (2010) en Vlieger en Leydesdorff (2011) moet hierbij een onderscheid gemaakt worden tussen frames die expliciet en frames die impliciet aanwezig zijn in teksten. Expliciete frames bieden expliciet een interpretatie van de werkelijkheid aan de lezer aan. Een bekend onderzoek naar expliciete frames is het onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000) die vijf frames identificeerden (*conflict frame*, *human interest frame*, *social responsibility frame*, *morality frame* en het *economic consequences frame*) die veelvuldig in nieuwsberichten gebruikt worden (p. 95).

Impliciete frames bieden impliciet interpretaties aan door het gebruik van verschillende woordcombinaties in een tekst (Vlieger & Leydesdorff, 2011, p. 30). Hierbij wordt in de tekst niet expliciet een interpretatie van een gebeurtenis aangeboden, maar wordt een bepaalde betekenis opgeroepen door bepaalde aspecten in de berichtgeving te benadrukken en andere weg te laten (p. 30). Door middel van *computer assisted content analysis* kunnen patronen van woordcombinaties statistisch onderzocht en in kaart gebracht worden (Matthes & Kohring, 2008). Doordat deze methode gebruik maakt van computeralgoritmes om woordcombinaties en daarmee invalshoeken in kaart te brengen zou deze methode objectiever kunnen zijn voor het analyseren van frames in berichtgeving dan wanneer berichten handmatig gecodeerd worden.

Volgens Gamson (1989) zou deze methode ook beter de betekenis van berichten in kaart kunnen brengen omdat de betekenis van een bericht niet expliciet aan de tekst ontleend wordt, maar ook wordt ontleend aan de betekenis die de tekst impliceert (Vlieger & Leydesdorff, 2011, p. 30). Bij geautomatiseerde inhoudsanalyse worden er *semantic maps* gegenereerd, waarmee de impliciete frames in teksten waargenomen kunnen worden (p. 32). *Semantic maps* zijn kaarten van netwerken van woordcombinaties die met elkaar voorkomen in een serie teksten (Burt, 1982; Burt, 1995; Hellsten, Dawson & Leydesdorff, 2010, p. 6.) Aan de hand van statistische technieken wordt de structuur van de *semantic maps* geanalyseerd en worden de impliciete frames gehaald uit de structuur van deze figuren (Vlieger & Leydesdorff, 2011, p. 30). Aangezien de methode van *computer assisted content analysis*

nieuw is hebben Hellsten, Dawson en Leydesdorff (2010) gepleit voor het doen van onderzoek om de betrouwbaarheid van deze methode te valideren (p. 24). Volgens Hellsten et al. moet de methode om gevalideerd te kunnen worden getoetst worden in een grote dataset (p.24). Mijn onderzoek heeft daaraan een bijdrage geleverd door de geautomatiseerde methode te vergelijken met de, meer traditionele, handmatige inhoudsanalyse voor framingonderzoek.

### *Handmatige inhoudsanalyse en expliciete frames*

Om dit te kunnen doen zijn beide methoden gebruikt in dit onderzoek. Een handmatige inhoudsanalyse is gebruikt om de expliciete frames in de berichtgeving over stakingen te onderzoeken. Hierbij is er gebruik gemaakt van de door Semetko en Valkenburg (2000) geïdentificeerde frames. Het overnemen van (zowel expliciete als impliciete) frames uit *information subsidies* door media wordt ook wel *frame building* genoemd (Hänggli, 2011a, p. 2; Scheufele, 1999, p. 115).

Volgens Semetko en Valkenburg (2000) zijn er vijf expliciete frames te onderscheiden die veelvuldig in nieuwsberichten voorkomen (p. 95). De vijf geïdentificeerde frames leggen de nadruk op bepaalde thema's in de mediaberichtgeving. Het eerste frame dat te onderscheiden valt is het *conflict frame*. Het *conflict frame* legt de nadruk op het *issue* als een verschil van mening en een conflict tussen individuen, groepen en organisaties (Neuman, Just & Crigler, 1992, 61-62). Het tweede frame, het *human interest frame* geeft een menselijk gezicht aan een *issue* of komt met een emotionele presentatie van het *issue* (Neuman, Just & Crigler, 1992). Het *social responsibility frame* legt de focus op de toewijzing van de verantwoordelijkheid voor de oorzaak en het oplossen van het *issue* aan een individu, een groep, de overheid of een organisatie (Neuman, Just & Crigler, 1992). Het *morality frame* plaatst het *issue* in de context van religieuze gebruiken of morele voorschriften (Neuman, Just & Crigler, 1992). Het laatste frame, het *economic consequences frame* legt de nadruk op de economische gevolgen van het *issue* voor individuen, groepen, organisaties, gebieden en landen (Neuman, Just & Crigler, 1992). Zoals Shoemaker en Reese (1996) eerder al vaststelden is de keuze voor het gebruik van een bepaald expliciet frame in een communicatieve uiting afhankelijk van het gezichtspunt van de maker van de communicatieve uiting (p. 169).

De door Semetko en Valkenburg (2000) geïdentificeerde frames zijn gebruikt om te toetsen in hoeverre vakbonden met hun persberichten in staat zijn om de in mediaberichtgeving gebruikte frames te beïnvloeden en daardoor aan *frame building* te doen. Eerder onderzoek van Meijer en Kleinnijenhuis (2006) heeft laten zien dat beïnvloeding van de mediaberichtgeving kan leiden tot een tweede orde *agenda setting* effect bij het publiek (p. 544). Bij een tweede orde *agenda setting* effect neemt het publiek aspecten uit de mediaberichtgeving over een organisatie over om deze organisatie aan de hand van deze aspecten te beschrijven (De Vreese, 2004, p. 45; Hallahan, 1999, p. 213; Meijer & Kleinnijenhuis, 2006, p. 544). Volgens Hallahan (1999) en Knight (1999) kunnen organisaties hierdoor frames gebruiken om invloed uit te oefenen op de publieke opinie, door bepaalde aspecten van een *issue* meer onder de aandacht te brengen dan andere (Knight, 1999, p. 382). Mogelijk kunnen vakbonden hierdoor invloed uitoefenen op het beeld dat het publiek heeft van een conflict en de organisatie die er bij betrokken is. Uit het onderzoek van Hänggli (2011b) kwam naar voren dat *frame building* vooral plaatsvindt wanneer de actor die informatie aan media aanlevert wordt gezien als machtig en nieuwswaardig (p. 4). Tevens vonden Kiousis, Mitrook, Wu en Seltzer (2006) en Wirth et al. (2010) dat de prominentie van een frame in *information subsidies* een positief verband heeft met de prominentie van het frame in mediaberichten. Dit betekent dat hoe sterker een frame aanwezig is in de aangeboden informatie, hoe sterker het frame aanwezig is in de mediaberichtgeving.

De resultaten van deze onderzoeken op het gebied van politieke communicatie kunnen toegepast worden op het gebied van *corporate communication* omdat zowel in *corporate communication* als in de politieke communicatie organisaties actief zijn, die via media, boodschappen verspreiden. Voor vakbonden zou dit betekenen dat hun invloed op de mediaberichtgeving afhangt van de mate waarin zij door media als nieuwswaardig en machtig gezien worden. Dit zou ook betekenen dat een sterke aanwezigheid van een frame in een persbericht leidt tot een sterke aanwezigheid van hetzelfde frame in een krantenbericht. Uit onderzoek van Kiousis, Mitrook, Wu en Seltzer (2006), Wirth et al. (2010) en Hänggli (2011b) kwam ditzelfde naar voren. Dit betekent dat hoe vaker de expliciete frames in de persberichten van vakbonden aanwezig zijn, hoe vaker deze invalshoeken overgenomen zouden moeten worden in de krantenberichten. Om dit te onderzoeken is de volgende hypothese onderzocht:

H1: Het *conflict frame* (a), het *human interest frame* (b), het *social responsibility frame* (c), het *morality frame* (d) en het *economic consequences frame* (e) worden

vaker overgenomen in krantenberichten als zij vaker voorkomen in de persberichten van vakbonden.

Uit het onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000) kwam naar voren dat het *social responsibility frame* het sterkst aanwezig was in een onderzoek naar de berichtgeving over sociale problemen. Aangezien aan een staking ook een sociaal probleem ten grondslag ligt (mogelijk banenverlies, slechte arbeidsomstandigheden, etc.) valt te verwachten dat de verantwoordelijkheid voor het oplossen hiervan door de vakbonden neergelegd wordt bij de werkgever. Daarom werd verwacht dat in de persberichten van de vakbonden het *social responsibility frame* het sterkst aanwezig is van de expliciete frames. Omdat er bij een staking onenigheid is tussen één of meerdere partijen werd ook verwacht dat het *conflict frame* vaker aanwezig was in de persberichten dan het *economic consequences frame*, het *human interest frame* en het *morality frame*. Om dit te onderzoeken is de volgende hypothese getoetst:

H2: Het *social responsibility frame* (a) en het *conflict frame* (b) zijn in de persberichten van de vakbonden vaker aanwezig dan het *economic consequences frame*, het *human interest frame* en het *morality frame*.

Volgens Galtung en Ruge (1965), Hall, Critcher, Jefferson, Clarke en Roberts (1978) en Peterson (1979) heeft een gebeurtenis meer nieuwswaarde wanneer deze negatief van aard is, dramatisch is of wanneer deze tegenstrijdigheden bevat. Volgens Galtung en Ruge (1965) is de reden hiervan dat over negatief nieuws snel overeenstemming ontstaat dat een gebeurtenis slecht is (p. 69). Hierdoor valt te verwachten dat frames die negativiteit onder de aandacht brengen vaker voorkomen in krantenberichten dan frames die positief zijn. Verwacht werd dat het *conflict frame*, het *social responsibility frame* en het *human interest frame* vaker aanwezig zouden zijn in de krantenberichten. Dit werd verwacht omdat deze frames de nadruk leggen op de dramatische en negatieve aspecten van stakingen. Om dit te onderzoeken is de volgende hypothese getoetst:

H3: Het *social responsibility frame* (a), het *conflict frame* (b) en het *human interest frame* (c) zijn vaker aanwezig in de krantenberichten dan het *economic consequences frame* en het *morality frame*.

### *Populaire en kwaliteitskranten*

Volgens Bakker en Scholten (2009, p. 19) en Meijer (2001, p. 190) valt er tussen kranten een onderscheid te maken tussen populaire kranten en kwaliteitskranten. Volgens deze onderzoekers zijn populaire kranten meer gericht op amusement dan kwaliteitskranten. Bakker en Scholten (2009) stellen dat kranten die relatief veel informatie bieden en weinig amusement als kwaliteitskrant gezien worden. Dit verschil in de inhoud van kranten wordt volgens Bakker en Scholten (2009) veroorzaakt door de samenstelling van het lezerspubliek van de kranten. Zo vormen de lezers van De Telegraaf een dwarsdoorsnede van de Nederlandse bevolking, terwijl onder lezers van de Volkskrant de hogere inkomens- en opleidingscategorieën oververtegenwoordigd zijn (p. 19). Als gevolg van de verschillende lezerspublieken hanteren populaire en kwaliteitskranten andere nieuwswaarden (Galtung & Ruge, 1965). Verwacht werd dat het verschil in nieuwswaarden tot uiting zou komen in het gebruik van expliciete frames in de kranten.

Volgens Dahlgren en Sparks (1992) en Van Lier (2004, p. 2) zijn populaire kranten meer op sensatie gericht dan kwaliteitskranten. Van Lier (2004, p. 2.) en Meijer (2001, p. 190) stellen dat populaire kranten dit doen door meer in te spelen op emoties, door sfeermakend taalgebruik en door nieuws dat het grootste schokeffect teweegbrengt aandacht te geven. Verder stellen Manssens en Walgrave (1998) dat populaire kranten zich meer op verhalen richten die op *human interest* gericht zijn dan kwaliteitskranten (p. 9). Dit zou betekenen dat populaire kranten in hun berichtgeving vaker gebruik maken van het *conflict frame*, het *human interest frame* en het *social responsibility frame* van Semetko en Valkenburg (2000) dan kwaliteitskranten. Populaire kranten zouden deze frames dan inzetten om door middel van op sensatiegerichte berichtgeving lezers te trekken (Manssens & Walgrave, 1998, 21). Om dit te onderzoeken is het soort krant (kwaliteit of populair) opgenomen als een moderator in dit onderzoek (Baron & Kenny, 1986). Hiermee is getoetst of het soort krant van invloed is op de relatie tussen de expliciete frames in de persberichten van de vakbonden en de expliciete frames in de mediaberichtgeving. Dit is getoetst aan de hand van de volgende hypothese:

H4: Het *conflict frame* (a), *human interest frame* (b) en het *social responsibility frame* (c) zijn vaker aanwezig in populaire kranten dan in kwaliteitskranten.

### *Culturele verschillen*

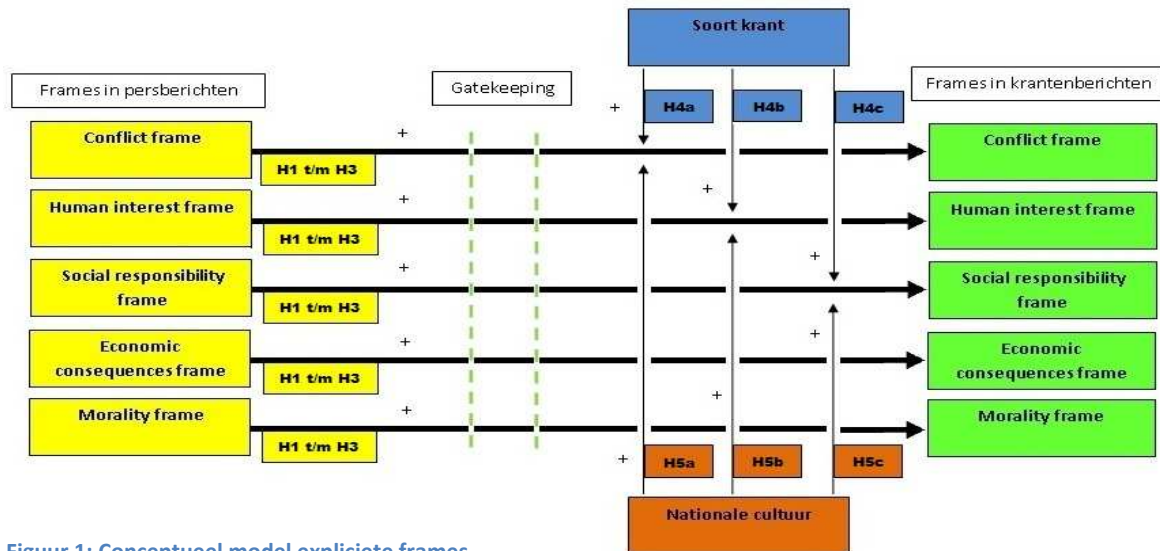
Verder werd verwacht dat als gevolg van cultuurverschillen tussen landen er verschillen zouden zijn in de wijze waarop media rapporteren over stakingen. Verwacht werd dat er als gevolg van een cultuurverschil tussen landen op de nationale cultuurdimensie masculiniteit van Geert Hofstede een verschil gevonden zou worden in de aanwezigheid van expliciete frames in de berichtgeving over stakingen (Hofstede, z.d; Hofstede, 1998). Daarom zijn in dit onderzoek stakingen in Nederland en het Verenigd Koninkrijk met elkaar vergeleken. Beide landen verschillen sterk van elkaar ten aanzien van de nationale cultuurdimensie masculiniteit en in beide landen hebben recentelijk grote stakingen plaatsgevonden. De nationale cultuur in het Verenigd Koninkrijk is vooral *masculine* van aard en de Nederlandse samenleving is sterk *feminine* van aard. Als gevolg hiervan zijn de cultuur en media in het Verenigd Koninkrijk meer gericht op competitie dan in Nederland. Hierdoor zouden de nieuwswaarden negativiteit, conflict en competitie meer van belang zijn voor de Britse media en Britse publiek (Galtung & Ruge, 1965).

Daarom werd verwacht dat in de Britse kranten het *conflict frame*, het *human interest frame* en het *social responsibility frame* vaker aanwezig zouden zijn dan in Nederlandse kranten. Wanneer deze frames vaker aanwezig zijn in Britse kranten blijkt hieruit dat de nationale cultuur van een land van invloed is op het gebruik van expliciete frames in de berichtgeving over stakingen. Nationale cultuur zou hierdoor gebruikt kunnen worden om verschillen in frame gebruik door media te verklaren. Verwacht werd dat hierdoor ook verklaard kon worden waarom De Vreese (2005) in zijn onderzoek naar de introductie van de Euro vond dat het *conflict frame* meer voorkwam in Britse mediaberichtgeving, dan in Nederlandse mediaberichtgeving. Tevens werd verwacht dat hierdoor verklaard kon worden waarom De Vreese (2005) vond dat het *economic consequences frame* vaker aanwezig was in Nederlandse mediaberichtgeving over de introductie van de Euro dan in Britse mediaberichtgeving. Om dit te toetsen en een bijdrage te leveren aan het crosscultureel onderzoek naar het gebruik van expliciete frames is de volgende hypothese onderzocht:

H5: Het *conflict frame* (a), *human interest frame* (b) en het *social responsibility frame* (c) zijn vaker aanwezig in Britse kranten dan in Nederlandse kranten.

### Conceptueel model expliciete frames

Op basis van de eerder genoemde hypothesen en het *process model of framing research* van Scheufele (1999) is het volgende conceptueel model gebruikt om de aanwezigheid van expliciete frames in de berichtgeving over stakingen te onderzoeken (p. 115):



Figuur 1: Conceptueel model expliciete frames

### Automated content analysis en impliciete frames

Om de impliciete frames in de berichtgeving over stakingen zichtbaar te maken is een *computer assisted* inhoudsanalyse uitgevoerd. Tevens is deze methode gebruikt zodat een vergelijking gemaakt kon worden tussen de handmatige (*hermeneutic approach*) en de geautomatiseerde methode voor inhoudsanalyse (Boeije, 't Hart, & Hox, 2009, p. 275; Matthes & Kohring, 2008). Dit maakte het mogelijk om naast de expliciete ook de impliciete frames in de berichtgeving over stakingen te onderzoeken. Op basis van Hellsten et al. en Vlieger en Leydesdorff (2010) werd verwacht dat de geautomatiseerde inhoudsanalyse latente invalshoeken in de berichtgeving over stakingen zichtbaar zou maken.

Verwacht werd dat deze frames, ten opzichte van de expliciete frames, aanvullende context zouden bevatten die de lezers moet helpen bij het begrijpen van de berichtgeving over stakingen. Van de geautomatiseerde methode voor inhoudsanalyse werd verwacht dat deze andere frames op zou leveren dan de handmatige inhoudsanalyse, aangezien de handmatige inhoudsanalyse zich richtte op het vinden van vijf expliciet in de tekst aanwezige frames. Gezien de rol van de vakbeweging om werknemers tijdens stakingen te vertegenwoordigen, werd verwacht dat deze rol tot uitdrukking zou komen in een vertegenwoordigingsframe (Lucio, 2012, p. 38; Radebe, 2011, p. 111). Ook werd verwacht dat de arbeidsomstandigheden

en de arbeidsvoorwaarden van werknemers naar voren zouden komen in een werkomstandigheden frame (Radebe, 2011, p. 111). Dit werd verwacht omdat de vakbonden opkomen voor de belangen van werknemers en omdat stakingen er op gericht zijn de arbeidsvoorwaarden en/of de arbeidsomstandigheden van werknemers te verbeteren. Om dit te onderzoeken zijn de volgende hypothesen onderzocht:

H6: In zowel de persberichten van de vakbonden als in de berichtgeving van kranten is er een ‘vertegenwoordigingsframe’ aanwezig.

H7: Het ‘werkomstandigheden frame’ is zowel in de persberichten van vakbonden als in de krantenberichten aanwezig.

Verder is met een onderzoeksvraag exploratief verkend of er nog andere impliciete frames aanwezig zijn in de berichtgeving over stakingen. Hiervoor is gekozen omdat er, voor zover bekend, weinig onderzoek is gedaan naar frames in de berichtgeving over stakingen. Om hieraan een bijdrage te leveren is de volgende onderzoeksvraag onderzocht:

RQ: Welke impliciete frames kunnen geïdentificeerd worden in de berichtgeving over stakingen?

Ten slotte werd ten aanzien van de verschillen tussen de handmatige en de geautomatiseerde inhoudsanalyse verwacht dat de geautomatiseerde methode minder subjectieve in- en uitsluitingscriteria zou opleveren voor het coderen van woorden in teksten. Volgens Evans et al. kan deze methode een oplossing vormen voor de subjectiviteit van inhoudsanalyse voor woorden (p. 1009). Wester (2006) stelt echter dat *computer assisted* inhoudsanalyse het denkwerk van mensen niet over kan nemen. Het betrouwbaarheidsprobleem van inhoudsanalyse wordt volgens Wester (2006) slechts verplaatst (p. 250). De in- en uitsluitingscriteria mogen dan minder subjectief zijn, de interpretatie van de data blijft echter een taak voor onderzoekers. Op basis van deze observatie werd uit dit onderzoek hetzelfde verwacht. In de discussie is op basis van de ervaringen in dit onderzoek een kwalitatieve vergelijking tussen de handmatige en de geautomatiseerde methode gemaakt.



## Methode

Er is in dit onderzoek gebruik gemaakt van een handmatige inhoudsanalyse en een geautomatiseerde inhoudsanalyse om kwantitatieve data te analyseren. Door middel van de handmatige inhoudsanalyse zijn de expliciete frames in de berichtgeving over stakingen onderzocht. De *computer assisted* inhoudsanalyse is gebruikt om aanvullend inzicht te krijgen in het discours door de latente frames inzichtelijk te maken. Hierdoor is inzicht ontstaan in zowel de expliciete als de impliciete frames die gebruikt zijn in de berichtgeving.

### Steekproef

Om de eerder genoemde hypothesen te onderzoeken is er een vergelijking gemaakt tussen een steekproef van persberichten van vakbonden (n=186) en een steekproef van krantenberichten (n=357). In alle gevallen ging het hierbij om berichten over een situatie waarin een organisatie een conflict had met haar medewerkers en waarbij een vakbond optrad als vertegenwoordiger van het personeel. Er is voor gekozen om verschillende organisaties en kranten op te nemen in het onderzoek, zodat de generaliseerbaarheid van de resultaten onderzocht kon worden. De persberichten van de vakbonden zijn verzameld via de websites van de betreffende vakbonden. De krantenberichten zijn verzameld via de LexisNexis database (database van krantenberichten). In het onderzoek zijn de persberichten en krantenberichten onderzocht van twee grote stakingen. Hierbij zijn krantenberichten onderzocht over de stakingen van Nederlandse schoonmakers (die verschenen zijn tussen 1 april 2009 en 30 maart 2012) en de staking van het cabinepersoneel van British Airways (die verschenen zijn in de periode van 1 november 2009 tot en met 30 juni 2011). Er is voor gekozen om deze stakingen te gebruiken voor het onderzoek omdat beide conflicten gedurende langere tijd in de publiciteit waren. Hierdoor kon er voor het onderzoek gebruik gemaakt worden van een grotere hoeveelheid onderzoeksdata, dan wanneer het onderzoek uitgevoerd zou zijn bij stakingen die korter geduurd hebben. Voordeel hiervan is dat hierdoor de statistische kracht van de onderzoeksdata groter is.

Voor de stakingen van Nederlandse schoonmakers zijn de persberichten van FNV Bondgenoten (n=77), krantenberichten van de Volkskrant (n=50) en krantenberichten van De Telegraaf onderzocht (n=29). Voor FNV Bondgenoten is gekozen omdat deze vakbond de stakende schoonmakers vertegenwoordigde tijdens de stakingen. Krantenberichten uit De

Telegraaf en de Volkskrant zijn onderzocht, omdat beide media een grote oplage hebben. Tevens is voor deze kranten gekozen zodat de Volkskrant gebruikt kon worden als voorbeeld van een kwaliteitskrant en zodat De Telegraaf gebruikt kon worden als een voorbeeld van een populaire krant. Hierdoor kon een vergelijking tussen deze twee soorten kranten gemaakt worden (Bakker & Scholten, 2009; De Hond, 2006, p. 4; Van Amerongen, 1995). De krantenberichten van de Volkskrant en De Telegraaf zijn verzameld door in de LexisNexis database te zoeken op de zoekwoorden ‘schoonmakers’ en ‘staking’ (in de periode van 30 maart 2009 tot en met 30 maart 2012).

Voor de staking van het cabinepersoneel van British Airways zijn de persberichten van de website van de vakbond Unite (n=109), de krantenberichten van The Guardian (n=157) en de krantenberichten van de Daily Telegraph (N=121) onderzocht. Unite vertegenwoordigde het cabinepersoneel gedurende het conflict en was daarom geselecteerd voor het onderzoek. The Guardian en de Daily Telegraph zijn gekozen zodat, wederom, een vergelijking tussen kwaliteitskranten en populaire kranten gemaakt kon worden (Bakker & Scholten, 2009; “National ABCs: Daily...”, 2011). De krantenberichten van The Guardian en de Daily Telegraph zijn verzameld door in de LexisNexis database te zoeken op de zoekwoorden ‘British Airways’, ‘strike’ en ‘dispute’ (in de periode van 1 november 2009 tot en met 30 juni 2011).

### *Handmatige inhoudsanalyse*

De onderzoeksdata voor de expliciete frames zijn middels een handmatige inhoudsanalyse onderzocht. Hierbij zijn de persberichten en de krantenberichten gecodeerd aan de hand van een codeboek (Wester, 2006). Dit codeboek is opgesteld aan de hand van de classificering voor expliciete frames van Semetko en Valkenburg (2000). De classificering van Semetko en Valkenburg (2000) is gebruikt om de aanwezigheid van vijf frames te meten in de persberichten en de krantenberichten. Middels een factoranalyse (varimax rotatie) en een betrouwbaarheidsanalyse is de validiteit en betrouwbaarheid van de gebruikte operationalisering onderzocht (voor een overzicht van de gebruikte items en een overzicht van de uitkomsten van de factoranalyse en de betrouwbaarheidsanalyse zie pagina 50). De factoranalyse is gebruikt om te bepalen of de door Semetko en Valkenburg (2000) gebruikte items ook in dit onderzoek gebruikt konden worden om de expliciete frames valide te meten (Howitt & Cramer, 2007, p. 349). Met een factoranalyse (Wijnen, Jansens, De Pelsmacker en

Van Kenhove, 2002) wordt dit bepaald door vast te stellen welke items sterk met elkaar samenhangen en welke items weinig of niet met elkaar samenhangen (p. 297). De betrouwbaarheidsanalyse is gebruikt om de betrouwbaarheid van de gemeten expliciete frames vast te stellen. De betrouwbaarheidsanalyse stelt dit vast door de samenhang tussen de items die gebruikt zijn te analyseren (Howitt & Cramer, 2007, p. 430).

De onderzochte expliciete frames in de berichten zijn het *conflict frame* (eigenwaarde=1,253; verklaarde variantie=8,35%;  $\alpha=0,634$ ), het *social responsibility frame* (eigenwaarde=4,361; verklaarde variantie=29,07%;  $\alpha=0,828$ ), het *human interest frame* (eigenwaarde=1,745; verklaarde variantie=11,63%;  $\alpha=0,784$ ), het *morality frame* (eigenwaarde=1,467; verklaarde variantie=9,78%;  $\alpha=0,969$ ) en het *economic consequences frame* (eigenwaarde=2,357; verklaarde variantie=15,17%;  $\alpha=0,890$ ). Er is gekozen om gebruik te maken van deze frames en bijbehorende operationalisering (0=geheel afwezig; 1=sterk aanwezig) om een bijdrage te kunnen leveren aan de door Borah (2011) bepleitte ontwikkeling van generieke frames voor framingonderzoek (p. 256). Aan de hand van het codeboek (Wester, 2006) zijn ook andere relevante kenmerken van de onderzoekseenheden bepaald. Zo is wanneer het bericht een krantenbericht betrof gekeken uit welk medium het bericht kwam (Volkskrant, De Telegraaf, The Guardian of The Daily Telegraph), of het medium een populaire krant of een kwaliteitskrant is (0=kwaliteitskrant; 1=populaire krant) en wat de nationale cultuur van het land van vestiging van de mediaorganisatie is (0=Nederland; 1=Groot Brittanië). Wanneer het een persbericht betrof is bepaald van welke vakbond het persbericht afkomstig is (Unite of FNV Bondgenoten).

De betrouwbaarheid van de handmatig verzamelde data is vastgesteld door de intercodeurbetrouwbaarheid van de data te bepalen (Wester, 2006). Hiermee is de replicerbaarheid van de resultaten van het onderzoek onderzocht (Boeije, 't Hart & Hox, 2009, p. 296). De intercodeurbetrouwbaarheid is bepaald door tien procent ( $n=54$ ) van de persberichten ( $n=18$ ) en van de krantenberichten ( $n=36$ ) dubbel te laten coderen door een andere codeur. Als criterium is hierbij gehanteerd dat de intercodeurbetrouwbaarheid voldoende is bij een percentage overeenstemming tussen de codeurs van 70 procent of hoger (Lombard, Snyder-Duch & Bracken, 2002, p. 593). Gemiddeld werd een percentage overeenstemming van 79,19 procent gevonden. Op basis hiervan is de data voldoende betrouwbaar bevonden (op pagina 51 is een volledige lijst te vinden met de intercodeurbetrouwbaarheid van de onderzochte variabelen). Nadat de betrouwbaarheid van

de handmatig verzamelde data vastgesteld was is de data geanalyseerd. Om de data te analyseren zijn er T-toetsen en regressieanalyses uitgevoerd. Met behulp van deze analyses zijn de hypothesen één tot en met vijf onderzocht.

### **Computer assisted inhoudsanalyse**

Voor het onderzoeken van de impliciete frames is een *computer assisted* inhoudsanalyse uitgevoerd. Door middel van de geautomatiseerde inhoudsanalyse zijn dezelfde persberichten en krantenberichten als bij de handmatige inhoudsanalyse onderzocht op de aanwezigheid van impliciete frames. Bij de uitvoering van de geautomatiseerde analyse is de door Vlieger en Leydesdorff (2010) beschreven procedure gevolgd. Volgens de procedure van Vlieger en Leydesdorff (2010) worden met een programma *word occurrence* (woordfrequentie) matrixen gegenereerd van het aantal woorden in een serie berichten. In deze frequentiematrixen zijn de 100 woorden opgenomen die het vaakst voorkomen in de berichten (p. 4). Met behulp van het *frequency list* en het *full text* programma van Vlieger en Leydesdorff (2010) zijn frequentiematrixen gemaakt. Dit leverde een databestand op met woordfrequenties dat geanalyseerd kon worden met SPSS, zodat op basis van deze data de impliciete frames gehaald konden worden uit de persberichten van de vakbonden en de krantenberichten (p. 9). De validiteit van de impliciete frames is vervolgens onderzocht door een factoranalyse uit te voeren. Op basis van deze factoranalyse (varimax rotatie) is vastgesteld welke woorden bij elkaar horen en welke impliciete frames hier bij horen (p. 9). Tevens is een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd om de betrouwbaarheid van de gevonden impliciete frames (de factoren) te beoordelen.

Hierna is het Pajek programma gebruikt om de *word occurrence* matrixen te visualiseren (p. 12). Dit is gedaan door het Pajek programma *semantic maps* te laten genereren met daarin weergegeven de netwerken van de woorden die het meest frequent met elkaar voorkomen in de berichtgeving. De factoranalyse is gebruikt om de *semantic maps* aan te passen aan de in SPSS gevonden factoren (p. 14). Ten slotte zijn de *semantic maps* die hier uit voortkwamen gebruikt om de verschillende impliciete frames in de berichtgeving over stakingen te identificeren (p. 16). Om de overdracht van impliciete frames tussen persberichten en krantenberichten te onderzoeken zijn regressieanalyses uitgevoerd. Een vergelijking tussen de staking bij British Airways en de staking van de schoonmakers is gemaakt door een kwalitatieve vergelijking te maken tussen de stakingen.

## Resultaten

### *Expliciete frames*

Uit de handmatige inhoudsanalyse kwam naar voren dat er alleen een positief verband gevonden is voor het overnemen van het *economic consequences frame* door kranten ( $\beta=0,119$ ;  $t=2,797$ ;  $p<0,001$ ). Dit betekent dat alleen de financieel-economische invalshoek uit de persberichten van vakbonden overgenomen is in de krantenberichtgeving over stakingen. Uit een serie enkelvoudige regressieanalyses kwam naar voren dat voor het *human interest frame* ( $\beta= -0,186$ ;  $t= -4,402$ ;  $p<0,001$ ), *social responsibility frame* ( $\beta= -0,312$ ;  $t= -7,649$ ;  $p<0,001$ ), *conflict frame* ( $\beta= -0,123$ ;  $t= -2,881$ ;  $p<0,01$ ) en het *morality frame* ( $\beta= -0,145$ ;  $t= -3,149$ ;  $p<0,01$ ) er juist sprake is van een negatief verband tussen de gebruikte invalshoek in persberichten en in krantenberichten (een overzicht van de gebruikte regressiemodellen is te vinden op pagina 53). De menselijke invalshoek (*human interest frame*), de sociale verantwoordelijkheid invalshoek (*social responsibility frame*), de conflict invalshoek (*conflict frame*) en de morele invalshoek (*morality frame*) bleken niet overgenomen te worden uit de persberichten van vakbonden.

Dit resultaat is tegenstrijdig met eerder onderzoek van onder andere Kiousis et al. (2006), waarbij er een positief verband gevonden werd tussen de invalshoek in persberichten van politici en de invalshoek in mediaberichtgeving (p. 276-277). Dit kan mogelijk verklaard worden aan de hand van de nieuwswaarden van kranten. Mogelijk nemen kranten de financieel-economische invalshoek eerder over in plaats van de andere invalshoeken, omdat zij de economische gevolgen van een staking nieuwswaardiger vinden voor hun lezers dan de andere invalshoeken. De meeste lezers van kranten zullen niet direct betrokken zijn bij de stakingen. Waarschijnlijk hebben de kranten daarom de voorkeur om de financieel-economische invalshoek over te nemen in plaats van de andere invalshoeken. Een andere verklaring voor dit resultaat zou de positie kunnen zijn die de vakbeweging heeft in de samenleving. Mogelijk hechten kranten meer waarde aan de persberichten van organisaties dan aan de persberichten van vakbonden. Daardoor zouden vakbonden beperkte invloed hebben op het gebruik van expliciete frames in mediaberichtgeving. Dit wordt ondersteund door de regressiemodellen, aangezien deze gemiddeld slechts 3,58 procent van de variantie verklaren van de gebruikte frames. Op basis van deze uitkomsten zijn hypothese 1a tot en met 1d verworpen. Alleen hypothese 1e is aangenomen. Van de expliciete frames van Semetko en

Valkenburg (2000) bleek alleen het *economic consequences frame*, dat verwijst naar de financieel-economische gevolgen van stakingen, door kranten overgenomen te worden (H1e).

### Focus in de persberichten op onenigheid en verantwoordelijkheid toewijzing

De vakbonden bleken in hun persberichten (n=186) vooral de nadruk te leggen op de stakingen als een onenigheid tussen (meerdere) partijen en op het toewijzen van de verantwoordelijkheid voor het veroorzaken van de stakingen aan organisaties en andere betrokken actoren. Dit bleek uit de handmatige inhoudsanalyse doordat de sociale verantwoordelijkheid invalshoek (M=0,629; SD=0,331) en de conflict invalshoek (M=0,973; SD=0,124) gemiddeld het vaakst aanwezig zijn van de expliciete frames. De sociale verantwoordelijkheid invalshoek bleek significant vaker aanwezig te zijn dan de financieel-economische invalshoek (t=10,498; df=185; p<0,001), de morele invalshoek (t=5,756; df=185; p<0,001) en de menselijke invalshoek (t=7,826; df=185; p<0,001). De conflict invalshoek bleek van de expliciete frames het vaakst aanwezig te zijn in de persberichten, significant vaker dan de sociale verantwoordelijkheid invalshoek (t=15,001; df=185; p<0,001), de menselijke invalshoek (t=20,769; df=185; p<0,001), de morele invalshoek (t=15,053; df=185; p<0,001) en de financieel-economische invalshoek (t=24,762; df=185; p<0,001). Omdat de sociale verantwoordelijkheid invalshoek en de conflict invalshoek significant vaker aanwezig zijn in de persberichten dan de andere expliciete frames zijn hypothese 2a en 2b volledig bevestigd. De vakbonden bleken vooral de nadruk te leggen op de stakingen als een conflict (H2b) en de verantwoordelijkheid voor het conflict aan de betrokken actoren toe te schrijven (H2a).

### Focus in de krantenberichten minder op de menselijke invalshoek

De kranten (n=357) bleken ook voornamelijk de stakingen te belichten als een onenigheid tussen (meerdere) partijen en de verantwoordelijkheid voor de stakingen toe te wijzen aan bij de stakingen betrokken actoren. Uit de resultaten blijkt dat de kranten voornamelijk de sociale verantwoordelijkheid invalshoek (M=0,368; SD=0,395) en de conflict invalshoek (M=0,920; SD=0,233) gebruikt hebben om berichtgeving over stakingen nieuwswaardig te maken, door in te spelen op de nieuwswaarde negativiteit van Galtung en Ruge (1965). In tegenstelling tot de verwachtingen werd de menselijke invalshoek (M=0,281; SD=0,332) veel minder gebruikt dan de meeste andere expliciete frames. Doordat de menselijke invalshoek minder vaak

aanwezig was dan de meeste andere expliciete frames hebben de kranten minder de menselijke kant van de stakingen benadrukt. Dat de menselijke invalshoek minder vaak gebruikt is door de kranten kan mogelijk verklaard worden doordat over beweringen die vanuit het *human interest frame* gedaan worden waarschijnlijk minder snel overeenstemming bereikt kan worden dat deze negatief zijn. Volgens Galtung en Ruge (1965) bevordert dergelijke overeenstemming de acceptatie van de berichtgeving als nieuwswaardig nieuws (p. 69). Mogelijk wordt door krantenredacties de menselijke invalshoek als subjectiever ervaren dan de andere invalshoeken, omdat de persoonlijke impact van stakingen op de betrokkenen en het menselijk gezicht van stakingen aan perceptie onderhevig zijn. Hierdoor kan over de menselijke invalshoek waarschijnlijk minder snel overeenstemming ontstaan of het voldoet aan de nieuwswaarde negativiteit, waardoor de invalshoek (het frame) minder vaak gebruikt wordt in de krantenberichtgeving over stakingen. De conflict invalshoek bleek het vaakst en significant vaker voor te komen in de krantenberichten dan de sociale verantwoordelijkheid invalshoek ( $t=26,397$ ;  $df=356$ ;  $p<0,001$ ), de menselijke invalshoek ( $t=34,223$ ;  $df=356$ ;  $p<0,001$ ), de morele invalshoek ( $t=24,680$ ;  $df=356$ ;  $p<0,001$ ) en de financieel-economische invalshoek ( $t=24,003$ ;  $df=356$ ;  $p<0,001$ ). De sociale verantwoordelijkheid invalshoek bleek vaker in de krantenberichtgeving aanwezig te zijn dan de morele invalshoek ( $t=2,271$ ;  $df=356$ ;  $p<0,05$ ) en de menselijke invalshoek ( $t=3,999$ ;  $df=356$ ;  $p<0,001$ ). De menselijke invalshoek bleek afgezien van de morele invalshoek ( $t= -0,620$ ;  $df=356$ ; niet significant) minder vaak aanwezig te zijn dan de andere expliciete frames. Op basis van deze uitkomsten zijn hypothese 3a en 3b aangenomen, maar is hypothese 3c verworpen. Kranten maakten in hun berichtgeving gebruik van de conflict invalshoek (H3b) en de sociale verantwoordelijkheid invalshoek (H3a), maar minder van de menselijke invalshoek (H3c).

#### Populaire kranten roepen sensatie op met het *human interest frame*

Er bleken tussen de populaire ( $n=150$ ) en de kwaliteitskranten ( $n=207$ ) alleen verschillen te zijn in het gebruik van de financieel-economische invalshoek en de menselijke invalshoek. In tegenstelling tot de verwachtingen maakten populaire kranten minder vaak gebruik van de conflict invalshoek ( $t=0,012$ ;  $df=355$ ; Niet significant) en de sociale verantwoordelijkheid invalshoek ( $t= -0,067$ ;  $df=355$ ; Niet significant) dan kwaliteitskranten. Verwacht werd dat de populaire kranten deze invalshoeken vaker zouden gebruiken dan de kwaliteitskranten om met op sensatiegerichte berichtgeving lezers te trekken. Populaire kranten ( $M=0,330$ ;  $SD=0,346$ ) bleken echter wel significant ( $t= -2,329$ ;  $df=304,122$ ;  $p<0,05$ ) vaker gebruik te maken van de menselijke invalshoek dan kwaliteitskranten ( $M=0,246$ ;  $SD=0,317$ ). Dat de menselijke

invalshoek vaker werd gebruikt in populaire kranten werd verwacht, omdat verwacht werd dat populaire kranten hiermee sensatie wilden oproepen. Dat de conflict invalshoek en de sociale verantwoordelijkheid invalshoek minder gebruikt werden door de populaire kranten dan de kwaliteitskranten zou verklaard kunnen worden wanneer de krantenredacties van populaire kranten deze frames minder zouden associëren met sensatie. Waarschijnlijk associëren de populaire kranten de menselijke invalshoek meer met berichtgeving die gebruikt kan worden om sensatie op te roepen, omdat met deze invalshoek emoties over de menselijke impact van stakingen opgeroepen worden. Tevens gebruikten de populaire kranten ( $M=0,420$ ;  $SD=0,454$ ) significant vaker de financieel-economische invalshoek ( $t= -2,679$ ;  $df=300,777$ ;  $p<0,01$ ) dan de kwaliteitskranten ( $M=0,297$ ;  $SD=0,409$ ). Dit zou ook verklaard kunnen worden wanneer de populaire kranten de financiële en economische impact van stakingen zouden associëren met sensatie in krantenberichten. Op basis van deze resultaten zijn hypothese 4a en 4c verworpen en is hypothese 4b aangenomen. De populaire kranten (De Telegraaf en de Daily Telegraph) bleken alleen te verschillen van de kwaliteitskranten (De Volkskrant en The Guardian) doordat de populaire kranten meer gebruik maakten van de menselijke invalshoek (H4b) en de financieel-economische invalshoek voor de berichtgeving over stakingen. De populaire kranten bleken de conflict invalshoek (H4a) en de sociale verantwoordelijkheid invalshoek (H4c) niet te gebruiken om sensatie op te wekken bij hun lezers. Kwaliteitskranten bleken juist meer gebruik te maken van deze invalshoeken.

#### Crossculturele verschillen spelen een beperkte rol

Crossculturele verschillen tussen de Nederlandse en de Britse cultuur bleken slechts een beperkte rol te spelen in het frame gebruik in de krantenberichtgeving over stakingen. Op basis van de nationale cultuurdimensie masculiniteit van Geert Hofstede (Hofstede, z.d; Hofstede, 1998) werd verwacht dat de nieuwswaarden negativiteit, conflict en competitie meer van belang zouden zijn voor Britse kranten ( $n=278$ ) dan voor Nederlandse kranten ( $n=79$ ). Voor het gebruik van expliciete frames werd daarom verwacht dat de conflict invalshoek, de menselijke invalshoek en de sociale verantwoordelijkheid invalshoek vaker voor zouden komen in de Britse kranten dan in de Nederlandse kranten.

In tegenstelling tot de verwachtingen bleek dit niet het geval te zijn. De conflict invalshoek ( $t= -1,389$ ;  $df=116,50$ ; Niet significant), de menselijke invalshoek ( $t= -1,094$ ;  $df=157,966$ ; Niet significant) en de sociale verantwoordelijkheid invalshoek ( $t= -0,193$ ;  $df=355$ ; Niet significant) kwamen gemiddeld niet vaker voor in de Britse kranten. Ondanks dat de



aanwezigheid van de sociale verantwoordelijkheid invalshoek niet significant verschilde tussen de Nederlandse en de Britse kranten bleken de Britse kranten wel de sociale verantwoordelijkheid invalshoek vaker over te nemen uit de persberichten van vakbonden ( $\beta=0,469$ ;  $t=5,222$ ;  $p<0,001$ ) dan de Nederlandse kranten. Ook bleken Nederlandse kranten de menselijke invalshoek vaker over te nemen uit de persberichten dan Britse kranten ( $\beta=0,355$ ;  $t=3,739$ ;  $p<0,001$ ). Hieruit blijkt dat *frame building* vaker plaatsvindt voor de sociale verantwoordelijkheid invalshoek bij de Britse kranten en dat *frame building* van de menselijke invalshoek vaker plaatsvindt bij Nederlandse kranten.

De Britse en de Nederlandse kranten verschilden ook van elkaar in de aanwezigheid van de financieel-economische invalshoek. De financieel-economische invalshoek was vaker aanwezig in de Britse kranten ( $M=0,398$ ;  $SD=0,452$ ) dan in de Nederlandse kranten ( $M=0,168$ ;  $SD=0,291$ ). Tevens bleek de morele invalshoek op haar beurt weer vaker voor te komen in de Nederlandse kranten ( $M=0,468$ ;  $SD=0,482$ ) dan in de Britse kranten ( $M=0,251$ ;  $SD=0,432$ ). Uit de resultaten valt op te maken dat de nationale cultuurdimensie masculiniteit van Geert Hofstede beperkte invloed heeft op het gebruik van expliciete frames wanneer Britse en Nederlandse kranten met elkaar vergeleken worden. Ondanks dat de sociale verantwoordelijkheid invalshoek en de menselijke invalshoek niet vaker voorkwamen in de Britse kranten bleken Nederlandse en Britse kranten wel van elkaar te verschillen in de mate waarin zij deze frames overnemen uit de persberichten van vakbonden.

Dit zou verklaard kunnen worden door een verschil in de nieuwswaarden die Britse en Nederlandse kranten hanteren. Mogelijk hechten de Nederlandse kranten meer waarde aan de menselijke invalshoek in de persberichten van vakbonden en de Britse kranten meer waarde aan de sociale verantwoordelijkheid invalshoek in de persberichten van vakbonden. Hypotheses 5a tot en met 5c zijn op basis van deze uitkomsten verworpen. Britse kranten bleken niet meer op sensatie gericht te zijn in hun berichtgeving over stakingen dan Nederlandse kranten. Britse kranten maakten niet vaker gebruik van de menselijke invalshoek (H5b), de conflict invalshoek (H5a) en de sociale verantwoordelijkheid invalshoek (H5c). De Britse kranten maakten echter wel vaker gebruik van de financieel-economische invalshoek dan de Nederlandse kranten. De Nederlandse kranten maakten op hun beurt weer vaker gebruik van de morele invalshoek.

### *Impliciete frames*

Uit de *computer assisted* inhoudsanalyse kwam naar voren dat er in de berichtgeving over de stakingen bij British Airways (n=387) en van Nederlandse schoonmakers (n=156) zes impliciete frames te vinden zijn. De gevonden impliciete frames bleken in de berichtgeving over beide stakingen zowel in de persberichten als in de krantenberichten aanwezig te zijn en bieden ten opzichte van de expliciete frames aanvullende, latente interpretaties aan de lezers aan. Deze latente frames zijn onderscheiden als het vertegenwoordigingsframe, het maatschappelijke bezorgdheidsframe, het sector- en dienstverleningsframe, het relationele frame, het werkomstandigheden frame en het bedrijfskundig frame. Dit wordt ondersteund door de uitgevoerde factoranalyses (met varimax rotatie) en betrouwbaarheidsanalyses. De gevonden impliciete frames bleken betrouwbaar en valide gemeten te zijn, aangezien er zes factoren gevonden zijn met een redelijk goede tot goede betrouwbaarheid (op pagina 52 is een overzicht te vinden van de uitkomsten van de factoranalyses en de betrouwbaarheidsanalyses). In zowel de persberichten als de krantenberichten bleek een vertegenwoordigingsframe (H6) als een werkomstandigheden frame (H7) aanwezig te zijn. Op basis hiervan zijn hypothese 6 en 7 bevestigd. Dit betekent dat in zowel de persberichten als in de krantenberichten de invalshoek gebruikt is dat de vakbonden een rol hebben waarin zij medewerkers vertegenwoordigen tijdens een staking en dat een invalshoek is gebruikt waarbij de werkomstandigheden van werknemers onder de aandacht gebracht worden.

### De impliciete frames vullen de expliciete frames aan

Volgens Hellsten et al. (2010) is er sprake van een analytisch verschil tussen expliciete en impliciete frames, waardoor deze twee soorten invalshoeken van elkaar onderscheiden kunnen worden (p. 5). Uit een kwalitatieve beschouwing van de impliciete frames die gevonden zijn in de berichtgeving over stakingen kwam ditzelfde analytische verschil naar voren. Zo verschillen de gevonden impliciete frames inhoudelijk van de door Semetko en Valkenburg (2000) beschreven expliciete frames door aanvullende context te bieden. Wel zijn er enige overeenkomsten te vinden tussen het *economic consequences frame* en het bedrijfskundig frame en tussen het *conflict frame* en het relationeel frame. Het bedrijfskundig frame en het relationeel frame zijn echter meer omvattend dan het *economic consequences frame* en het *conflict frame*. Zo richt het bedrijfskundig frame zich niet alleen op de financieel-economische gevolgen van stakingen, maar ook op de personele en organisatorische gevolgen van een staking. Het relationeel frame is ook meer omvattend, doordat deze invalshoek zich richt op de onderlinge relaties tussen actoren, ongeacht of er hierbij sprake is van een conflict

tussen de actoren. Het relationeel frame richt zich op het beschrijven van de relaties en onderlinge verhoudingen tussen de actoren die betrokken zijn bij een staking. Hierdoor kunnen expliciete en impliciete frames gezien worden als twee verschillende theoretische concepten. Dit werd al verwacht omdat volgens Vlieger en Leydesdorff (2011) impliciete frames latente interpretaties aanbieden door het gebruik van verschillende woordcombinaties in teksten (p. 30). De Pajek methode heeft laten zien dat deze latente interpretaties, die niet zichtbaar zijn wanneer gekeken wordt naar de expliciete frames in teksten, zichtbaar gemaakt kunnen worden door middel van *semantic maps*. Hierdoor werden impliciete interpretaties over de rol van de vakbeweging bij stakingen, de kenmerken van de sectoren waarin de stakingen plaats vonden en de bedrijfskundige gevolgen van de stakingen inzichtelijk gemaakt. Ook werden door de Pajek methode interpretaties van de onderlinge relaties tussen actoren, de werkomstandigheden van de medewerkers en de maatschappelijke perceptie van de stakingen zichtbaar gemaakt. Ten slotte maakte de Pajek methode het mogelijk om te onderzoeken in hoeverre deze impliciete invalshoeken in de persberichten van vakbonden overgenomen zijn door media in de krantenberichtgeving over stakingen.

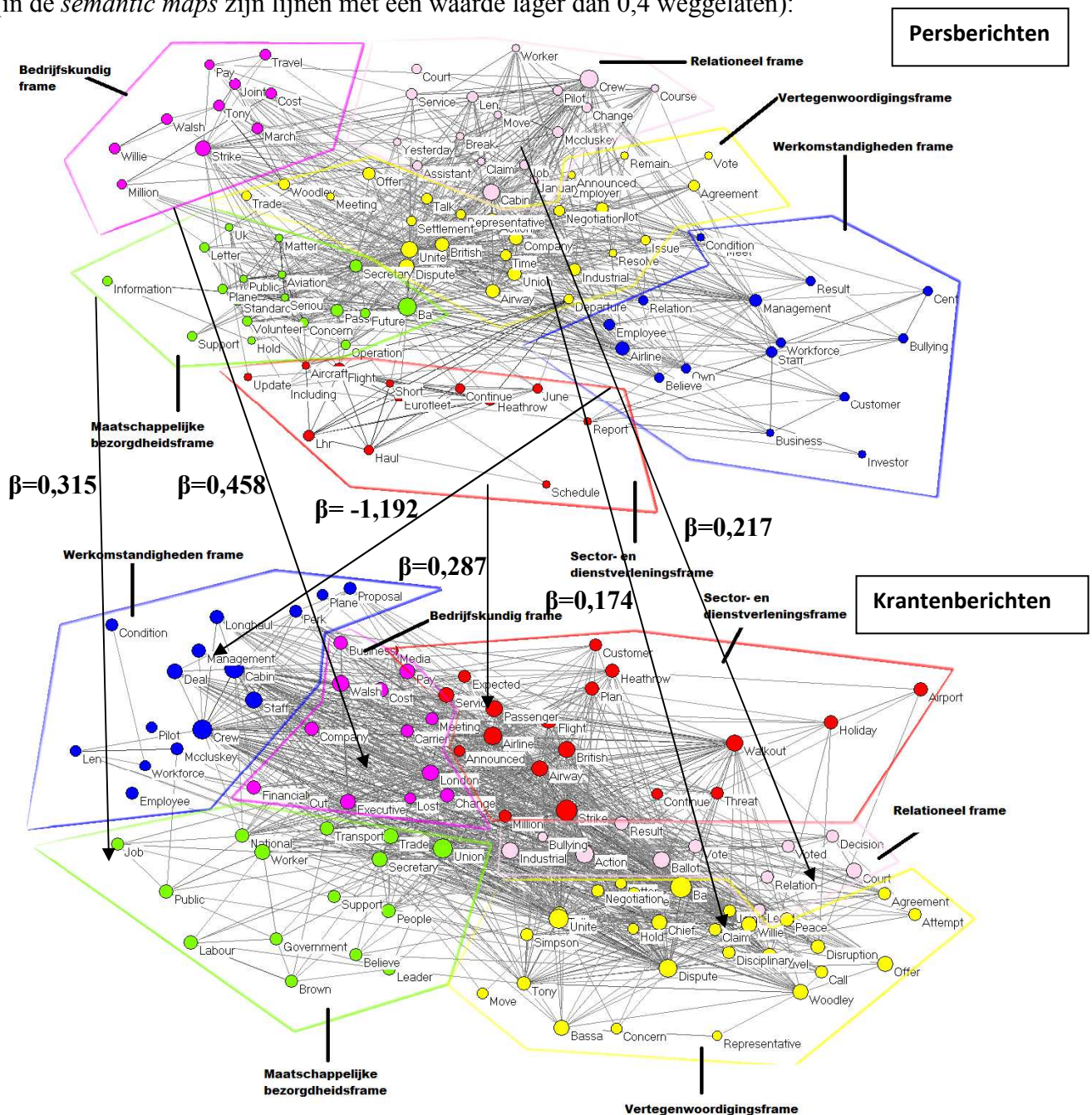
#### Frame overdracht vaker bij een Britse vakbond dan bij een Nederlandse vakbond

Door middel van regressieanalyses is onderzocht in hoeverre de impliciete frames uit persberichten door de kranten zijn overgenomen in hun berichtgeving. Hierbij viel het op dat in het geval van de staking bij British Airways *frame building* vaker plaatsvond dan in het geval van de staking van Nederlandse schoonmakers. Dit betekent dat de impliciete frames in de persberichten vaker werden overgenomen in krantenberichten over de staking bij British Airways dan in krantenberichten over de staking van de schoonmakers. Bij de impliciete frames in het geval van de staking bij British Airways bleek er, afgezien van het werkomstandigheden frame ( $\beta = -1,192$ ;  $t = -3,839$ ;  $p < 0,001$ ), een zwak tot redelijk positief verband te zijn tussen de aanwezigheid van de frames in de persberichten ( $n=109$ ) en in de krantenberichten. Hieruit blijkt dat de kranten de impliciete invalshoeken uit de persberichten van de vakbond Unite overnamen in hun krantenberichten ( $n=278$ ). Hierdoor zijn voor de staking bij British Airways *frame building* effecten gevonden voor het vertegenwoordigingsframe ( $\beta = 0,174$ ;  $t = 3,464$ ;  $p < 0,01$ ), het maatschappelijke bezorgdheidsframe ( $\beta = 0,315$ ;  $t = 6,501$ ;  $p < 0,001$ ), het sector- en dienstverleningsframe ( $\beta = 0,287$ ;  $t = 5,880$ ;  $p < 0,001$ ), het relationele frame ( $\beta = 0,217$ ;  $t = 4,350$ ;  $p < 0,001$ ) en het bedrijfskundig frame ( $\beta = 0,458$ ;  $t = 10,105$ ;  $p < 0,001$ ). Dat de aanwezigheid van het werkomstandigheden frame een negatieve invloed heeft op de aanwezigheid van dit frame in

krantenberichten kan verklaard worden doordat journalisten verschillende bronnen tegen elkaar af moeten wegen voor het samenstellen van hun berichtgeving. Waarschijnlijk vinden journalisten het werkomstandigheden frame te veel aan perceptie onderhevig om over te nemen in hun krantenberichten.

### Visualisering *frame building* bij British Airways

Aan de hand van in Pajek gegenereerde *semantic maps* is de volgende weergave gemaakt van de gevonden *frame building* effecten in de berichtgeving over de staking bij British Airways (in de *semantic maps* zijn lijnen met een waarde lager dan 0,4 weggelaten):



Figuur 2: Impliciete frames in de berichtgeving over de staking bij British Airways

### Frame overdracht van het sector- en dienstverleningsframe bij staking schoonmakers

Regressieanalyses hebben uitgewezen dat *frame building* minder vaak voorkwam in de berichtgeving over de staking van Nederlandse schoonmakers. In de krantenberichten (n=79) over dit conflict bleken de gevonden impliciete frames minder vaak overgenomen te worden uit de persberichten van de vakbond FNV Bondgenoten (n=77). Alleen de aanwezigheid van het sector- en dienstverleningsframe ( $\beta=0,449$ ;  $t=6,173$ ;  $p<0,001$ ) in persberichten bleek een redelijk positieve invloed te hebben op de aanwezigheid van hetzelfde frame in de berichtgeving van kranten over het conflict. Dit betekent dat kranten alleen het sector- en dienstverleningsframe overnamen in hun berichtgeving. De aanwezigheid van het maatschappelijke bezorgdheidsframe ( $\beta= -0,161$ ;  $t= -2,007$ ;  $p<0,05$ ) en het werkomstandigheden frame ( $\beta= -0,502$ ;  $t= -7,138$ ;  $p<0,001$ ) in persberichten bleek juist een negatieve invloed te hebben op de aanwezigheid van deze frames in krantenberichten. Mogelijk nemen kranten het maatschappelijke bezorgdheidsframe en het werkomstandigheden frame niet over uit de persberichten van vakbonden wanneer zij deze te subjectief vinden. Aangezien volgens Gans (1979) en de Nederlandse Vereniging voor Journalisten (2008) journalisten verschillende bronnen tegen elkaar moeten afwegen bij de samenstelling van hun berichtgeving zou dit er op duiden dat journalisten eenzijdige berichtgeving over stakingen op deze wijze proberen te voorkomen.

### Nederlandse vakbond minder slagvaardig dan Britse vakbond

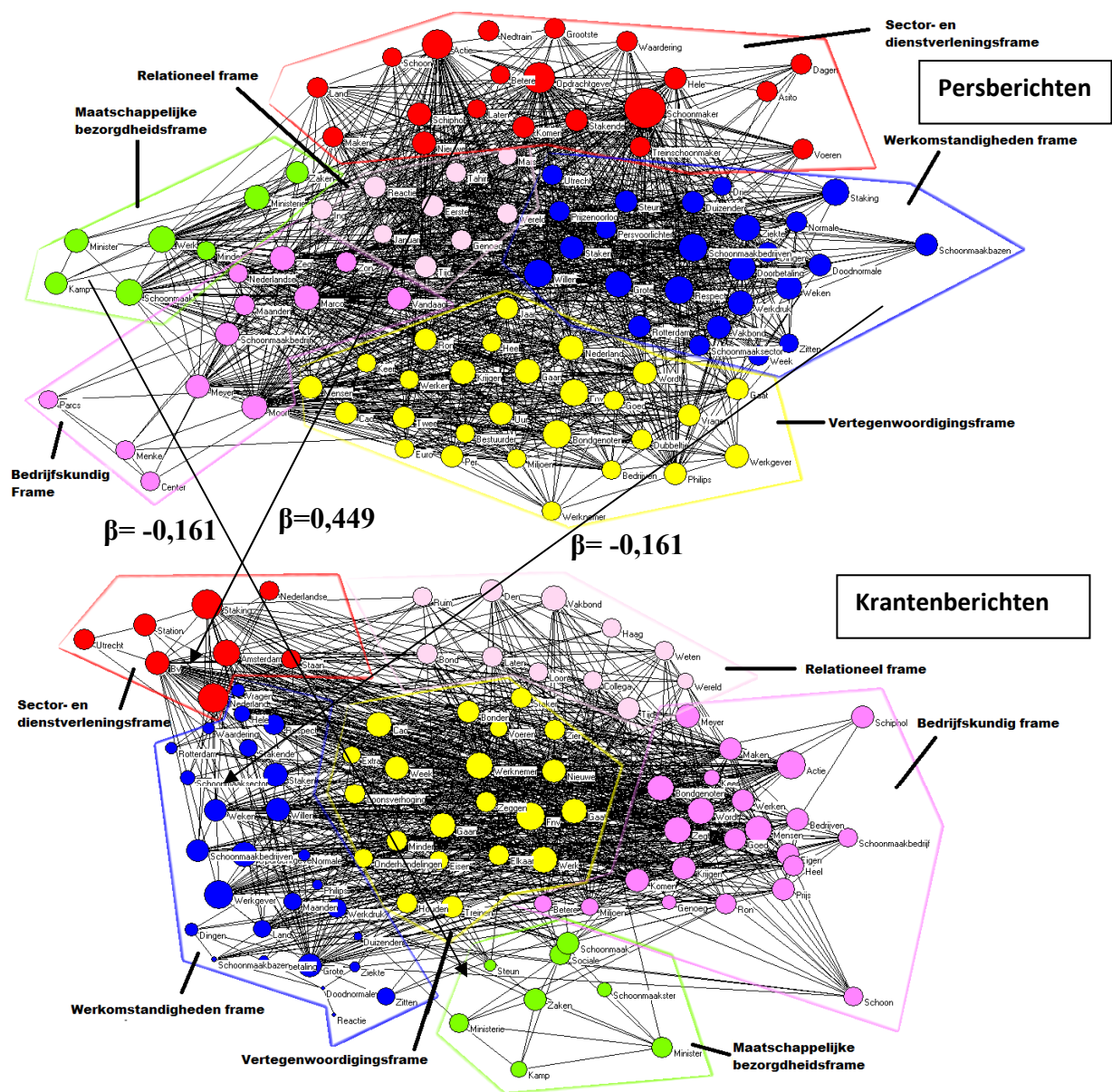
In tegenstelling tot de berichtgeving over de staking bij British Airways bleek de aanwezigheid van het vertegenwoordigingsframe ( $\beta=0,140$ ;  $t=1,736$ ; Niet significant), het relationele frame ( $\beta=0,107$ ;  $t=1,326$ ; Niet significant) en het bedrijfskundig frame ( $\beta= -0,032$ ;  $t= -0,390$ ; Niet significant) in persberichten geen invloed te hebben op de aanwezigheid van deze invalshoeken in de krantenberichten. Dit kan waarschijnlijk verklaard worden door de positie die een vakbond heeft in de samenleving. Zo is het mogelijk dat Unite als een meer relevante en nieuwswaardige bron wordt gezien dan FNV Bondgenoten. Hierdoor zouden journalisten, net als in dit onderzoek minder, gebruik kunnen maken van de impliciete frames die door FNV Bondgenoten in haar persberichten worden aangeboden. Dit kan cultureel bepaald zijn, doordat vakbonden in een land traditioneel veel of weinig aanzien genieten van de samenleving. Tevens kan dit veroorzaakt worden doordat een vakbond in meer of mindere mate georganiseerd is. Hierdoor is het mogelijk dat minder georganiseerde vakbonden minder effectief in staat zijn om hun boodschap te verspreiden via persberichten. Wanneer dit laatste het geval is, is het mogelijk dat de strubbelingen binnen de Federatie Nederlandse



Vakbeweging [FNV] de machtsbasis van de vakbeweging in Nederland hebben laten afbrokkelen en de bond minder slagvaardig gemaakt hebben (“Vakbondsprofessor Paul de Beer...”, 2012).

Visualisering frame building Nederlandse schoonmakers

Aan de hand van in Pajek gegenereerde *semantic maps* is de volgende weergave gemaakt van de gevonden *frame building* effecten in de berichtgeving over de staking van de schoonmakers (lijnen met een waarde lager dan 0,4 zijn weggelaten):



Figuur 3: Impliciete frames in de berichtgeving over de staking van Nederlandse schoonmakers

## Conclusie

Uit de resultaten kwam naar voren dat de vakbonden met hun persberichten in staat zijn om invloed uit te oefenen op de inhoud van de mediaberichtgeving over een staking. Hierbij was het erg opvallend dat de impliciete frames vaker werden overgenomen uit de persberichten van de vakbonden dan de expliciete frames. Journalisten zijn zich door de manifestheid van expliciete frames meer bewust van de invalshoeken die in persberichten worden aangeboden. Om eenzijdige berichtgeving te voorkomen worden deze invalshoeken er eerder uitgefilterd dan impliciet frames. Van de expliciete frames bleek alleen het *economic consequences frame* overgenomen te worden uit de persberichten. Hieruit blijkt dat van de expliciete frames alleen de financieel-economische invalshoek overgenomen is door media in hun berichtgeving. De impliciete frames bleken vaker overgenomen te worden door media. Geconcludeerd kan worden dat vakbonden voornamelijk invloed hebben op de mediaberichtgeving met de impliciete frames in hun persberichten. Doordat deze aangeboden invalshoeken overgenomen worden door media, kunnen vakbonden media gebruiken om organisaties onder druk te zetten om de eisen van werknemers in te willigen (Shoemaker & Reese, 1996, p. 75). Met deze impliciete frames bieden de vakbonden interpretaties over de stakingen aan. Hierbij gaat het onder andere om interpretaties over de werkomstandigheden van werknemers, de rol van de vakbond bij de vertegenwoordiging van de stakers en de bedrijfskundige gevolgen van stakingen. Door het beïnvloeden van de invalshoeken die gebruikt worden in de mediaberichtgeving zijn vakbonden in staat om invloed uit te oefenen op de publieke opinie over een conflict.

In het geval van de staking bij British Airways werden, afgezien van het werkomstandigheden frame, alle impliciete frames uit de persberichten van de betrokken vakbond (Unite) overgenomen door de Daily Telegraph en The Guardian. Dit laat zien dat vakbonden een redelijk sterke invloed hebben op de mediaberichtgeving over een organisatie die verwickeld is in een staking van haar personeel. Dat vakbonden in de 21<sup>e</sup> eeuw in staat zijn om de mediaberichtgeving over stakingen te beïnvloeden duidt er op dat de vakbeweging ook in de 21<sup>e</sup> eeuw een rol van betekenis heeft in de vertegenwoordiging van werknemers. In de berichtgeving over de staking van Nederlandse schoonmakers bleken, in tegenstelling tot de staking bij British Airways, de impliciete frames minder vaak overgenomen te worden. In het geval van de schoonmakers bleek alleen het sector- en dienstverleningsframe overgenomen te worden door media. Dit verschil in frame overdracht laat zien dat de vakbond Unite, die

betrokken was bij de staking bij British Airways, een sterkere machtsbasis heeft dan FNV Bondgenoten. Uit dit verschil blijkt ook dat de afname van collectiviteit en solidariteit van werknemers, die door Koot-Van der Putte (2007) werd waargenomen, meer van invloed is geweest op de machtspositie van FNV Bondgenoten dan op de machtspositie van Unite. De macht van FNV Bondgenoten om mediaberichtgeving te beïnvloeden blijkt als gevolg van de individualisering van werknemers en interne strubbelingen binnen de FNV afgenomen te zijn. FNV Bondgenoten heeft veel minder invloed op de interpretaties die impliciet worden aangeboden in de krantenberichtgeving over stakingen dan Unite. Hieruit blijkt dat de afbrokkeling van de machtsbasis van de vakbeweging, zoals beschreven door Professor de Beer (“Vakbondsprofessor Paul de Beer...”, 2012) bij FNV Bondgenoten al sterk heeft plaatsgevonden. De positie van de vakbond Unite daarentegen lijkt onaangetast te zijn. Dit laat zien dat de individualisering van werknemers een sterkere weerslag heeft op de Nederlandse dan op de Britse vakbeweging.

Crossculturele verschillen bleken van invloed te zijn op de gebruikte invalshoeken in de krantenberichtgeving. Zo bleken de Britse kranten met het *social responsibility frame* vaker de invalshoek van de sociale verantwoordelijkheid over te nemen uit de persberichten dan de Nederlandse kranten. Tevens bleken de Britse kranten de impliciete frames vaker over te nemen dan de Nederlandse kranten. Dit kan, zoals eerder gezegd, afhankelijk zijn van de positie van een vakbond in een samenleving, maar kan ook cultureel bepaald zijn. Aanvullend onderzoek is nodig om te bepalen wat de invloed van de nationale cultuur van een land is op het overnemen van frames uit persberichten. Dit onderzoek heeft andere, alternatieve oorzaken niet uit kunnen sluiten. Hierdoor kon niet met zekerheid vastgesteld worden of dit gevonden verschil tussen de twee landen te wijten is aan de nationale cultuur, het aanzien van de vakbeweging in de twee landen of aan de selectiecriteria van de kranten. Aanvullend onderzoek kan hier uitsluitsel over geven.

Ten slotte kan geconcludeerd worden dat de gevonden impliciete frames in zowel de berichtgeving over de staking bij British Airways als de staking van de schoonmakers betrouwbaar en valide gemeten zijn. Hierdoor heeft dit onderzoek het door Hellsten et al. (2010) gemaakte onderscheid tussen expliciete en impliciete frames bevestigd. Tevens heeft dit onderzoek, door het vinden van dezelfde impliciete frames in de berichtgeving over beide stakingen, laten zien dat de door Borah (2011) bepleitte ontwikkeling van generieke frames voor framingonderzoek mogelijk is voor zowel expliciete als impliciete frames (p. 256).



## Discussie

Theoretische implicatie van dit onderzoek is dat nuancering van de *frame building* theorie nodig is. Dit is nodig omdat het overnemen van frames uit persberichten niet in alle gevallen en niet even vaak plaats blijkt te vinden. Zoals uit de resultaten naar voren kwam bleken de impliciete frames uit de persberichten vaker overgenomen te worden door kranten dan de expliciete frames. De aanwezigheid van de expliciete frames van Semetko en Valkenburg (2000) in de persberichten van vakbonden bleek, afgezien van het *economic consequences frame*, zelfs te leiden tot een minder sterke aanwezigheid van dezelfde frames in de krantenberichtgeving. Dit is tegenstrijdig met eerder onderzoek van Kiouisis, Mitrook, Wu en Seltzer (2006), Wirth et al. (2010) en Hänggli (2011b). Dat impliciete frames vaker werden overgenomen dan expliciete frames laat zien dat het door deze onderzoekers beschreven *frame building* meer op gaat voor impliciete frames dan voor expliciete frames. Dit verschil tussen expliciete en impliciete frames kan verklaard worden doordat impliciete frames gebruik maken van woordcombinaties om interpretaties van gebeurtenissen aan te bieden. Waarschijnlijk worden deze latente interpretaties door het gebruik van woordcombinaties niet bewust waargenomen, waardoor deze gemakkelijker worden overgenomen door journalisten. Daarom zou in de *frame building* theorie onderscheid gemaakt moeten worden tussen frames die expliciet en frames die impliciet aangeboden worden. Dit onderscheid zou gemaakt kunnen worden door te spreken over expliciete *frame building* en impliciete (of latente) *frame building*. Hierbij is expliciete *frame building* het overnemen van expliciet in teksten aangeboden interpretaties van gebeurtenissen en is impliciete *frame building* het overnemen van latente interpretaties in teksten. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het onderzoeken van de generaliseerbaarheid van de stelling dat impliciete frames gemakkelijker overgedragen worden dan expliciete frames.

Dit onderzoek heeft in tegenstelling tot eerder onderzoek van Dahlgren en Sparks (1992), Manssens en Walgrave (1998), Meijer (2001, p. 190), Van Lier (2004, p. 2) en Semetko en Valkenburg (2000) uitgewezen dat het onderscheid tussen populaire kranten en kwaliteitskranten niet eenvoudig gebaseerd kan worden op de sensatiegerichtheid van kranten. Zo bleken de populaire kranten in overeenstemming met het onderzoek van Manssens en Walgrave (1998) meer gebruik te maken van op *human interest* gerichte berichten dan kwaliteitskranten (p. 9). Echter bleken kwaliteitskranten meer gebruik te maken van het *conflict frame* en het *social responsibility frame*. Hierdoor bleken juist kwaliteitskranten als

The Guardian en de Volkskrant invalshoeken te gebruiken die in de eerder genoemde onderzoeken geassocieerd werden met sensationele berichtgeving. Deze kranten bleken meer op sensatiegericht te zijn dan verwacht. Tevens bleken de populaire kranten vaker een financieel-economische invalshoek te gebruiken (*economic consequences frame*) dan de kwaliteitskranten. Deze invalshoek werd juist meer verwacht bij de kwaliteitskranten. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op het verder onderzoeken van de invloed die het onderscheid tussen populaire kranten en kwaliteitskranten heeft op het gebruik van expliciete en impliciete frames. Een mogelijke verklaring voor de in dit onderzoek gevonden verschillen tussen populaire kranten en kwaliteitskranten zouden de nieuwswaarden van krantenredacties kunnen zijn. Toekomstig onderzoek zou zich daarom kunnen richten op het afnemen van interviews bij krantenredacties om te achterhalen welke frames door redacteuren geassocieerd worden met sensatie, welke frames geassocieerd worden met kwaliteitskranten en welke frames geassocieerd worden met populaire kranten.

Dit onderzoek heeft gebruik gemaakt van de relatief nieuwe methode van *computer assisted* inhoudsanalyse om de impliciete frames te onderzoeken in persberichten en krantenberichten. Tijdens dit onderzoek is deze veelbelovende methode voor framingonderzoek vergeleken met de traditionele methode van handmatige inhoudsanalyse. De meest in het oogspringende sterke kanten van de geautomatiseerde methode zijn de mogelijkheden om een grote hoeveelheid onderzoekseenheden te coderen in minder tijd dan bij de handmatige methode en de mogelijkheid om latente frames zichtbaar te maken met Pajek. Dit laatste maakte het mogelijk om zowel de manifeste als de latente invalshoeken van de persberichten en krantenberichten te onderzoeken. Een handmatige inhoudsanalyse dwingt onderzoekers normaliter om zich te beperken tot de manifeste invalshoeken in teksten. De *computer assisted* methode maakte het mogelijk om ook de latente interpretaties te onderzoeken die de ontvangers van berichten aangeboden krijgen. Dit maakte het mogelijk om semantische patronen in teksten te onderzoeken, waardoor het gebruik van de geautomatiseerde methode toegevoegde waarde heeft ten opzichte van de handmatige methode. Daarnaast brengt deze methode ook als voordeel met zich mee dat frames op basis van meer objectieve criteria gemeten worden dan bij de traditionele inhoudsanalyse. De *computer assisted* methode maakt namelijk gebruik van woordfrequenties in plaats van door de onderzoeker geselecteerde woorden voor het coderen van teksten. Hierdoor is de dataverzameling van de geautomatiseerde methode minder onderhevig aan de subjectiviteit en vooringenomenheid

van de onderzoeker. De zwakten van de methode bevinden zich vooral op het methodologische en het statistische vlak. De belangrijkste methodologische zwakte is, zoals Wester (2006) al stelde, dat *computer assisted* inhoudsanalyse het denkwerk van mensen niet over kan nemen. Het analyseren van de gevonden onderzoeksdata en het interpreteren van de gevonden invalshoeken blijft onderhevig aan de interpretatie van de onderzoeker (p. 250). De statistische zwakte van de methode is dat nog onvoldoende is afgebakend aan welke statistische eisen onderzoek met de *computer assisted* (Pajek) methode moet voldoen. Zo schrijft de Pajek methode geen minimale eisen (factorladingen) voor waaraan variabelen moeten voldoen om toegewezen te kunnen worden aan een bepaald frame. Volgens Wijnen, Jansens, De Pelsmacker en Van Kenhove (2002) hebben variabelen minimaal een factorlading van 0,5 nodig om in een factoranalyse toegewezen te kunnen worden aan een bepaalde factor of in het geval van framingonderzoek aan een bepaald frame (p. 227). Gevolg hiervan is dat de methode te maken heeft met een validiteitsprobleem. Vervolgonderzoek met en verdere methodologische en statistische uitwerking van de geautomatiseerde methode voor inhoudsanalyse is daarom noodzakelijk om deze problemen op te lossen. Vervolgonderzoek zou zich moeten richten op het uitwerken van verdere statistische en methodologische criteria waaraan *computer assisted* inhoudsanalyse moet voldoen.

## Literatuuropgave

Aerts, W. & Cormier, D. (2009). Media legitimacy and corporate environmental communication. *Accounting, Organizations and Society*, 34, 1-27.

Bakker, P. & Scholten, O. (2009). *Communicatiekaart van Nederland: overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Kluwer.

Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.

Berkowitz, D. & Adams, D. B. (1990). Information subsidy and agenda building in local television news. *Journalism Quarterly*, 67(4), 723-731.

Boeije, H., 't Hart, H. & Hox, J. (2009). *Onderzoeksmethoden* (8<sup>e</sup> druk). Amsterdam: Boom Onderwijs.

Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: a systematic examination of a decade's literature. *Journal of Communication*, 61, 246-263.

Boyce, M. E. (1996). Organizational story and storytelling: a critical review. *Journal of Organizational Change Management*, 9(5), 5-26.

Burt, R. S. (1982). *Toward a structural theory of action*. New York: Academic Press.

Burt, R. S. (1995). *Structural holes: the social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Carroll, C. E. & McCombs, M. (2003). Agenda-setting effects of business news on the public's images and opinions about major corporations. *Corporate Reputation Review*, 6(1), 36-46.

Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Protesse, D., Leff, D. R. & Molotch, H. L. (1983). Media and agenda setting: effects on the public, interest group leaders, policymakers and policy. *The Public Opinion Quarterly*, 47(1), 16-35.

Curtin, P. A. (1999). Reevaluating public relations information subsidies: market driven journalism and agenda building theory and practice. *Journal of Public Relations Research*, 11(1), 53-90.

Davis, A. (2000). Public relations, news production and changing patterns of source access in the British national media. *Media, Culture & Society*, 22, 39-59.

Dahlgren, P. & Sparks, C. (Eds.). (1992). *Journalism and popular culture*. London: Sage.

De Cuyper, P. Loutsch, V., Van Gyes, G. & Spineux, A. (2004). *Participatief management en de sturing van verandering in de Belgische overheidssector: casestudies*. Academia Press: Gent.

De Graaff, R. (2008). *De vakbond van de 21<sup>e</sup> eeuw; een bedrijfskundig onderzoek naar een businessmodel voor de eigentijdse vakbond*. Opgehaald op 22 februari, 2012, van [http://essay.utwente.nl/58689/1/scriptie\\_R\\_de\\_Graaff.pdf](http://essay.utwente.nl/58689/1/scriptie_R_de_Graaff.pdf)

De Hond, M. C. (2006). *Van feit tot frame: hoe Nederlandse dagbladen berichtten over de vuurwerkcramp*. Opgehaald op 27 april, 2012, van [http://essay.utwente.nl/57613/1/Scriptie\\_de\\_Hond.pdf](http://essay.utwente.nl/57613/1/Scriptie_de_Hond.pdf)

De Vreese, C. H. (2005). News framing: theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51-62.

De Vreese, C. H. (2004). The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(1), 36-52.

Entman, R. M. (1993). Framing: towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

Evans, M., McIntosh, W., Lin, J. & Cates, C. (2007). Recounting the courts? Applying automated content analysis to enhance empirical legal research. *Journal of Empirical Legal Studies*, 4(4), 1007-1039.

Fase, W. J. P. M. & Van Drongelen, J. (2004). *CAO recht; het recht met betrekking tot CAO's en de verbindendverklaring en de onverbindendverklaring van bepalingen ervan*. Kluwer: Alphen aan den Rijn/Amsterdam/Den Haag/Deventer.

Gamson, W. A. (1989). News as framing: "comments on Graber". *American Behavioral Scientist*, 33(2), 157-161.

Galtung, J. & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, 64-91.

Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news*. New York: Pantheon Books.

Garcia Osma, B. & Guillamón-Saorín, E. (2011). Corporate governance and impression management in annual results press releases. *Accounting, Organizations and Society*, 36, 187-208.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: mugging, the state, and the law and order*. London: McMillan Education.

Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205-242.

Hänggli, R. (2011a). *The flow of messages; framing and opinion formation in direct-democratic campaigns*. Zurich: University of Zurich.

Hänggli, R. (2011b). *Key factors in frame building; how political actors shape news media coverage*. Zurich: University of Zurich.

Hellsten, L., Dawson, J. & Leydesdorff, L. (2010). *Implicit media frames: automated analysis of public debate on artificial sweeteners*. Amsterdam: Vrije Universiteit/Universiteit van Amsterdam.

Hijmans, E., Schafraad, P., Buijs, K. & d'Haenens, L. (2011). Wie schrijft ons nieuws?; een analyse van voorverpakt nieuws en brontransparantie in binnenlandse nieuwsonderwerpen in vier Nederlandse en Vlaamse kwaliteitskranten. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 39(2), 77-91.

Hofstede, G. (z.d). *What about the UK?* Opgehaald op 4 maart, 2012, van <http://geert-hofstede.com/united-kingdom.html>

Hofstede, G. (1998). A case of comparing apples with oranges: international differences in values. *International Journal of Comparative Sociology*, 39(1), 16-31.



Howitt, D. & Cramer, D. (2007). *Statistiek in de sociale wetenschappen* (3<sup>e</sup> editie). Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Kennisnet. (z.d). *Februaristaking 1941*. Opgehaald op 22 februari, 2012, van <http://www.kennisnet.nl/vo/docent/perdagwijzer/februaristaking/pdf/februaristaking-lesbrief.pdf>

Kiousis, S., Mitrook, M., Wu, X. & Seltzer, T. (2006). First- and Second-level agenda-building and agenda-setting effects: exploring the linkages among candidate news releases, media coverage, and public opinion during the 2002 Florida gubernatorial election. *Journal of Public Relations Research*, 18(3), 265-285.

Knight, M. G. (1999). Getting past the impasse: framing as a tool for public relations. *Public Relations Review*, 25(3), 381-398.

Koot-Van der Putte, E. (2007). *Collectieve arbeidsvoorwaarden en individuele contractsvrijheid*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Lewis, J., Williams, A. & Franklin, R. (2008). A compromised fourth estate?; UK journalism, public relations and news sources. *Journalism Studies*, 9(1), 1-20.

Lucio, M. M. (2012). Union politics, purpose and democracy: to be or not to be? Optimism, pessimism and continuing importance of Richard Human's early contributions. *Capital and class*, 36(1), 35-51.

Lombard, M., Snyder-Duch, J. & Bracken, C. C. (2002). Content analysis in mass communication: assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587-604.

Maassen-Van den Brink, H. (2004). *De maat der dingen*. Amsterdam: Vossius Pers.

Macionis, J., Peper, B. & Van der Leun, J. (2010). *De samenleving; kennismaking met sociologie*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.

Manssens J. & Walgrave. S. (1998). *De populaire en kwaliteitspers in Vlaanderen; empirische toetsing n.a.v. de zaak-Dutroux*. Antwerpen: Universiteit van Antwerpen.

Matthes, J. & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 58, 258-279.

McLellan, H. (2006). Corporate storytelling perspectives. *Journal of Quality & Participation*, 29(1), 17-20.

McQuail, D. (2005). *Mass communication theory (5<sup>th</sup> edition)*. Londen: Sage Publications.

Meijer, I. C. (2001). The public quality of popular journalism; developing a normative framework. *Journalism Studies*, 2(2), 189-205.

Meijer, M. M. & Kleinnijenhuis, J. (2006). Issue news and corporate reputation: applying the theories of agenda setting and issue ownership in the field of business communication. *Journal of Communication*, 56, 543-559.

Nagelkerke, A. G. (1999). Arbeid tegen arbeid; een basis voor verandering. *Sociaal Maandblad Arbeid*, 54(6), 293-296.

*National ABCs: Daily Star sees biggest drop*. (14 oktober, 2011). Opgehaald op 2 november, 2011, van <http://www.pressgazette.co.uk/story.asp?sectioncode=1&storycode=48050&c=1>

*Nederland staking*. (2006). Opgehaald op 22 februari, 2012, van <http://rechten.uvt.nl/dbsr/NEDERL.PDF/NL-CA2006-04.pdf>

Nederlandse Vereniging van Journalisten [NVJ]. (2008). *Code voor de journalistiek*. Opgehaald op 26 maart, 2012, van <http://www.nvj.nl/ethiek/code-voor-de-journalistiek>

Neuman, W. R., Just, M. R. & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge*. Chicago: University of Chicago Press.

*Nieuwe staking schoonmakers*. (2012, 2 januari). Opgehaald op 22 februari, 2012, van <http://www.parool.nl/parool/nl/4/AMSTERDAM/article/detail/3101839/2012/01/02/Nieuwe-staking-schoonmakers.dhtml>

*Over legitimatie en de rol van de vakbond*. (2011, 20 september). Opgehaald op 22 februari, 2012, van <http://ondernemingsrecht.legalworld.nl/or/topic.aspx?id=148>

Peterson, S. (1979). Foreign news gatekeepers and the criteria of newsworthiness. *Journalism Quarterly*, 56, 116-125.

Radebe, M. J. (2011). *The coverage of industrial action by The Mail & Guardian; 1999-2004*. Johannesburg: University of the Witwatersrand.

Rennen, T. (2000). *Journalistiek als kwestie van bronnen*. Delft: Eburon.

*Ruzie binnen vakcentrale FNV over pensioenakkoord*. (2011, 2 juni). Opgehaald op 27 februari, 2012, <http://www.elsevier.nl/web/Nieuws/Economie/299602/Ruzie-binnen-vakcentrale-FNV-over-pensioenakkoord.htm>

Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.

Scholten, O. & Ruigrok, N. (2009). Bronnen in het nieuws: een onderzoek naar ANP-berichten in nieuws en achtergrondinformatie in Nederlandse dagbladen 2006-2008. In W. Jongbloed, E. Lauf & R. Negenborn (Red.), *Mediamonitor; analyse en verdieping #1* (pp. 37-62). Hilversum: Commissariaat voor de Media.

Semetko, H. A. & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.

Shoemaker, P. J. (2001). Individual and routine forces in gate keeping. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(2), 233-246.

Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message; the influences on mass media content*. White Plains, New York: Longman.

Sociaal en Cultureel Planbureau (1997). *Maatschappelijke organisaties, publieke opinie en milieu*. Opgehaald op 19 april, 2012, van <http://www.google.nl/url?sa=t&rct=j&q=maatschappelijke%20organisaties%2C%20publieke%20opinie%20en%20milieu&source=web&cd=1&ved=0CCMQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.scp.nl%2Fdsresource%3Fobjectid%3D21460%26type%3Dpdf&ei=0wiQT7jGI8ns-gaat9D7Aw&usg=AFQjCNEg41nNBTfAYXrXqyIQQ7jitxWe4A>

Stichting Vrienden van de Historie van de Vakbeweging [VHV]. (z.d.). *Spoorwegstaking van 1903: arbeidsomstandigheden bij de spoorwegen rond 1900*. Opgehaald op 22 februari, 2012, van [http://www.vakbondshistorie.nl/spoorwegstaking\\_1903\\_arbeidsomstandigheden.htm](http://www.vakbondshistorie.nl/spoorwegstaking_1903_arbeidsomstandigheden.htm)

*The rise of organized labour and mass protests*. (z.d.). Opgehaald op 22 februari, 2012, van <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/195896/history-of-Europe/58450/The-rise-of-organized-labour-and-mass-protests>

*Vakbondsprofessor Paul de Beer: "Solidariteit leeft!"*. (2012, 2 maart). Opgehaald op 19 april, 2012, van [http://www.fnvbondgenoten.nl/nieuws/doe\\_mee\\_met\\_fnvb/fnv\\_b\\_magazine/466045/](http://www.fnvbondgenoten.nl/nieuws/doe_mee_met_fnvb/fnv_b_magazine/466045/)

Van Amerongen, M. (1995, 13 september). *De Telegraaf en de waarheid*. Opgehaald op 27 april, 2012, van <http://www.groene.nl/1995/37/de-telegraaf-en-de-waarheid>

Van Cruchten, J. & Kuijpers, R. (2008). *Leden vakbonden*. Opgehaald op 19 april, 2012, van <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/AA8F162C-80F3-4AFA-B464-4A4B6F05465C/0/2008k1v4p47art.pdf>

Van der Wurff, R. & Schönbach, K. (2011). Between profession and audience; codes of conduct and transparency as quality instruments for off- and online journalism. *Journalism Studies*, 12(4), 407-422.

Van Es, A. (2010, 14 september). *Liever stille diplomatie dan getoeter*. Opgehaald op 19 april, 2012, van <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2668/Buitenland/article/detail/1020653/2010/09/13/Liever-stille-diplomatie-dan-getoeter.dhtml>

Van Lier, H. M. (2004). *Visie van kranten; casestudy naar de berichtgeving rondom Theo van Gogh in Telegraaf, Algemeen Dagblad, Volkskrant en NRC Handelsblad*. Groningen: Rijks Universiteit Groningen/ Trendlight B.V.

VanSlyke Turk, J. (1985). Information subsidies and influence. *Public Relations Review*, 11(3), 10-25.

Veenhoven, R. (1999). Quality-of-life in the individualistic society: a comparison of 43 nations in the early 1990's. *Social Indicators Research*, 48(2), 157-186.

Visser, J. (2011, 13 september). *Geloofwaardigheid vakbonden komt onder druk te staan*. Opgehaald op 19 april, 2012, van <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/2904741/2011/09/13/Geloofwaardigheid-vakbond-komt-onder-druk-te-staan.dhtml>

Vlieger, E. & Leydesdorff, L. (2010). Pajek manual; how to analyze frames using semantic maps of a collection of messages. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Vlieger, E. & Leydesdorff, L. (2011). Content analysis and the measurement of meaning: the visualization of frames in collections of messages. *The Public Journal of Semiotics*, 3(1), 28-50.

Vos, K. (2004). *Mobilisatie van de publieke opinie via de media; protest in tijden van globalisering*. Opgehaald op 19 april, 2012, van <http://www.kirstenvos.nl/content/20040716mobilisatiepubliekeopinie.pdf>

Werdigier, J. (2010, 21 maart). *British Airways strike effect disputed*. Opgehaald op 19 april, 2012, van <http://www.nytimes.com/2010/03/22/business/global/22air.html>

Wester, F. (2006). *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk*. Deventer: Kluwer.

White, D. M. (1950). The gatekeeper: a case-study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27, 383-390.

Wijnen, K., Jansens, W., De Pelsmacker, P. & Van Kenhove, P. (2002). *Marktonderzoek met SPSS*. Apeldoorn/Antwerpen: Garant Uitgevers.

Wirth, W., Matthes, J., Schemer, C., Wettstein, M., Friemel, T., Hänggli, R., & Siegert, G.



(2010). Agenda building and setting in a referendum campaign; investigating the flow of arguments among campaigners, the media and the public. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 87(2), 328-345.

Wongergem, P. (2011). *Corporate storytelling binnen communicatiewetenschappelijke perspectieven*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Wright, C. (1986) *Mass communication: a sociological perspective (3<sup>e</sup> editie)*. New York: Random House.

Wylie, A. (1998). Storytelling. *Communication World*, 15(3), p. 30.

Zippelius, B. J. (2008, 25 november). *Stand van zaken stakingsrecht*. Opgehaald op 19 april, 2012, van <http://www.capra.nl/print.aspx?id=118>

## Bijlage 1: Factoranalyse expliciete frames Semetko en Valkenburg (2000)

<b><i>Conflict frame</i></b> (Eigenwaarde=1,253; Verklaarde variantie=8,354%; $\alpha=0,634$ )	<b>Factor- lading</b>
Weerspiegelt het verhaal een onenigheid tussen individuen, groepen of partijen?	0,876
Verwijst het artikel naar twee of meer zijden van het issue of het probleem?	0,796
<b><i>Human interest frame</i></b> (Eigenwaarde=1,745; Verklaarde variantie=11,636%; $\alpha=0,784$ )	
Biedt het verhaal een menselijk voorbeeld of een menselijk gezicht van het issue?	0,796
Maakt het verhaal gebruik van persoonlijkheidsschetsen die gevoelens van woede, sympathie of medeleven oproepen?	0,836
Benadrukt het verhaal hoe individuen en groepen beïnvloed worden door het issue?	0,766
Gaat het verhaal in op het privé leven van de actoren?	0,582
<b><i>Social responsibility frame</i></b> (Eigenwaarde=4,361; Verklaarde variantie=29,072%; $\alpha=0,828$ )	
Geeft het verhaal aan dat een organisatie de mogelijkheid heeft om het probleem of issue op te lossen?	0,893
Suggereert het verhaal dat een onderdeel van een organisatie verantwoordelijk is voor het issue of het probleem?	0,834
Suggereert het verhaal een oplossing/oplossingen voor het probleem of issue?	0,851
Geeft het verhaal aan dat een individu of een groep verantwoordelijk is voor het issue?	0,468
<b><i>Economic consequences frame</i></b> (Eigenwaarde=2,357; verklaarde variantie=15,17%; $\alpha=0,890$ )	
Wordt er in het verhaal gesproken over financiële winsten of verliezen?	0,918
Is er in het verhaal een opgave van kosten en/of uitgaven?	0,906
Verwijst het verhaal naar economische gevolgen van het wel of niet nastreven van oplossing van het issue?	0,868
<b><i>Morality frame</i></b> (Eigenwaarde=1,467; Verklaarde variantie=9,781%; $\alpha=0,969$ )	
Bevat het verhaal een morele boodschap?	0,965
Biedt het verhaal verschillende sociale voorschriften aan voor gedrag?	0,964

Tabel 1: Overzicht resultaten factoranalyse expliciete frames.

## Bijlage 2: Intercodeursbetrouwbaarheid per variabele

Variabele	Kappa	Percentage overeenstemming	Oordeel
<i>Conflict 1</i>	0,486	96,2%	Voldoende
<i>Conflict 2</i>	0,502	81,4%	Voldoende
<i>Conflict 3</i>	0,561	92,6%	Voldoende
<i>Conflict 4</i>	0,323	87,0%	Voldoende
<i>Human 1</i>	0,175	66,6%	Onvoldoende
<i>Human 2</i>	0,519	81,4%	Voldoende
<i>Human 3</i>	0,306	59,2%	Onvoldoende
<i>Human 4</i>	0,697	94,4%	Voldoende
<i>Morality 1</i>	0,519	75,9%	Voldoende
<i>Morality 2</i>	1,00	100%	Voldoende
<i>Morality 3</i>	0,519	75,9%	Voldoende
<i>Economic 1</i>	0,720	87,0%	Voldoende
<i>Economic 2</i>	0,604	81,4%	Voldoende
<i>Economic 3</i>	0,683	85,1%	Voldoende
<i>Responsibility 1</i>	0,287	64,8%	Onvoldoende
<i>Responsibility 2</i>	0,452	74,0%	Voldoende
<i>Responsibility 3</i>	0,305	62,9%	Onvoldoende
<i>Responsibility 4</i>	0,023	48,1%	Onvoldoende
<i>Responsibility 5</i>	-0,031	90,7%	Voldoende
		M=79,19%	

Tabel 2: Percentage overeenstemming per variabele

### Bijlage 3: Factoranalyses impliciete frames

<i>Casus</i>	<b>Frame</b>	<b>Eigen- waarde</b>	<b>% variantie</b>	<b><math>\alpha</math></b>
<i>British Airways</i>	Vertegenwoordigingsframe	10,093	10,09%	0,744
	Maatschappelijke bezorgheidsframe	5,216	5,21%	0,817
	Sector- en dienstverleningsframe	4,603	4,6%	0,783
	Relationele frame	4,039	4,04%	0,754
	Werkomstandigheden frame	3,484	3,48%	0,671
	Bedrijfskundig frame	3,124	3,12%	0,697
<hr/>				
<i>Nederlandse schoonmakers</i>	Vertegenwoordigingsframe	9,519	8,48%	0,873
	Maatschappelijke bezorgheidsframe	4,823	5,31%	0,886
	Sector- en dienstverleningsframe	3,132	4,04%	0,626
	Relationele frame	4,433	4,52%	0,675
	Werkomstandigheden frame	10,324	9,41%	0,867
	Bedrijfskundig frame	5,528	5,88%	0,802
<hr/>				

Tabel 3: Overzicht resultaten factoranalyses impliciete frames

## Bijlage 4: Gebruikte regressiemodellen expliciete frames

### Conflict frame

Voorspeller	- model 1 -		- model 2-	
	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	-0,123**	-2,881	-0,249**	-3,308
Nationale cultuur			-0,177	-1,152
Soortmedium X Nationale cultuur			0,192*	1,977
$R^2$	0,015		0,023	
$\Delta R^2$	0,013		0,017	
F	8,303**		4,177**	
df	1, 541		3, 539	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$				

Tabel 4: Regressiemodellen conflict frame

### Human Interest frame

Voorspeller	- model 1 -		- model 2-	
	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	-0,186***	-4,402	-0,395***	-5,346
Nationale cultuur			-0,270***	-4,126
Soortmedium X Nationale cultuur			0,355***	3,739
$R^2$	0,035		0,066	
$\Delta R^2$	0,033		0,060	
F	19,377***		12,611***	
df	1, 541		3, 539	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$				

Tabel 5: Regressiemodellen human interest frame

### Social responsibility frame

Voorspeller	- model 1 -		- model 2-	
	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	-0,312***	-7,649	-0,575***	-8,265
Nationale cultuur			-0,413***	-6,695
Soortmedium X Nationale cultuur			0,469***	5,222
R <sup>2</sup>	0,098		0,167	
$\Delta R^2$	0,096		0,162	
F	58,509***		36,003***	
df	1, 541		3, 539	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$				

Tabel 6: Regressiemodellen *social responsibility frame*

### Morality frame

Voorspeller	- model 1 -		- model 2-	
	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	-0,145**	-3,149	-0,196**	-2,707
Nationale cultuur			-0,360***	-5,605
Soortmedium X Nationale cultuur			0,167	1,788
R <sup>2</sup>	0,021		0,098	
$\Delta R^2$	0,019		0,093	
F	11,689**		19,487***	
df	1, 541		3, 539	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$				

Tabel 7: Regressiemodellen *morality frame*

*Economic consequences frame*

Voorspeller	- model 1 -		- model 2-	
	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	0,119**	2,797	-0,079	-1,055
Nationale cultuur			0,007	0,107
Soortmedium X Nationale cultuur			0,266**	2,771
$R^2$	0,014		0,048	
$\Delta R^2$	0,012		0,043	
F	7,825**		9,103***	
df	1, 541		3, 539	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$				

Tabel 8: Regressiemodellen *economic consequences frame*

## Bijlage 5: Gebruikte regressiemodellen impliciete frames

### British Airways

Voorspeller	Vertegenwoordigingsframe		Maatschappelijke bezorgdheidsframe		Relationele frame	
	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	0,174**	3,464	0,315***	6,501	0,217***	4,350
$R^2$	0,030		0,099		0,047	
$\Delta R^2$	0,028		0,097		0,044	
F	12,001**		42,260***		18,891***	
df	1, 384		1, 384		1, 384	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$						

Tabel 9: Regressiemodellen vertegenwoordigingsframe, maatschappelijke bezorgdheidsframe en relationele frame British Airways staking

Voorspeller	Werkomstandigheden frame		Bedrijfskundig frame		Sector- en dienstverleningsframe	
	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	-0,192***	-3,839	0,458***	10,105	0,287***	5,880
$R^2$	0,037		0,210		0,083	
$\Delta R^2$	0,034		0,208		0,080	
F	14,734***		102,106***		34,575***	
df	1, 384		1, 384		1, 384	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$						

Tabel 10: Regressiemodellen werkomstandigheden frame, bedrijfskundig frame en sector- en dienstverleningsframe staking British Airways



### Nederlandse schoonmakers

Voorspeller	Vertegenwoordigingsframe		Maatschappelijke bezorgdheidsframe		Sector- en dienstverleningsframe	
	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	0,140	1,736	-0,161*	-2,007	0,449***	6,173
$R^2$	0,020		0,026		0,202	
$\Delta R^2$	0,013		0,020		0,196	
F	3,013		4,028*		38,111***	
df	1, 151		1, 151		1, 151	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$						

Tabel 11: Regressiemodellen vertegenwoordigingsframe, maatschappelijke bezorgdheidsframe en sector- en dienstverleningsframe staking Nederlandse schoonmakers

Voorspeller	Relationele frame		Werkomstandigheden frame		Bedrijfskundig frame	
	$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
Soort medium	0,107	1,326	-0,502***	-7,138	-0,032	-0,390
$R^2$	0,012		0,252		0,001	
$\Delta R^2$	0,005		0,247		-0,006	
F	1,759		50,953***		0,152	
df	1, 151		1, 151		1, 151	
* $p < 0,05$ ; ** $p < 0,01$ ; *** $p < 0,001$						

Tabel 12: Regressiemodellen werkomstandigheden frame, bedrijfskundig frame en relationele frame staking Nederlandse schoonmakers