

Person *of the* Year METOO

EEN ONDERZOEK
NAAR

DE BERICHTGEVING IN
NEDERLANDSE MEDIA
OVER #METOO



#MeToo in de Media

Een onderzoek naar de berichtgeving in Nederlandse media over #MeToo

Student: Nica Wijma

Studentnummer: 498258

Begeleider: dr. Nel Ruigrok

Media & Journalistiek

Erasmus School of History, Culture and Communication

Erasmus Universiteit Rotterdam

Master Thesis

#MeToo in de Media

Een onderzoek naar de berichtgeving in Nederlandse media over #MeToo

Abstract

In oktober 2017 publiceerde *The New York Times* een dossier over het vermeende wangedrag van Harvey Weinstein. Alyssa Milano reageerde daarop met de hashtag MeToo via Twitter en zo ontstond een globale beweging tegen seksueel misbruik. Hoewel Tarana Burke de beweging in 2006 al opzette, zorgde de tweet van Milano voor internationale aandacht. Het duurde niet lang voordat ook in Nederland aandacht kwam voor #MeToo. Het bekendste verhaal is mogelijk dat van Jelle Brandt Corstius. Opmerkelijk is dat op het moment dat mondiale en landelijke traditionele kranten publiceerden over #MeToo, er door de maatschappij ook meer aandacht besteed werd aan de beweging.

Daarom wordt in dit onderzoek geanalyseerd in hoeverre populaire en kwaliteitskranten in Nederland verschillen in hun berichtgeving rondom #MeToo. Door te onderzoeken welke nieuwswaarden de berichtgeving vertoont en op welke manier de berichtgeving geframed wordt, krijgen we inzicht in de nieuwswaardigheid van de beweging en de diverse frames die de media hebben toegepast. Aan de hand van een automatische en handmatige inhoudsanalyse zijn de verschillen tussen populaire en kwaliteitskranten in kaart gebracht. Op het gebied van nieuwswaarden zijn er weinig verschillen te herkennen tussen de type kranten. Alleen op het gebied van de harde nieuwswaarde elite is er sprake van een significant verschil waarbij in kwaliteitskranten deze nieuwswaarde vaker te herkennen valt. Verder geven beide soorten kranten een voorkeur aan zachte nieuwswaarden. Daarentegen is er wel sprake van verschil op het gebied van framing. Kwaliteitskranten framen de berichtgeving vaker thematisch dan populaire kranten en kijken vaker naar #MeToo vanuit het conflict frame. Populaire kranten geven in tegenstelling tot kwaliteitskranten de voorkeur aan het human interest frame waardoor de nadruk meer op de persoonlijke kant van de beweging komt te liggen.

Tot slot, de berichtgeving in de Nederlandse dagbladen suggereert aan de ene kant dat er meer ruimte is voor het debat rondom seksueel misbruik. Aan de andere kant is in beide type kranten weinig aandacht voor het responsibility frame waardoor er niet op maatschappelijk niveau gekeken wordt wie verantwoordelijk is en hoe dit probleem verder aangepakt kan worden. Tevens doet de voorkeur voor opiniestukken in beide type kranten de vraag oproepen of op deze manier niet alleen de stem van de elite gehoord wordt in plaats van de diversiteit aan meningen binnen de samenleving.

Keywords: #MeToo, Framing, Nieuwswaarden, Media, Kwantitatieve Inhoudsanalyse

Voorwoord

Woensdag 11 maart 2020 zal de geschiedenis in gaan als een historisch moment voor de #MeToo-beweging. Op deze dag werd de man door wiens wangedrag deze beweging in eerste instantie groot werd, Harvey Weinstein, veroordeeld tot een celstraf van 23 jaar. Hoewel Weinstein vrijgesproken is van de zwaarste aanklachten, is deze uitspraak van de rechter een sterke boodschap naar slachtoffers van seksueel misbruik: jullie verhalen worden gehoord.

Seksueel misbruik is een zwaar en lastig onderwerp dat mij helaas ook niet onbekend is. Een kleine rondvraag in mijn kringen leidt tot een ongemakkelijke conclusie. Ik ken meer vrouwen die slachtoffer zijn geworden van seksueel misbruik dan vrouwen die hier nooit mee te maken hebben gehad. Een opmerking die in een gesprek met de politie duidelijk deed choqueren. Voor mij een reden om dit onderzoek te doen, omdat #MeToo een stem gaf aan de slachtoffers die werden weggezet als schuldig en zwak.

Het proces waarin deze scriptie tot stand kwam, was dan ook zeker geen makkelijke. Met genoeg hobbels en gaten in de weg en een flink aantal instortmomenten kwam vaak genoeg de vraag op of ik überhaupt ooit mijn scriptie zou inleveren. Hoewel ik op dit moment nog helemaal niet weet of ik het gehaald heb, valt er tegelijkertijd een grote last van mijn schouders. Dat ik dit schrijf, betekent dat de eindstreep in zicht is. Een punt dat soms nog erg ver weg leek.

Daarom wil ik heel graag een paar mensen bedanken. Ten eerste natuurlijk Nel, die met haar aanstekelijke enthousiasme mij soms letterlijk door dit onderzoek heen gesleurd heeft. Dankzij Nel kan ik nu niet alleen opscheppen dat ik basiskennis heb van R (Studio), maar kan ik ook nog indruk maken op toekomstige werkborrowers met mijn (enigszins vervlogen) wijnkennis. Daarnaast wil ik mijn moeder en Myrthe B. bedanken voor het helpen met de redactie van dit stuk. Myrthe van M. en Emma voor het helpen met de intercodeurbetrouwbaarheid. Esther en Kelly zonder wiens knuffels en afleiding ik nooit verder gekund had. Tot slot al mijn andere lieve vrienden die in mij bleven geloven en mij gesteund hebben met liters koffie en thee (en soms iets sterkers). Dank jullie wel.

Dan rest mij alleen nog jullie veel leesplezier te wensen!

Nica Wijma

12 mei 2020

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
2. Theoretisch Kader	9
2.1 Journalistiek in een veranderend medialandschap	9
2.2 #MeToo als internationale maatschappelijke beweging	11
2.3 Nieuwswaarden en #MeToo	12
2.3.1 Zachte nieuwswaarden	14
2.3.2 Harde nieuwswaarden	17
2.3.3 Slecht nieuws & goed nieuws	19
2.4 Framing #MeToo	19
2.4.1 Episodisch & thematisch framen	22
2.4.2 Responsibility frame	23
2.4.3 Conflict frame	24
2.4.4 Human interest frame	25
3. Methode	27
3.1 Data verzameling	27
3.2 Kwantitatieve inhoudsanalyse	27
3.3 Operationalisering	28
3.3.1 Nieuwswaarden	28
3.3.2 Frames	29
4. Resultaten	32
4.1 Hoeveelheid nieuws	32
4.2 Aanwezigheid nieuwswaarden	35
4.2.1 Elite	35
4.2.2 Celebrity & entertainment	36
4.2.3 Relevantie & verrassing	38
4.2.4 Slecht nieuws & goed nieuws	40
4.3 De framing van #MeToo	40
4.3.1 Episodisch & thematisch framen	41
4.3.2 Responsibility frame	42
4.3.3 Conflict frame	44
4.3.4 Human interest frame	45
4.4 Associaties tussen framing en nieuwswaardigheid	47
5. Conclusie	49
5.1 Implicaties van de bevindingen	49
5.2 Relevantie onderzoek	52
5.3 Discussie	52
5.4 De berichtgeving rondom #MeToo	54
Literatuurlijst	55
Bijlage A: Uitwerkingen Cohen's Kappa	66
Bijlage B: Codeerinstructie	72

1. Inleiding

Het publiceren van beschuldigingen van seksueel misbruik aan het adres van Harvey Weinstein door tientallen vrouwen, leidde tot het ontstaan van een nieuwe beweging (Kantor & Twohey, 2017). #MeToo zorgde ervoor dat slachtoffers zich gingen uitspreken over seksueel wangedrag waarin machtsmisbruik vaak een rol speelde. In eerste instantie kwam een discussie opgang over seksueel wangedrag in Hollywood, maar dat de gevolgen van #MeToo verder reikten dan alleen de filmwereld werd al snel duidelijk. Er werd gesproken over het belang van “consent” in relaties, over de definities van verkrachting en seksueel misbruik en over hoe #MeToo kan bijdragen aan het afbreken van normen en waarden die door *rape culture* in stand gehouden worden (Fileborn & Loney-Howes, 2017). De term *rape culture* wordt gebruikt om aan te geven hoe er in de maatschappij normen en waarden in stand gehouden worden die nadelig werken voor slachtoffers van seksueel misbruik. Vanuit *rape culture* wordt namelijk betoogd dat agressieve seksuele handelingen van mannen normaal zijn en soms zelfs wenselijk. Daarmee worden bepaalde gevallen van seksueel wangedrag verantwoord en verschuift de schuld van de dader naar het slachtoffer (Keller, Mendes & Ringrose, 2018, p. 25).

Hoewel de #MeToo-beweging opkwam in de Verenigde Staten, duurde het niet lang voordat in Nederland ook gesproken werd over ervaringen met seksueel wangedrag op, onder meer, de werkvloer en binnen de Nederlandse film- en televisie-industrie. Zo deed Jelle Brandt Corstius op de voorpagina van *Trouw* zijn verhaal over zijn ervaring met seksueel misbruik toen hij als stagiaire werkzaam was. Ook binnen de politiek zou sprake zijn van seksueel machtsmisbruik door de seksuele intimidatie van een stagiaire bij GroenLinks (van Wijk, 2018; Oosterom, 2017). Inmiddels is de beweging niet meer uit de maatschappij weg te denken en is de invloed van #MeToo nog steeds zichtbaar (Brinkgreve, 2019).

De ‘Me Too’ beweging werd reeds in 2006 opgericht, maar kreeg vooral aandacht na een tweet van Alyssa Milano over de Weinstein-affaire (Me Too, n.d.; Ohlheiser, 2017). Hoewel de leden van de beweging het relatief nieuwe medium *Twitter* gebruikten om groot te worden, kreeg het pas mondiale aandacht op het moment dat traditionele media er aandacht aan besteedden. Onderzoek heeft aangetoond dat de aandacht van de traditionele media ervoor kan zorgen dat nieuws bekender wordt (Ruigrok, Schaper, Welbers, Denekamp, Jacobi, & Huiberts, 2010). Het is vandaar logisch dat #MeToo meer aandacht kreeg op het moment dat de mondiale en landelijke traditionele kranten er aandacht aan gingen besteden.

Daarom is het interessant om te onderzoeken in welke mate en op welke manier de traditionele media aandacht hebben besteed aan #MeToo in hun berichtgeving. Hierbij is het belangrijk om stil te staan bij de veranderingen die de afgelopen decennia hebben plaatsgevonden

in het medialandschap. Met de commercialisering van het medialandschap veranderde ook de invulling van de journalistiek. Niet alleen de spelers binnen het medialandschap veranderden, maar ook de manier waarop verslag werd gedaan van gebeurtenissen (Broersma, 2010, p. 269). Doordat steeds meer partijen aanspraak maakten op dezelfde adverteerders, moesten er manieren komen om onderscheidend en interessant te blijven voor de consument (Broersma, 2009, p. 25; Schaap & Pleijter, 2012, p. 72).

Dit leidde tot zorgen over de kwaliteit van de berichtgeving omdat steeds vaker een combinatie werd gemaakt tussen informatie en entertainment om meer aanspraak te maken op de consument en de adverteerder (Jebril, Albæk & De Vreese, 2013). Dit was vooral het geval bij populaire kranten die meer aandacht zouden besteden aan *infotainment* dan kwaliteitskranten, aangezien populaire kranten zich vooral richten op sensationele aspecten van het nieuws (Schaap & Pleijter, 2012; Ruigrok, Van Atteveldt, Gagestein, & Jacobi, 2017). Aangezien beide type kranten zich op andere aspecten richten van eenzelfde nieuwswaardig onderwerp, zullen zij ook een ander perspectief, oftewel frame (Entman, 1993), hanteren.

Doordat in de media en op televisie het nieuws door de jaren heen anders geframed werd, veranderden ook de percepties van het publiek (Weatherred, 2017; Van Gorp, 2005). Uit onderzoek is bijvoorbeeld gebleken dat de perceptie van het seksueel misbruiken van kinderen door de jaren heen verschoven is van een individueel probleem naar een maatschappelijk probleem (Weatherred, 2017). Daarentegen is er nog geen onderzoek dat aantoont dat dit ook het geval is voor de perceptie van seksueel misbruik in het algemeen. Daarom is het doel van dit onderzoek om in kaart te brengen in hoeverre er verschillen zijn in de berichtgeving rondom #MeToo tussen populaire en kwaliteitskranten. Daarnaast wordt onderzocht of deze verschillen aansluiten bij de bevindingen van eerder onderzoek naar de framing en nieuwswaarden van seksueel misbruik. Dit wordt gedaan aan de hand van de volgende vraag: *In hoeverre verschillen populaire kranten en kwaliteitskranten in Nederland in hun berichtgeving rondom #MeToo?*

Het is belangrijk om onderzoek te doen naar de inhoud van de media omdat dergelijk onderzoek bijdraagt aan de kennis over hoe onderwerpen zoals seksueel misbruik in de media behandeld worden. Hoewel er veel onderzoek is gedaan naar de inhoud van de media met betrekking tot (seksueel) misbruik (Pennington & Birthisel, 2016; Jackson, 2013; Hove, Paek, Isaacson & Cole, 2013), is #MeToo een relatief nieuw fenomeen dat is voortgekomen uit nieuwe media. Hiermee wordt het idee versterkt dat de invloed van de media voor maatschappelijke bewegingen van groot belang is. Daarnaast biedt het inzicht in de frames die de media gebruiken om maatschappelijke problemen aan te kaarten (Entman & Usher, 2018). Eveneens heeft de #MeToo-beweging in 2020 nog steeds invloed op de maatschappij. Dit valt bijvoorbeeld terug te

zien in het aantal mensen dat al verantwoording heeft moeten afleggen voor hun gedrag (Vissers, 2018), of in de veroordeling van Weinstein (“23 jaar cel,” 2020).

Volgens Knüpfer en Entman (2018) is de wereldwijde ontwikkeling van #MeToo een voorbeeld van hoe transnationale informatiestromingen kunnen leiden tot een nieuwe beweging die actief de strijd aangaat met de heersende frames rondom seksueel misbruik (p. 484). Dit is een belangrijke bevinding omdat eerder onderzoek naar seksueel misbruik laat zien dat de framing van dergelijke berichtgeving bijdraagt aan het in standhouden van de opvatting dat seksueel misbruik een probleem van het individu is in plaats van een maatschappelijk probleem (Bouzerdan & Whitten-Woodring, 2018). Hoewel veel onderzoek gedaan is naar de berichtgeving van seksueel misbruik en ook #MeToo steeds meer aandacht krijgt in de wetenschap (Bouzerdan & Whitten-Woodring, 2018; Evans, 2018; Shoham, 2013; Boyle, 2012; Pennington & Birthisel, 2016), is er weinig literatuur te vinden over de specifieke framing van de beweging. Nog niet eerder is onderzocht welke frames door de Nederlandse nieuwsbronnen worden gehanteerd en of de framing afwijkt van eerdere bevindingen met betrekking tot verslaggeving over seksueel misbruik. Daarom is dit onderzoek in 2020 nog steeds relevant.

Daarnaast is het wenselijk om inzicht te krijgen in de verscheidenheid van frames binnen de Nederlandse nieuwsmedia. Volgens Welbers, Van Atteveldt, Kleinnijenhuis en Ruigrok (2018) is het van belang dat het nieuws een verscheidenheid aan frames en standpunten weergeeft om op die manier ervoor te zorgen dat de diversiteit aan meningen binnen de samenleving wordt weergegeven (p. 315). Dit onderzoek biedt journalisten inzicht in hoe verschillend hun manier van schrijven is en hoe dat kan bijdragen aan de ontwikkeling van het debat rondom seksueel misbruik. Doordat framing invloed heeft op de publieke opinie (Van Gorp, 2005), is dit belangrijk voor bewegingen zoals #MeToo. De scheiding tussen populaire en kwaliteitskranten zou verschillende standpunten en meningen kunnen versterken aangezien de lezers van de populaire kranten voornamelijk doorsnee Nederlanders zijn, waar kwaliteitskrantlezers voornamelijk hoogopgeleid zijn (Bakker & Scholten, 2014, p. 17).

2. Theoretisch kader

2.1 *Journalistiek in een veranderend medialandschap*

Dat de journalistiek een werkveld blijft met vage grenzen blijkt wel uit het gebrek aan een universele definitie binnen de wetenschap. Enerzijds wordt de journalistiek gezien als een ideologie die uiteindelijk is uitgevloeid in een beroep (Deuze, 2005). Anderzijds wordt de journalistiek gezien als een concreter beroep, zoals omschreven door Shapiro (2014): “Journalism comprises the activities involved in an independent pursuit of accurate information about current or recent events and its original presentation for public edification” (p. 561). Het debat rondom de invulling van de journalistiek stuurt aan op een functionele definitie, omdat deze belangrijk is voor de manier waarop journalistiek binnen een democratie functioneert (Hanitzsch & Vos, 2018). Omdat dit onderzoek kijkt naar de rol van de media (en journalistiek) met betrekking tot een maatschappelijke beweging, is een functionele definitie beter toepasbaar om een onderscheid te kunnen maken tussen de rollen van sociale media en traditionele media. Vandaar dat in dit onderzoek journalistiek behandeld wordt als het onafhankelijk nastreven en vastleggen van accurate informatie met betrekking tot actuele of recente gebeurtenissen voor het publiek.

Daarbij vindt de journalistiek idealiter een balans tussen hun informerende, vermakende, waakhond- en podiumfunctie (Adriaansen & Van Praag, 2010, p. 266; Ruigrok, Kester, Scholten, Ismaili & Goudswaard, 2012, p. 24). Door de informerende functie worden burgers op pluriforme wijze op de hoogte gehouden van de actuele gebeurtenissen in de maatschappij die als relevant worden geacht (Adriaansen & Van Praag, 2010, p. 266). De vermakende functie slaat daarentegen meer op informatie die bedoeld is ter verlichting of ontspanning van het publiek (Ruigrok et al., 2012, p. 24). Door te functioneren als waakhond zorgen de media ervoor dat de democratische waarden van de maatschappij worden gewaarborgd door op een onafhankelijke manier kritisch te kijken naar de keuzes van de politiek (Schultz, 1998, p. 50). Tot slot zorgt de podium- of platformfunctie van de media ervoor dat het publiek of de actiegroepen zich kunnen uiten over belangrijke actuele gebeurtenissen of politieke besluiten. Daarmee geven de media niet alleen gehoor aan de elite, maar vertegenwoordigen zij ook alle burgers (Ruigrok et al., 2012, p. 24; Adriaansen & Van Praag, 2010, p. 266).

De invulling van deze rollen van de journalistiek is niet altijd gericht geweest op alle lagen van de samenleving. Rond 1960 werd het Nederlandse medialandschap nog sterk getekend door de verzuiling (Van Beek, Rouw, & Schillemans, 2006). Journalisten die voor media binnen een specifieke zuil werkten, schreven vanuit een gemeenschappelijk referentiekader dat gedeeld werd met de kijkers en lezers van die zuil (Ruigrok, et al., 2012). Doordat binnen de zuilen sociale, politieke en culturele instanties bestonden, werd door de media binnen die zuilen vaak vanuit de

heersende ideologie het nieuws verslagen (idem). In de jaren 60 begon de ontzuiling, met als belangrijkste kenmerk dat “burgers niet langer gebonden waren aan vastgelegde identiteiten van levensbeschouwelijke of politiek-ideologische grondslag” (RMO, 2003, p. 19).

Daarnaast werden de banden tussen de media en de politieke partijen binnen dezelfde zuilen losser. Dit had als gevolg dat de verslaggeving van de journalisten in kranten pluriformer werd, maar de pluriformiteit tussen kranten afnam (Ruigrok et al., 2012; RMO, 2003). Op de televisie kwamen steeds meer niet-verzuidde omroepen en in 1989 werd de eerste commerciële omroep een feit (Van Beek, Rouw & Schillemans, 2006). Daarnaast kwamen in de jaren 90 de eerste gratis dagbladen in omloop. Hierdoor werd de journalistiek meer marktgeoriënteerd omdat deze dagbladen alleen advertentiekosten als inkomsten hadden en daarom meer inspeelden op wat de lezers echt wilden lezen (Ruigrok et al., 2012, p. 26). Daarmee werden ze directe concurrenten van de betaalde dagbladen (Van Dijck, 2010).

Ten tijde van het opkomen van het wereldwijde web werden de grenzen tussen mediaproductanten vervaagd. Met de opkomst van de digitalisering van het medialandschap versplinterde het publiek verder. De ontwikkeling van gratis kranten heeft eraan bijgedragen dat grote mediaproductanten hun monopolie verloren (Swart, Peters & Broersma, 2016, p. 905). Nieuws werd op steeds meer platformen gratis aangeboden en steeds vaker werden niet-traditionele media gebruikt voor nieuwsvoorziening (Van Dijck, Poell & de Waal, 2016, p. 83).

De digitalisering van het medialandschap aan het begin van de 21^e eeuw zorgde er tevens voor dat het mogelijk werd voor de consument om nu ook zelf nieuws te produceren (Swart, Peters & Broersma, 2016). Mediaproductanten moesten steeds beter hun best doen om de aandacht van de consument vast te houden waardoor het nieuws ook inhoudelijk veranderde. Door de commerciële omroepen kwam er meer aandacht voor entertainment en werden ook traditionele media ervan beschuldigd dat er meer vermakende elementen aan serieuze onderwerpen toegevoegd werden, ook wel infotainment genoemd (Paulussen, 2007; Brants, 1998).

Als gevolg van de commercialisering en digitalisering veranderden de rollen van de media langzaam. Waar eerst de media gewaardeerd werden om hun informerende, waakhond- en platformfunctie, zou de nadruk tegenwoordig te veel op de vermakende functie komen te liggen. Waar de media eerst beschuldigd werden van het veranderen in een schoothond en daardoor de politieke agenda zonder enige kritiek zouden overnemen, ontwikkelden de media nu hun eigen logica (Brants & Van Praag, 2006, p. 28; Van Dijck, Poell & de Waal, 2016, p. 87). “[H]et publieke domein werd aan ‘medialogica’ onderworpen” (RMO, 2003, p. 33). Hiermee wordt

bedoeld dat het format van het medium vorm geeft aan de boodschap en daarmee invloed heeft op het publieke debat en de manier waarop dat gevoerd wordt (idem).

Met de opkomst van het internet werd tevens plaats gemaakt voor sociale media. Dit onderdeel van het medialandschap werd een belangrijke bron voor de nieuwsgaring van consumenten. Volgens Singer (2003) heeft de opkomst van het internet de meeste impact gehad op de traditionele journalistiek (p. 139). Zo is uit onderzoek gebleken dat in Amerika al 67% van de volwassenen nieuws tot zich neemt via hun sociale media-accounts (Shearer & Gottfried, 2017). Op het gebied van journalistiek is *Twitter* een grote speler binnen de sociale media. Twitter biedt journalisten een toegankelijke manier om in contact te komen met bronnen en trekt daarom al sinds de oprichting in 2006 hun aandacht. Daarnaast is het voor nieuwsmedia makkelijk om nieuws te verspreiden via het platform en is door de toegankelijkheid van het platform de afstand tussen invloedrijke mensen en burgers afgenomen (Marwick & Boyd, 2011; Broersma & Graham, 2013). Het is daarom ook niet opmerkelijk dat #MeToo groot werd dankzij Twitter.

2.2 #MeToo als internationale maatschappelijke beweging

Hoewel de 'Me Too'-beweging al in 2006 werd opgericht door Tarana Burke, groeide de aandacht voor de beweging exponentieel na een tweet van Alyssa Milano in 2017 (Ohlheiser, 2017). Ten tijde van de oprichting werd de beweging vooral ingezet om steun te bieden aan (niet-witte) meisjes en vrouwen die slachtoffer waren geworden van seksueel wangedrag. De tweet van Milano was een reactie op het dossier rondom Harvey Weinstein dat gepubliceerd werd door *The New York Times* waarin het wangedrag van de Hollywoodproducent werd aangekaart. Met ruim 23 duizend retweets en meer dan 50 duizend likes werd de beweging na tien jaar echt nieuwswaardig. Het duurde nog geen 24 uur of er waren alleen in de Verenigde Staten al meer dan 12 miljoen berichten op Facebook geplaatst met de hashtag. In januari 2018 bedroeg het aantal tweets waarin #MeToo werd genoemd meer dan 6,5 miljoen (Hosterman, Johnson, Stouffer & Herring, 2018).

Volgens Gill en Orgad (2018) is de beweging zo groot geworden doordat media, voornamelijk sociale media, een prominentere rol spelen in de privélevens van mensen. Daarnaast zou er meer aandacht voor de beweging zijn doordat het feminisme weer in opkomst is en door de aandacht van de eerdere feministische bewegingen zoals SlutWalk, Black Lives Matter, Everyday Sexim en The Women's Room (p. 1317). Daarbij zijn de ontwikkelingen van #MeToo erg belangrijk omdat seksueel misbruik en verkrachting voorheen nog te vaak gerepresenteerd werden in de media als individuele gevallen in plaats van een structureel maatschappelijk probleem (p. 1318).

Wanneer gekeken wordt naar de rol van de traditionele media in de ontwikkeling van #MeToo als beweging valt hun aandeel niet te ontkennen. Eerdergenoemde onderzoeken toonden al aan dat hoewel de rollen van de traditionele media veranderd zijn, ze wel een grote rol spelen bij het bepalen van wat nieuwswaardig is en wat niet (Harder, Sevenans & Van Aelst, 2017; Knüpfer & Entman, 2018; Ruigrok et al., 2010). De tweet van Milano kwam na het rapport van *The New York Times* over het vermeende seksuele wangedrag van Weinstein (Agard, 2017). Door de aandacht van *The New York Times* werd het wangedrag van Weinstein nieuwswaardig voor andere media, wat uiteindelijk leidde tot een bredere discussie over seksueel misbruik. In Nederland is de #MeToo-casus van Jelle Brandt Corstius misschien wel het bekendste geval. Hij trad via *Trouw* naar buiten over zijn ervaring met seksueel misbruik (Corstius, 2017). In het artikel riep Corstius slachtoffers op ook naar buiten te treden met hun ervaringen. Daarmee werden niet alleen internationale verhalen rondom #MeToo in Nederland nieuwswaardig, maar ook misbruik op eigen bodem kwam meer naar voren. Zoals het vermeende misbruik door chef-dirigent Daniele Gatti die door het Koninklijk Concertgebouworkest werd ontslagen door interne klachten over zijn handelen (“Chef-dirigent koninklijk,” 2018). Enerzijds werden slachtoffers toegejuicht en anderzijds werd gesproken over een klopjacht (Wilms, 2018; Abrahams, 2017). De rol die de media spelen bij de ontplooiing van maatschappelijke bewegingen uit zich dan ook op twee manieren: hoeveel erover geschreven wordt en hoe de berichtgeving wordt geframed.

2.3 Nieuwswaarden en #MeToo

Een gebeurtenis wordt nieuws op het moment dat journalisten het nieuwswaardig achten. Hiervan is sprake op het moment dat de gebeurtenis voldoet aan bepaalde eigenschappen die ervoor zorgen dat het interessant wordt voor journalisten om erover te schrijven, ook wel nieuwswaarden genoemd (Galtung & Ruge, 1965). Het is belangrijk om stil te staan bij de veranderingen in de taxonomie van de nieuwswaarden als gevolg van het dynamische karakter van de media. Harcup en O’Neill (2001, 2017) hebben meerdere malen onderzoek gedaan naar hoe de nieuwswaarden door de tijd heen zijn veranderd. Op deze manier konden ze in kaart brengen hoe de opkomst van sociale media hierop van invloed is geweest.

Dergelijk onderzoek is van belang, omdat nieuwswaarden invloed hebben op de *agenda-setting* functie van nieuwsredacties. Wanneer een gebeurtenis meerdere nieuwswaarden bevat, zal dit ook invloed hebben op de hoeveelheid nieuws rondom een bepaalde gebeurtenis (Harcup en O’Neill (2001). Daarmee beïnvloeden nieuwsredacties eveneens waar het publiek over praat omdat, zoals eerder genoemd, de media de belangrijkste bron van informatie voor het publiek zijn geworden. Door te bepalen waar ze wel over schrijven en waarover niet, wordt voor de

consumenten besloten wat nieuwswaardig is en is er sprake van agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972).

Toch hoeven de nieuwswaarden niet voor iedere krant even zwaar te wegen. Zo zouden populaire kranten zich vooral richten op zachte nieuwswaarden en kwaliteitskranten vooral op harde nieuwswaarden (Welbers, Van Atteveldt, Kleinijenhuis, Ruigrok & Schaper, 2016, p. 4). Hoewel het nieuws eerst vooral bekend stond om harde nieuwswaarden, kwam zacht nieuws op toen de drie grootste Amerikaanse netwerken in de jaren 80 steeds vaker aandacht gaven aan gebeurtenissen die weinig tot geen echte gevolgen hadden (Scott & Gobetz, 1992). Eerder onderzoek toont aan dat zelfs wanneer de onderwerpen van verslaggeving meer naar hard nieuws neigen, populaire kranten een voorkeur vertonen voor het hanteren van zachte nieuwswaarden (Reinemann, Stayer & Scherr, 2017, p. 147). Hoewel zachte nieuwswaarden steeds vaker gehanteerd worden, beroepen voornamelijk kwaliteitskranten zich op harde nieuwswaarden en populaire kranten op zachte nieuwswaarden (Boukes & Vliegenthart, 2017)

Volgens Schultz (2007) is het belangrijk om naar de bredere implicaties van de termen hard en zacht nieuws te kijken. Deze scheiding is niet natuurlijk, maar wordt juist gebruikt om in de praktijk onderscheid te maken tussen nieuwsproducenten en daar in feite een waardeoordeel aan te koppelen. Schultz (2007) benadert nieuwswaarden dan ook meer vanuit Bourdieus journalistieke doxa. Dit zijn de ongeschreven sociale regels binnen het werkveld. Daarom maakt Schultz ook een onderscheid tussen heterodoxe nieuwswaarden en orthodoxe nieuwswaarden. De orthodoxe nieuwswaarden zouden vooral voorkomen in hard nieuws en zijn: actualiteit, relevantie, sensatie, identificatie en conflict (2007, p. 199). De harde nieuwswaarden staan in bovengenoemd onderzoek centraal, maar de zachte nieuwswaarden komen niet echt aan bod. Het onderzoek van Harcup en O'Neill (2017) leidt daarentegen tot een concrete lijst met vijftien zachte en harde nieuwswaarden. Daarin vallen relevantie, verrassing en conflict redelijk samen met de orthodoxe nieuwswaarden zoals benoemd in Schultz (2007), maar worden deze aangevuld met nieuwswaarden zoals onder meer drama, follow-up en omvang (p.1482). Daarbij geven Harcup en O'Neill (2017) aan dat de invulling van de nieuwswaarden erg afhankelijk is door wat er voornamelijk op *Facebook*, maar ook op *Twitter* voor veel interactie en verkeer zorgt (p. 1481).

Hoewel het onderzoek van Harcup en O'Neill (2017) een duidelijk overzicht biedt van de soorten nieuwswaarden die er zijn, biedt het geen duidelijk inzicht in welke nieuwswaarden vaker toegepast worden in zacht nieuws en welke vaker toegepast worden in hard nieuws. In een onderzoeksrapport van de *Nederlandse Nieuwsmonitor* komen Ruigrok, Schaper, Jacobi, Janssen, Denekamp en Welbers (2013) tot de volgende verdeling: relevantie en elite sluiten aan bij hard nieuws; celebrity, entertainment en verrassing komen voornamelijk terug in zacht nieuws. Slecht

nieuws en goed nieuws hebben met zowel hard als zacht nieuws te maken. Dit onderscheid tussen nieuwswaarden zal doorgevoerd worden in dit onderzoek.

Tabel 1. De verdeling van nieuwswaarden in dit onderzoek

Zachte nieuwswaarden	Harde nieuwswaarden	Neutrale nieuwswaarden
Celebrity	Elite	Slecht nieuws
Entertainment	Relevantie	Goed nieuws
Verrassing		

In de praktijk blijkt seksueel misbruik niet heel nieuwswaardig. Eerder onderzoek toont aan dat van de 40% van de seksueel misbruik gevallen die worden gemeld in Amerika, maar een fractie daadwerkelijk wordt behandeld in het nieuws. Deze tendens valt niet alleen terug te zien in Amerika maar is een internationaal fenomeen (Pennington & Birthisel, 2016, p. 2438). Volgens Jackson (2013) is het daarom belangrijk dat in de media meer aandacht besteed wordt aan seksueel misbruik omdat uit onderzoek is gebleken dat verslaggeving over dergelijke gebeurtenissen invloed heeft op de attitudes van de samenleving en de rechtspraak (p. 48). Daarom is het interessant om te onderzoeken hoe de Nederlandse berichtgeving zich tot deze nieuwswaarden verhoudt en of populaire en kwaliteitskranten van elkaar verschillen met betrekking tot de hoeveelheid nieuws rondom #MeToo. Vandaar de volgende deelvraag:

DV1: In hoeverre verschilt de hoeveelheid berichtgeving tussen populaire en kwaliteitskranten met betrekking tot #MeToo?

2.3.1 Zachte nieuwswaarden

Eén van de nieuwswaarden uit het onderzoek van Harcup en O'Neill (2010) is celebrity. De invulling van de nieuwswaarde celebrity is in de wetenschap niet eenduidig. Zo maakte Al-Rawi (2017) geen onderscheid tussen elite en celebrity, maar wordt dit verschil wel door Harcup en O'Neill benadrukt (2010). Hun definitie van celebrity gaat in op het idee dat artikelen die voldoen aan deze nieuwswaarde te maken hebben met mensen die al bekend zijn.

Uit eerder onderzoek naar seksueel misbruik en nieuwswaarden komt naar voren dat verkrachting vaak nieuwswaardiger is op het moment dat het in verband kan worden gebracht met een bekend persoon (celebrity) (Shoham, 2013). Daarmee zijn de bevindingen van dit onderzoek in lijn met de uitspraken van Boyle (2012), dat verkrachting vaak minder nieuwswaardig is door de hantering van nieuwswaarden binnen de journalistiek. Ook in het

onderzoek van Osborne, Sherry en Nicholson (2016) weerklinkt het geluid dat celebrity vaak in verband wordt gebracht met nieuws over seksueel misbruik (p. 265).

Hoe de nieuwswaarde zich verhoudt tot kwaliteitskranten wordt door meerdere onderzoeken toegelicht. Zo is gebleken dat steeds meer kwaliteitskranten door de commodificatie van de journalistiek zich beroepen op zachte nieuwswaarden zoals celebrity (O'Neill, 2012). Ander onderzoek van Harcup en O'Neill (2017) bevestigt de stelling dat celebrity ook steeds meer voorkomt in kwaliteitskranten, maar toch blijkt de nieuwswaarde vaker terug te vinden te zijn in populaire kranten (p. 1478). Aangezien er geen eenduidig antwoord is op de vraag of celebrity als nieuwswaarde voornamelijk voorkomt in populaire kranten ten opzichte van kwaliteitskranten is de volgende deelvraag geformuleerd:

DV2: In hoeverre verschillen populaire en kwaliteitskranten van elkaar in voorkomen van celebrity als nieuwswaarde?

Tevens wordt de nieuwswaarde entertainment vaak in verband gebracht met de nieuwswaarde celebrity. De invulling van deze nieuwswaarde is op te splitsen in artikelen die te maken hebben met: goede fotomomenten, verhalen die ondersteund kunnen worden door aantrekkelijke beelden maar inhoudelijk niet per se veel waarde hebben, artikelen die ingaan op seksuele handelingen, nieuws dat te maken heeft met dieren, humor, showbusiness en televisie en celebrities (Harcup & O'Neill, 2017, p. 274 – 275). Met de commodificatie van het medialandschap zou ook entertainment als een prominenter aanwezige nieuwswaarde worden gezien en zou het harde nieuws steeds meer vermengd worden met vermakende aspecten (Edgerly, 2015).

Volgens Ruigrok et al. (2013) heeft entertainment als nieuwswaarde vooral te maken met sport, human interest, grappig nieuws, seks, dieren en 'bizar' nieuws (p. 4). Daarmee sluiten zij redelijk aan bij de opvattingen van Harcup en O'Neill (2017). Voor dit onderzoek wordt dan ook uitgegaan van de opvatting dat entertainment met bovengenoemde onderwerpen te maken heeft.

Hoewel in meerdere onderzoeken naar voren komt dat entertainment duidelijk valt onder de zachte nieuwswaarden en daarmee voornamelijk terug te vinden is in populaire kranten (Harcup & O'Neill, 2010; Ruigrok et al., 2013; Schulz, 2007), kan dit niet zo makkelijk gesteld worden. #MeToo is namelijk gestart in de entertainmentindustrie en is daarom waarschijnlijk inherent vaak te koppelen aan entertainment als nieuwswaarde. Vandaar de volgende deelvraag:

DV3: In hoeverre verschillen populaire en kwaliteitskranten in het terugkomen van entertainment als nieuwswaarde in de berichtgeving rondom #MeToo?

Daarnaast wordt in dit onderzoek gekeken naar de zachte nieuwswaarde verrassing. Uit eerder onderzoek naar nieuwswaarden rondom seksueel misbruik is gebleken dat de nieuwswaarde verrassing vaak terug te vinden is in choquerende berichtgeving (Osborne et al., 2016). In het genoemde onderzoek werd gekeken naar de specifieke doelgroep atleten. Een verklaring voor de aanwezigheid van de nieuwswaarde verrassing zou kunnen zijn dat seksueel misbruik afwijkend gedrag is en daarmee niet snel in verband gebracht zal worden met mensen die op een voetstuk worden geplaatst, zoals atleten. In het geval van #MeToo is er sprake van actoren met dezelfde status. Denk hierbij aan Cristiano Ronaldo die beschuldigd werd van verkrachting (Ahmed, 2018) of Gwyneth Paltrow die naar voren kwam als één van de slachtoffers van Harvey Weinstein (Haylock, 2019). Beide gebeurtenissen hebben te maken met de nieuwswaarde verrassing omdat hier sprake is van mensen die door de maatschappij op een voetstuk zijn geplaatst zoals de actoren in de onderzochte berichtgeving in het onderzoek van Osborne et al. (2016).

Daarom wordt binnen dit onderzoek de nieuwswaarde verrassing gezien als: “Onverwacht nieuws, of nieuws waarbij in het verhaal een onverwachte wending zit. Het is een gebeurtenis die nieuws is omdat het een patroon onderbreekt of rechtstreeks ingaat tegen de algemene gedachte: ‘Topman levert bonus in’, ‘Man bijt hond’” (Ruigrok, et al., 2013). Doordat verrassing vooral te maken heeft met opmerkelijk nieuws wordt deze binnen de wetenschap vaak geschaard onder het zachte nieuws. Dit komt doordat de nieuwswaarde gezien kan worden als een manier om de aandacht van het publiek te behouden. Het valt daarmee niet onder de informerende functie van de media maar meer onder de vermakende functie (Ruigrok, et al., 2013, p.5). Verder werkt de nieuwswaarde choquerend voor het publiek, maar daarvoor hoeft het nieuws niet van groot belang te zijn (Patterson, 2000). Hoewel te verwachten is dat bij een beweging die draait om het aanpakken van seksueel misbruik veel sprake zal zijn van de nieuwswaarde verrassing, ligt het in de lijn der verwachtingen dat verrassing vooral terug te vinden valt in de populaire kranten. Deze geven de voorkeur aan zachte nieuwswaarden die te maken hebben met bijvoorbeeld schandalen (Allern, 2017, p. 142). Daaruit volgt de volgende hypothese:

H1: De nieuwswaarde verrassing zal vaker terug te vinden zijn in populaire kranten dan kwaliteitskranten met betrekking tot #MeToo

2.3.2 Harde nieuwswaarden

Ten eerste wordt op het gebied van harde nieuwswaarden gekeken naar elite. Aangezien deze nieuwswaarde vaak in verband wordt gebracht met celebrity is het nodig om een onderscheid te maken tussen deze twee. Hoewel te beargumenteren valt dat bekende mensen vallen onder de elite en de elite ook bekende mensen zijn, onderscheidt de elite zich doordat zij meer macht kan uitoefenen (Harcup & O'Neill, 2010). De elite omvat in dit geval machtige individuen, organisaties of instituties (p. 279). Dit onderscheid is van belang omdat #MeToo groot is geworden door bekende mensen, maar eigenlijk een aanval is op de elite, namelijk mensen die misbruik maken van hun macht om anderen seksueel uit te buiten (Gill & Orgad, 2018). Deze scheiding tussen elite en celebrity zal in dit onderzoek ook worden gehanteerd. Dat #MeToo ook veel te maken heeft met de elite wordt aangehaald in ander onderzoek waarbij de nadruk ligt op de machtsrelatie tussen het slachtoffer en de dader. In dit specifieke geval ging het om hulporganisaties die misbruik maken van hun macht om anderen seksueel te exploiteren (Gillespie, Mirabella & Eikenberry, 2019).

Elite als nieuwswaarde past daarmee binnen de harde nieuwswaarden omdat er vaak sprake is van een verband met onderwerpen die van nature meer met hard nieuws te maken hebben. Volgens Schulz (2007) gaat hard nieuws vaak over onderwerpen zoals politiek, economie en de zakenwereld (p. 195). Dit zijn onderwerpen die te maken hebben met óf elitelanden óf elitaire mensen. Ook Anderson en Ward (2007) sluiten hierbij aan door te zeggen dat hard nieuws significante invloed heeft op de levens van mensen. Omdat de nieuwswaarde elite binnen dit onderzoek draait om machtige individuen of organisaties, kan gesteld worden dat deze van invloed zijn op onderwerpen die hard nieuws vormen. Daarbij wordt hard nieuws gezien als een onderwerp van kwaliteitskranten. Hoewel ook kwaliteitskranten steeds meer infotainment produceren, wordt in de wetenschap vaak nog de benadering gebruikt dat kwaliteitskranten meer focussen op het harde nieuws (Lehman-Wilzig & Seletzky, 2010) en dat brengt ons tot de volgende hypothese:

H2: De nieuwswaarde elite is vaker terug te vinden in kwaliteitskranten dan in populaire kranten met betrekking tot #MeToo.

Verder wordt in dit onderzoek gekeken naar het gebruik van relevantie in populaire en kwaliteitskranten. Relevantie wordt vaak aangehaald als één van de belangrijkste en zwaarstwegende nieuwswaarden (Schulz, 2007). Volgens Schulz (2007) heeft relevantie te maken met de mate waarin het nieuws belangrijk is voor de lezers. Relevant nieuws is nieuws dat op z'n

minst erg belangrijk is voor een kleine groep mensen of gemiddeld belangrijk is voor een grote groep mensen (p. 197).

Volgens Boyle (2012) zijn het dergelijke nieuwswaarden die ervoor zorgen dat er minder over verkrachting wordt gerapporteerd in het nieuws. Wanneer gekeken wordt naar de relevantie van een verkrachtingszaak dan scoort deze vaak niet hoog omdat het in de meeste gevallen gaat om een individueel slachtoffer. De relevantie van #MeToo zou daarmee kunnen liggen in het feit dat de aandacht voor de beweging ontstond toen meerdere slachtoffers zich gingen uitspreken tegen vermoedelijke daders zoals Weinstein. In eerder onderzoek komt naar voren dat relevantie vaak in verband kan worden gebracht met seksueel misbruik gevallen op het moment dat er sprake is van bijvoorbeeld de betrokkenheid van sporters of andere groepen die een grote groep mensen aanspreken (Osborne et al., 2016). Vanuit die optiek zou #MeToo relevant kunnen worden omdat er een hoop actoren betrokken zijn die bekend zijn bij het publiek. Daarnaast heeft #MeToo te maken met de normen en waarden in onze samenleving: wat wordt gezien als grensoverschrijdend gedrag en wat als acceptabel (Murray, 2019, p. 825)? Seksueel misbruik is namelijk een misdrijf waar iedereen mogelijk slachtoffer van zou kunnen worden (Littleton et al., 2018).

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de definitie van relevantie zoals omschreven door Ruigrok et al. (2013):

Nieuws dat relevant is voor het publiek. Dit zijn kabinetsplannen voor hervormingen in de arbeidsmarkt, maar kan ook gaan over de oorlog in Syrië. Het is niet zozeer nieuws dat fijn is om te lezen, maar wel belangrijk om geïnformeerd te zijn over wat er om je heen gebeurt. Het gaat hier om het 'harde' soms 'saaie' nieuws. Het hoeft dus niet direct van invloed te zijn op de lezer. (p. 24)

Zoals uit deze definitie valt op te maken, heeft relevantie vooral te maken met het harde nieuws. Aangezien hard nieuws vooral in verband wordt gebracht met kwaliteitskranten (Jacobi, Kleinen-von Köningslów & Ruigrok, 2016) valt het te verwachten dat relevantie vaker terug te vinden is in dit type krant. Daarmee komt de volgende hypothese tot stand:

H3: De nieuwswaarde relevantie zal vaker terug te vinden zijn in kwaliteitskranten dan in populaire kranten met betrekking tot #MeToo.

2.3.3 Neutrale nieuwswaarden

Tot slot zijn de nieuwswaarden slecht nieuws en goed nieuws relevant voor dit onderzoek. Hoewel slecht nieuws al in een bepaalde mate voorkwam in de originele taxonomie van Galtung en Ruge (1963), hebben Harcup en O'Neill een duidelijk onderscheid gemaakt tussen goed en slecht nieuws. Aangezien wat goed nieuws is voor de een, slecht nieuws is voor de ander (Harcup & O'Neill, 2001, p. 264-265). Daarom zou slecht nieuws als nieuwswaarde betrekking moeten hebben op nieuws waarin de lading van het artikel negatief is, denk hierbij aan conflict of tragedie.

Wanneer gekeken wordt naar eerder onderzoek rondom seksueel misbruik en nieuwswaarden, valt ook slecht nieuws significant vaak terug te vinden in de berichtgeving (Osborne et al., 2016). Dit valt samen met de negatieve aard van seksueel wangedrag. Het is daarom goed mogelijk dat deze nieuwswaarde ook veel terug te vinden is in de berichtgeving rondom #MeToo.

Daarentegen valt het niet uit te sluiten dat goed nieuws als nieuwswaarde ook een rol speelt binnen dezelfde berichtgeving. Hoewel het bekend maken van een individueel geval negatief van aard kan zijn, kan de veroordeling van een dader weer gezien worden als positief nieuws. Goed nieuws heeft volgens Harcup en O'Neill (2001) voornamelijk te maken met artikelen die grotendeels positief zijn. Voor dit onderzoek wordt goed nieuws benaderd als nieuws waarbij er duidelijk sprake is van een positieve toon en heeft slecht nieuws vooral te maken met een negatieve toon binnen berichtgeving (Ruigrok, et al., 2013). Aangezien de verdeling van Ruigrok et al. (2013) in dit onderzoek wordt aangehouden, wordt ervan uitgegaan dat slecht en goed nieuws zowel binnen zacht als hard nieuws te herkennen zijn. In dit onderzoek worden goed nieuws en slecht nieuws verder gedefinieerd vanuit de doelen van de beweging. Goed nieuws heeft daarom positieve uitkomsten voor (de doelen van) #MeToo en slecht nieuws heeft negatieve gevolgen voor de beweging. Vandaar de deelvraag:

DV4: In hoeverre verschillen populaire en kwaliteitskranten in het voorkomen van goed nieuws en slecht nieuws in de berichtgeving rondom #MeToo?

2.4 Framing #MeToo

Hoewel nieuwswaarden en daarmee nieuwsselectie een grote invloed hebben op de beeldvorming van het publiek, is het belangrijk om tevens stil te staan bij de invloed van framing. Framing is een natuurlijk fenomeen dat niet alleen voorkomt wanneer journalisten over een gebeurtenis rapporteren, maar ook wanneer iemand simpelweg een verhaal vertelt. Entman (1993) legt

framing als volgt uit: het gaat om het selecteren en benadrukken van bepaalde aspecten van een gebeurtenis waardoor inherent andere aspecten achterwege worden gelaten (p. 52). Daarbij is framing onvermijdelijk omdat bij ieder verhaal, ieder artikel en iedere anekdote altijd een selectie gemaakt moet worden.

Volgens De Vreese (2005) is framing een communicatief proces dat opgedeeld kan worden in *frame-building* en *frame-setting* (p. 52). Bij *frame-building* gaat het om interactie met externe en interne factoren waarmee een journalist in contact komt tijdens het schrijven van een artikel. Deze interne factoren kunnen bijvoorbeeld te maken hebben met het medium waar de journalist voor schrijft en de externe factoren kunnen bijvoorbeeld de bronnen zijn waar de journalist mee te maken krijgt. Deze interactie resulteert in de uiteindelijke frames die toegepast worden door de journalist. *Frame-setting* heeft geen invloed op de journalist, maar beïnvloedt daarentegen de frames die het publiek uiteindelijk consumeert, met als gevolg dat deze frames overgenomen kunnen worden (idem). Het is belangrijk om framing te onderzoeken omdat het mogelijk mensen op subtiële wijze stuurt in hoe over een bepaald onderwerp gedacht moet worden. Daarmee hebben frames invloed op de opinievorming van het publiek (Fürsich, 2010).

Volgens Knüpfer en Entman (2018) zijn er vier verschillende ontwikkelingen die door de digitalisering van de journalistiek invloed hebben gehad op de manier waarop framing wordt toegepast. Daarvan zijn er twee ontwikkelingen die relevant zijn voor dit onderzoek. Ten eerste, de media zijn meer gefragmenteerd geraakt door de opkomst van mediaproducten die zich richten op specifieke niches. In plaats van een aantal grote producenten die verantwoordelijk zijn voor diverse meningen binnen het medium, zijn er nu veel meer kleine media die aanspraak maken op niches. Hierdoor zijn steeds meer verschillende frames met elkaar in strijd (p. 482). In het kader van #MeToo is dit een interessante ontwikkeling omdat dit gevonden verschillen tussen de type kranten zou kunnen verklaren. Kwaliteitskranten en populaire kranten richten zich op andere doelgroepen (Bakker & Scholten, 2014). De focus van populaire kranten ligt vaak op het meer sensationele nieuws (Stanley, 2012). Hierdoor framen dergelijke kranten dezelfde gebeurtenissen mogelijk op een andere manier. Daarom wordt in dit onderzoek gekeken naar de mogelijke verschillen in framing van hetzelfde fenomeen.

Ten tweede, nationale media maken steeds meer plaats voor internationale media, waardoor er op internationaal niveau en transnationale niveau strijd is om welke frames heersen. Daarbij hebben internationale frames bijvoorbeeld te maken met hoe er tegen oorlog aangekeken wordt. Transnationale frames hebben meer betrekking op kwesties die boven landen uitstijgen (p. 483). #MeToo is daarbij een voorbeeld van transnationale informatiestromen aangezien de hashtag tot een internationale discussie over seksueel misbruik leidde. In het kader van dit

onderzoek betekent dit dat gekeken kan worden of de gevonden resultaten vergelijkbaar zijn met gebruikte frames in bijvoorbeeld Amerika om te achterhalen of de Nederlandse berichtgeving beïnvloed is door de internationale berichtgeving.

Verder is het belangrijk om stil te staan bij de rol die de traditionele media spelen in het vormen van frames. Traditionele nieuwsbronnen zorgen er vaak voor dat gebeurtenissen in de wereld op de radar komen van online media. In het geval van de Steubenville verkrachtingszaak werd op een gegeven moment zelfs gesproken over het “*The New York Times*” effect. De berichtgeving van *The New York Times* zorgde hierbij voor de eerste frames. Daarmee beïnvloedde de krant hoe andere media gingen schrijven over de rechtszaak (Pennington & Birthisel, 2016, p. 2436). Dit voorbeeld geeft inzicht in hoe traditionele media niet alleen bepalen wat nieuwswaardig is, maar ook hoe ze invloed hebben op hoe over sociale kwesties geschreven wordt.

Hier is tevens sprake van *intermedia agenda-setting*, de media worden beïnvloed door andere media in de nieuwsselectie (Roberts & McCombs, 1994, p. 250). Deze vorm van agenda-setting kan problematisch zijn aangezien de nieuwsmedia hierdoor vaker gezamenlijk de voorkeur geven aan afwijkend nieuws (Breen, 1997, p. 349). Daardoor lopen de kranten het risico dat ze individuele gevallen uitlichten, maar niet dieper ingaan op het maatschappelijke probleem. Het nieuws rondom de beschuldigingen aan het adres van Asia Argento is hier een voorbeeld van. De motieven en doelen van #MeToo werden meteen in twijfel getrokken door de misstap van één betrokken individu. Hierdoor was er geen tijdelijk geen aandacht meer voor het grotere maatschappelijke probleem.

Hoewel de kranten daardoor mogelijk over dezelfde gebeurtenissen schrijven, wil dat niet zeggen dat ze deze op dezelfde manier framen. Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen *issue-specific frames* en *generic frames*. Het onderzoek van Evans (2018) geeft een duidelijk voorbeeld van issue-specific frames. De resultaten van het onderzoek toonden namelijk aan dat in het grootste deel van de artikelen seksueel misbruik werd geframed als een probleem van de entertainmentindustrie. Issue-specific frames zorgen ervoor dat er heel specifiek en met veel details naar de framing van een specifieke gebeurtenis, of in dit geval beweging, gekeken kan worden (De Vreese, 2005, p. 55). Daar ligt volgens De Vreese (2005) eveneens de valkuil van dit type frames: ze kunnen te specifiek zijn om te vergelijken met ander onderzoek (idem). Vandaar dat er in dit onderzoek gekeken wordt naar generieke frames. Dit type frames is generaliseerbaar en laat zich vergelijken met eerder onderzoek (Matthes, 2009, p. 350).

Eerder onderzoek naar de framing van Europese media kwam, onder meer, uit op de frames responsibility, conflict en human interest (Semetko & Valkenburg, 2001). In dit

onderzoek worden deze frames onderzocht en wordt aanvullend geanalyseerd in welke mate er sprake is van episodisch framen en thematisch framen.

2.4.1 Episodisch & thematisch framen

De eerste twee manieren van framen zijn episodisch en thematisch. Deze manieren van framen komen voort uit het eerder onderzoek van Iyengar (1991). Episodisch nieuws legt de nadruk op specifieke gebeurtenissen terwijl thematisch nieuws betrekking heeft op nieuws waarbij gebeurtenissen in een bredere analytische of historische context worden geplaatst (Aarøe, 2011, p. 209).

Eerder onderzoek naar de verslaggeving van huiselijk geweld jegens vrouwen toont aan dat deze gebeurtenissen significant vaker episodisch geframed worden met maar 3,9% van de artikelen die het geweld in een bredere context plaatsen (Bullock, 2007, p. 46). Daarentegen blijkt dat wanneer dagbladen over seksueel misbruik van kinderen schrijven er vaker sprake is van thematische framing dan episodische framing (Hove et al., 2013). Desalniettemin lijkt er een verschil te zijn in de manier waarop het misbruik van kinderen en dat van volwassenen wordt geframed. De bevindingen van Bullock (2007) worden ondersteund door ander onderzoek naar seksueel misbruik van vrouwen en de manier waarop daarover door de media geschreven wordt (Andelsman & Mitchelstein, 2019). Volgens Andelsman en Mitchelstein (2019) is het schadelijk dat in weinig gevallen misbruik geframed wordt als een maatschappelijk probleem omdat episodisch framen vaak in verband wordt gebracht met de verantwoordelijkheid van het slachtoffer.

Daarentegen stelt Aarøe (2011) dat episodisch framen niet kwalijk hoeft te zijn, omdat het eerder emotionele reacties oproept dan bij thematisch framen. Dat zou kunnen komen doordat human interest stukken vaker episodisch geframed worden en thematische framing eerder geassocieerd wordt met hard nieuws (idem). Ook eerder onderzoek naar de framing van #MeToo toont aan dat de media vaker terugvallen op het episodisch framen van incidenten dan het thematisch framen (Bohman, 2017).

Geen van de genoemde onderzoeken nemen het mogelijke verschil tussen populaire en kwaliteitskranten in overweging. Aan de andere kant is gebleken dat populaire kranten vaker episodisch framen en kwaliteitskranten vaker thematisch (Ruigrok, van Atteveldt, Gagestein & Jacobi, 2017). Dit komt doordat populaire kranten de voorkeur hebben voor zacht nieuws en eerder geneigd zijn om op emoties in te spelen en kwaliteitskranten de voorkeur hebben voor hard nieuws (Schaap & Pleijter, 2012; Ruigrok et al., 2017). Zo komt de volgende hypothese tot stand:

H6: Kwaliteitskranten framen vaker thematisch en populaire kranten vaker episodisch in hun berichtgeving over #MeToo

2.4.2 Responsibility frame

Daarnaast wordt het responsibility frame onderzocht. Eerder onderzoek toont aan dat framing van invloed is op wie er als verantwoordelijk wordt gezien voor een bepaalde gebeurtenis, situatie of probleem (Iyengar, 1987). Wanneer een artikel vooral individuele oorzaken benoemt, wordt het individu als verantwoordelijk beschouwd. Wordt daarentegen in de berichtgeving gesproken over maatschappelijke problemen dan zal eerder de overheid verantwoordelijk worden gehouden (p. 819).

Daarom draait volgens Semetko en Valkenburg (2001) het responsibility frame vooral om het kenmerk dat er in een nieuwsbericht de overheid, een groep of een individu verantwoordelijk wordt gehouden voor een situatie, gebeurtenis of een probleem. Uit hun onderzoek blijkt dat in de Nederlandse media vooral gesproken wordt over de verantwoordelijkheid van de overheid. Daarbij is het belangrijk om te vermelden dat dit onderzoek wel betrekking heeft op artikelen met een specifieke politieke insteek.

Toch blijkt het belang van het responsibility frame ook uit onderzoeken met een andere insteek. In een studie naar de framing van klimaatverandering in Nederland en Frankrijk kwam ook het belang van het responsibility frame naar voren. Klimaatverandering en seksueel misbruik hebben al meer raakvlakken omdat het beiden onderwerpen zijn waar individuen vaak een sterke mening over hebben, maar door de elite dikwijls behandeld wordt als taboe of niet serieus genomen wordt (Antilla, 2005; Boyle, 2012). Tevens werden in beide gevallen de onderwerpen niet serieus genoeg genomen om voor systematische verandering te zorgen (Cann & Raymond, 2018). In hun onderzoek naar de framing van klimaatverandering in Nederlandse en Franse media vonden Dirikx en Gelders (2010) dat van de vijf onderzochte frames responsibility significant vaker voorkwam dan bijvoorbeeld het human interest frame.

Deze bevindingen worden eveneens onderschreven door eerder onderzoek naar taboe-onderwerpen zoals HIV. In de Amerikaanse berichtgeving wordt HIV nog vaak geframed als een probleem van individuen in plaats van een maatschappelijk probleem. Dit zorgt ervoor dat HIV ook gezien wordt als een probleem waar een individu de verantwoordelijkheid voor draagt en niet de maatschappij. Terwijl een maatschappelijke benadering beter zou werken voor het bestrijden van de ziekte (Morris & Kahlor, 2018).

Dat het verschuiven van de verantwoordelijkheid van een individu naar een bredere schaal werkt, wordt bevestigd door het onderzoek van Kuhl, Kosloski, Bontrager Ryon en Monar (2018). Het gebruik van het responsibility frame in het nieuws rondom de Amerikaanse strijdkrachten zou ervoor gezorgd hebben dat deze instituties maatregelen hebben ondernomen om seksueel misbruik tegen te gaan. Doordat de media niet alleen het slachtoffer of de dader een gezicht gaven, werden de strijdkrachten onder druk gezet om hun bedrijfscultuur aan te passen (p. 11).

Aangezien het responsibility frame een significante rol heeft gespeeld in bovenstaande bewegingen en onderwerpen, is het interessant om te onderzoeken in welke hoedanigheid en op welke manier dit frame wordt ingezet in de Nederlandse dagbladen met betrekking tot #MeToo. Uit eerder onderzoek blijkt dat het responsibility frame voornamelijk voorkomt in kwaliteitskranten (Semetko & Valkenburg, 2001). Vandaar de volgende hypothese:

H7: Het responsibility frame valt vaker te herkennen in de berichtgeving over #MeToo door kwaliteitskranten dan populaire kranten.

2.4.3 Conflict frame

Eveneens is het conflict frame van interesse voor dit onderzoek. Vroege opvattingen over het conflict frame maakten onderscheid tussen drie verschillende dimensies: persoonlijke band versus taak, emotie versus intellect en compromis versus winst (Pinkey, 1990). Hoewel eerder onderzoek naar het conflict frame voornamelijk de nadruk legt op interpersoonlijk conflict, werd niet lang daarna de rol van het conflict frame binnen de media behandeld in de wetenschap. Zo bespreekt Patterson in 1993 al hoe steeds meer nieuwsmedia zich beroepen op het conflict frame.

Het toepassen van het conflict frame is interessant voor de nieuwsmedia omdat het de aandacht van de lezer trekt (Neuman, 1992). Daarnaast gebruikt het conflict frame een wij versus zij scheiding die uiteindelijk ook zo door de lezer kan worden overgenomen (Wondolleck, Gray & Bryan, 2003). De meest gangbare opvatting van het conflict frame gaat uit van verslaggeving waarin er sprake is van conflict en onenigheid tussen groepen, individuen en organisaties (An & Gower, 2009; Semetko & Valkenburg, 2001; De Vreese, 2005).

Daarnaast blijkt uit onderzoek naar onder meer crisis berichtgeving dat het conflict frame veel terug valt te vinden in de berichtgeving van de media (An & Gower, 2009). Hoewel het conflict frame vaak in verband wordt gebracht met politiek nieuws (Semetko & Valkenburg, 2001; Entman, 2004; De Vreese, Peter & Semetko, 2000; Aalberg, Strömbäck & De Vreese, 2012), is het frame ook van belang voor de berichtgeving rondom seksueel misbruik en

bewegingen zoals #MeToo. Onderzoek heeft aangetoond dat de framing van de discussie rondom mensenrechtenschending van invloed is op het uiteindelijke slagen van de discussie (Brysk, 2013). Het conflict frame kan bijvoorbeeld ingezet worden om de patriarchische opvattingen rondom verkrachting om te zetten in een debat waarin slachtoffers serieus worden genomen in plaats van beschuldigd (Brysk, 2017).

Tevens toont eerder onderzoek naar LHBTIA+ rechten aan dat het conflict frame vaak dominant is in de berichtgeving rondom deze groep (Brown, Cole & Fischer, 2018). Dit is van belang voor dit onderzoek omdat LHBTIA+'ers, net als vrouwen, vaak slachtoffer zijn van seksueel misbruik, patriarchische normen en rape culture (Todahl, Linville, Bustin, Wheeler, & Gau, 2009; Johnson, Corbett-Hone, Gutekunst, & Grove, 2019). Deze bevindingen worden verder ondersteund door onderzoek naar berichtgeving rondom seksueel misbruik waarbij het conflict frame naar voren komt als één van de meest dominante frames (Kuhl et al., 2018). Het is daarom interessant om te onderzoeken in welke mate het conflict frame voorkomt in de berichtgeving rondom #MeToo.

Hoewel het conflict frame eerder in verband is gebracht met kwaliteitskranten, betrof het in dat geval politieke verslaggeving (Semetko & Valkenburg, 2001). De eerdere onderzoeken van, onder meer, Kuhl et al. (2018), Todahl et al. (2009) en Johnson et al. (2019) naar het voorkomen van het conflict frame in de berichtgeving over seksueel misbruik doen dit niet suggereren. Daarnaast is conflict een kernonderdeel van de #MeToo discussie: de beweging is een antwoord op de machtsverschillen tussen voornamelijk mannen en vrouwen en de ongewenste gevolgen daarvan (Ozkazanc-Pan, 2019). Dit leidt tot de volgende deelvraag:

DV5: In hoeverre verschillen populaire en kwaliteitskranten van elkaar met betrekking tot het voorkomen van het conflict frame in hun berichtgeving rondom #MeToo?

2.4.4 Human interest frame

Tot slot, wordt onderzocht in welke mate er sprake is van het human interest frame. Dit frame is mogelijk een gevolg van de opkomst van infotainment. De focus is daardoor meer verschoven naar de dramatische en emotionele kant van een gebeurtenis (Dirikx & Gelders, 2010). Een voorloper van dit frame is het human impact frame, dat omschreven wordt als een focus “on describing individuals and groups who are likely to be affected by an issue” (Neuman, et al., 1992, p. 69). Daarbij voorkomt de officiële toon van de journalist dat de compassie voor de betrokkenen expliciet merkbaar is in het artikel (idem).

Semetko en Valkenburg (2001) vullen deze definitie verder aan door het human interest frame als volgt te omschrijven: “This frame brings a human face or emotional angle to the presentation of an event, issue or problem” (p. 95). Een groot deel van het onderzoek dat voortborduurde op deze definitie van het frame ging vooral in op het voorkomen van het frame in de berichtgeving over de vluchtelingencrisis (Steimel, 2010; d'Haenens & De Lange, 2001; Figenschou & Thorbjørnsrud, 2015). Dat is niet uitzonderlijk omdat het vluchtelingendebat te maken heeft met veel individuen en uitzonderlijke situaties. Het frame is daarentegen niet slechts bruikbaar voor nieuws over vluchtelingen. Eerder onderzoek naar geweld tegen vrouwen toont aan dat het human interest frame vaak gebruikt wordt om deze gebeurtenissen te verslaan in plaats van dat deze behandeld worden als mensenrechtenschending (Bouzerdan & Woodring, 2018). Volgens Bouzerdan en Woodring (2018) is dat schadelijk omdat het voorkomt dat er naar deze gebeurtenissen gekeken wordt als een maatschappelijk probleem.

Daarentegen vinden Kuhl et al. (2018) dat het gebruik van het human interest frame juist kan bijdragen aan steun voor de slachtoffers van dergelijke misdrijven. Zeker wanneer het human interest frame voorkomt in combinatie met het responsibility frame. De verantwoordelijkheid van de dader wordt dan samengebracht met de sympathie voor het slachtoffer. Toch is het niet uitzonderlijk dat Bouzerdan en Woodring (2018) stellen dat het human interest frame niet bevorderlijk werkt voor de framing van geweld jegens vrouwen. Het human interest frame wordt namelijk vaker in verband gebracht met episodisch framen (Aarøe, 2011; Baum, 2003; Valkenburg, Semetko & De Vreese, 1999). Desalniettemin bestaat er een consensus over de koppeling van het human interest frame aan de berichtgeving rondom geweld jegens vrouwen.

Hoewel het human interest frame mogelijk het gevolg is van de opkomst van infotainment en daarom vaak in verband wordt gebracht met populaire kranten, doet eerder onderzoek naar seksueel misbruik van en geweld jegens vrouwen niet suggereren dat de human interest benadering zich slechts beperkt tot populaire kranten. De onderzoeken van Bouzerdan en Woodring (2018) en Kuhl et al. (2018) laten zien dat het human interest frame een veel gebruikte manier is om geweld tegen vrouwen te verslaan in het nieuws ongeacht het type krant. Waar eerder onderzoek naar het human interest frame in het algemeen deze manier van framing voornamelijk onder populaire kranten schaaft, bijvoorbeeld Valkenburg, Semetko & De Vreese (1999), weerklinkt dit niet in onderzoek specifiek gericht op seksueel misbruik. Daarom is de volgende deelvraag opgesteld:

DV6: In hoeverre verschillen populaire en kwaliteitskranten van elkaar met betrekking tot het voorkomen van het human interest frame in hun berichtgeving rondom #MeToo?

3. Methode

3.1 Data verzameling

De Nederlandse berichtgeving rondom #MeToo staat in dit onderzoek centraal. Voor de data van dit onderzoek is een selectie gemaakt van artikelen die tussen 17 oktober 2017 en 30 maart 2019 gepubliceerd zijn. Deze keuze berust op het feit dat in Nederland voor het eerst over #MeToo in de kranten werd geschreven op 17 oktober 2017. Voor het onderscheid tussen populaire en kwaliteitskranten is gekozen voor de volgende kranten: *De Volkskrant*, *NRC Handelsblad* en *Trouw* worden behandeld als kwaliteitskranten; en *De Telegraaf* en *Algemeen Dagblad* worden beschouwd als populaire kranten (Ruigrok et al., 2017, p. 914).

De artikelen binnen de dataset zijn gevonden door alle gepubliceerde artikelen binnen de bovengenoemde kranten en periode te filteren op de zoekterm 'MeToo'. Het corpus van de automatische inhoudsanalyse is gefilterd op berichten waarin de zoekterm minimaal één keer voorkomt. Dit leverde een totaal van 1997 artikelen op (zie tabel 2). Daarentegen is voor het handmatige deel van het onderzoek gekozen om de eis te hanteren dat de zoekterm minimaal twee keer moest voorkomen in de automatische selectie. Zo werd voorkomen dat de artikelen inhoudelijk niet voldoende over #MeToo gaan om conclusies te kunnen trekken over de framing en nieuwswaarden. Hoewel er geen directe richtlijn is voor het aantal artikelen dat nodig is om tot verzadiging te komen, is het belangrijk dat het corpus groot genoeg is om generaliserende uitspraken te kunnen doen over de resultaten (Krippendorff, 2019, p. 124). Na het filteren op dubbele artikelen is de omvang van het corpus 721 artikelen (zie tabel 2).

Tabel 2. Aantal nieuwsartikelen per type krant en analyse

	Automatische analyse	Handmatige analyse
Kwaliteitskranten	1545	584
Populaire kranten	452	137
Totaal	1997	721

3.2 Kwantitatieve inhoudsanalyse

De bovengenoemde data is aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse onderzocht: “a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the contexts of their use” (Krippendorff, 2004). De kwantitatieve inhoudsanalyse onderscheidt zich van de kwalitatieve doordat deze, onder meer, deductief van aard is (White & Marsh, 2006). Het doel van deze methode is om opvallende kenmerken binnen teksten zichtbaar te maken en daar patronen in terug te zien (Krippendorff, 1989). Op deze manier is het mogelijk

een groot aantal mediateksten te analyseren op een systematische manier (Stemler, 2001). In dit onderzoek is de kwantitatieve inhoudsanalyse zowel handmatig als automatisch uitgevoerd.

De automatische analyse is gebruikt om alle artikelen over #MeToo te kunnen filteren uit alle berichtgeving in de gegeven periode. Daarmee werd het mogelijk om een antwoord te geven op de eerste deelvraag. Daarentegen zijn computers slechts in staat om manifeste onderdelen van teksten te kunnen begrijpen, zoals de zoekterm 'MeToo'. Daarom is het voor coderen van latente eigenschappen zoals frames en nieuwswaarden wenselijk om het corpus handmatig te coderen (Van Atteveldt, Ruigrok, Takens, & Jacobi, 2014, p 41). Voor het handmatig coderen van de nieuwswaarden en frames is een uitgebreid codeboek opgesteld om zo de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden.

Door het gebruik van deze methode is het mogelijk om het gehele corpus te onderzoeken omdat de kwantitatieve inhoudsanalyse ervoor zorgt dat een groot aantal mediateksten op een relatief snelle manier onderzocht kan worden (Krippendorff, 1989).

3.3 Operationalisering

3.3.1 Nieuwswaarden

In lijn met de onderzoeken van Schultz (2007), Harcup en O'Neill (2017) en Ruigrok et al. (2013) worden relevantie, elite en conflict behandeld als harde nieuwswaarden. Verrassing, celebrity en entertainment worden daarentegen als zachte nieuwswaarden beschouwd. Slecht nieuws en goed nieuws worden gezien als neutrale nieuwswaarden. Voor de handmatige inhoudsanalyse van deze nieuwswaarden, zijn vragen opgesteld die beantwoord kunnen worden met 'ja' of 'nee' (tabel 3). Het is daarbij mogelijk dat meerdere nieuwswaarden in één artikel kunnen voorkomen (Harcup & O'Neill, 2017).

Het is belangrijk om de betrouwbaarheid van de codeerinstructie te controleren om te voorkomen dat de data wordt gecodeerd op een manier die bevestigend werkt voor de opgestelde hypothesen (Krippendorff, 2008, p. 325). Daarom is een steekproef van 50 artikelen door twee codeurs gecodeerd. De intercodeurbetrouwbaarheid is vervolgens berekend middels de Cohen's Kappa om ervoor te zorgen dat de codeerinstructie betrouwbaar is en eventuele overeenkomsten tussen de codeurs niet het gevolg zijn van toeval.

In tabel 3 valt terug te zien dat alle Cohen's Kappas een minimale samenhang hebben van 0.7 met de nieuwswaarde celebrity als uitschieter met een waarde van 1. Daarmee hebben alle Cohen's Kappas een voldoende tot perfecte overeenkomst (Cohen, 1960; Kuhl et al., 2018). De individuele berekeningen van de Cohen's Kappas zijn terug te vinden in bijlage A.

Tabel 3. Operationalisering van de harde, zachte en neutrale nieuwswaarden

Nieuwswaarde	Operationalisering	Cohen's Kappa
Hard		
Relevantie	Gaat het artikel over groepen of landen die gezien worden als invloedrijk of op het gebied van cultuur of geschiedenis bekend zijn bij het publiek? Dit nieuws is vaak droger en harder en heeft informeren als doel. Het is niet altijd het meest interessante nieuws maar wel belangrijk om van op de hoogte te zijn. Daarnaast heeft het nieuws betrekking op maatschappelijke, buitenlandse en economische onderwerpen.	0.82
Elite	Gaat het artikel over elite landen of politici zoals de Verenigde Staten of Poetin? Het hoeft daarbij niet te gaan over de macht van het onderwerp, maar doordat het verhaal over de elite gaat is het verhaal interessanter dan wanneer het bijvoorbeeld over een conciërge van een school zou gaan.	0.86
Zacht		
Verrassing	Gaat het artikel over een verrassende gebeurtenis of biedt het een contrast ten opzichte van wat als normaal gezien zou worden? Bij #MeToo zouden dat bijvoorbeeld artikelen zijn die nieuwe daders bekendmaken.	0.81
Entertainment	Gaat het om gebeurtenissen die te maken hebben met seks, de showbusiness, sport, human interest, dieren of zorgt het voor vermaak?	0.93
Celebrity	Heeft het artikel betrekking op een persoon die al beroemd is?	1
Neutraal		
Slecht nieuws	Heeft het nieuwsbericht een overkoepelende negatieve toon? Denk hierbij aan oorlogen, tragedies enz.	0.71
Goed nieuws	Gaat het artikel over vooruitgang of is de onderliggende toon van het artikel positief?	0.72

3.3.2 Frames

De frames die in dit onderzoek centraal staan, komen voort uit Kuhl et al. (2018), Gross (2008) en Semetko en Valkenburg (2001) en zijn als volgt: episodisch, thematisch, conflict, responsibility en human interest. Eveneens is de intercodeurbetrouwbaarheid van deze frames gemeten door een steekproef van 50 artikelen door twee codeurs te laten coderen. De episodische en thematische frames zijn de enige frames waarvoor alleen de aanwezigheid of afwezigheid van het

frame is berekend. Voor de andere frames is de mate van aanwezigheid berekend omdat zij met meerdere vragen gemeten worden. Daarnaast is het voor alle vragen alleen mogelijk om te antwoorden met 'ja' of 'nee'.

3.3.2.1 Episodisch frame

Wanneer er sprake is van het episodische frame wordt de nadruk gelegd op een individuele gebeurtenis (Aarøe, 2011, p. 209). Daarom wordt de aanwezigheid van het episodische frame in dit onderzoek aan de hand van de volgende vraag onderzocht:

- Wordt in het artikel de specifieke situatie van een individu of een specifieke gebeurtenis benoemd?

Het episodische frame heeft een Cohen's Kappa van 0.76 en is daarom voldoende betrouwbaar. De berekening is terug te vinden in bijlage A.

3.3.2.2 Thematisch frame

Er is sprake van het thematische frame wanneer gebeurtenissen in een bredere historische of analytische context worden geplaatst (Aarøe, 2011, p. 209). Vandaar dat het thematische frame in dit onderzoek aan de hand van de volgende vraag wordt onderzocht:

- Wordt er gesproken over de bredere sociale, maatschappelijke of historische implicaties van de gebeurtenis?

Het thematische frame heeft een Cohen's Kappa van 0.76 en is daarom voldoende betrouwbaar. De berekening is terug te vinden in bijlage A.

3.3.2.3 Responsibility frame

Het responsibility frame is aanwezig op het moment dat er in een nieuwsbericht de overheid, het rechtssysteem, een groep of een individu verantwoordelijk wordt gehouden voor een situatie, probleem of gebeurtenis (Semetko & Valkenburg, 2001). Daarom wordt dit frame aan de hand van de volgende vragen onderzocht:

- Suggereert het artikel dat de overheid of het rechtssysteem verantwoordelijk is voor het probleem?
- Suggereert het artikel dat een individu of een groep mensen binnen de samenleving verantwoordelijk is voor het probleem?
- Suggereert het artikel dat de overheid of het rechtssysteem een rol kan spelen in het oplossen van het probleem?

De gemiddelde Cohen's Kappa van het responsibility frame is 0.83 en daarmee is dit frame zeer betrouwbaar. De Cohen's Kappas berekend per vraag zijn terug te vinden in bijlage A.

3.3.2.4 Conflict frame

De gehanteerde definitie van het conflict frame in dit onderzoek is berichtgeving waarin sprake is van onenigheid en conflict tussen individuen, groepen en organisaties (Semetko & Valkenburg, 2001). Daarom wordt het conflict frame aan de hand van de volgende vragen onderzocht:

- Verwijst het artikel naar meerdere kanten van het verhaal?
- Weergeeft het artikel een onenigheid tussen verschillende partijen?
- Beschrijft het verhaal winnaars en verliezers?

De gemiddelde Cohen's Kappa van het conflict frame is 0.82 en daarmee is dit frame zeer betrouwbaar. De Cohen's Kappas berekend per vraag zijn terug te vinden in bijlage A.

3.3.2.5 Human interest frame

De definitie van Semetko en Valkenburg (2001) gaat ervanuit dat bij het voorkomen van het human interest frame voor een menselijke kant of een emotionele invalshoek wordt gekozen in de berichtgeving over een bepaalde gebeurtenis of probleem (p. 95). Vandaar dat het human interest frame aan de hand van de volgende vragen wordt onderzocht:

- Gebruikt het artikel bijvoeglijke voornaamwoorden of persoonlijke noten die voor woede, empathie, medeleven, sympathie of compassie zorgen?
- Benadrukt het artikel hoe individuen of groepen beïnvloed worden door het probleem?
- Gaat het artikel in op het privé of persoonlijke leven van de actoren?

De gemiddelde Cohen's Kappa van het human interest frame is 0.74 en daarmee is de betrouwbaarheid van dit frame ruim voldoende. De Cohen's Kappas berekend per vraag zijn terug te vinden in bijlage A.

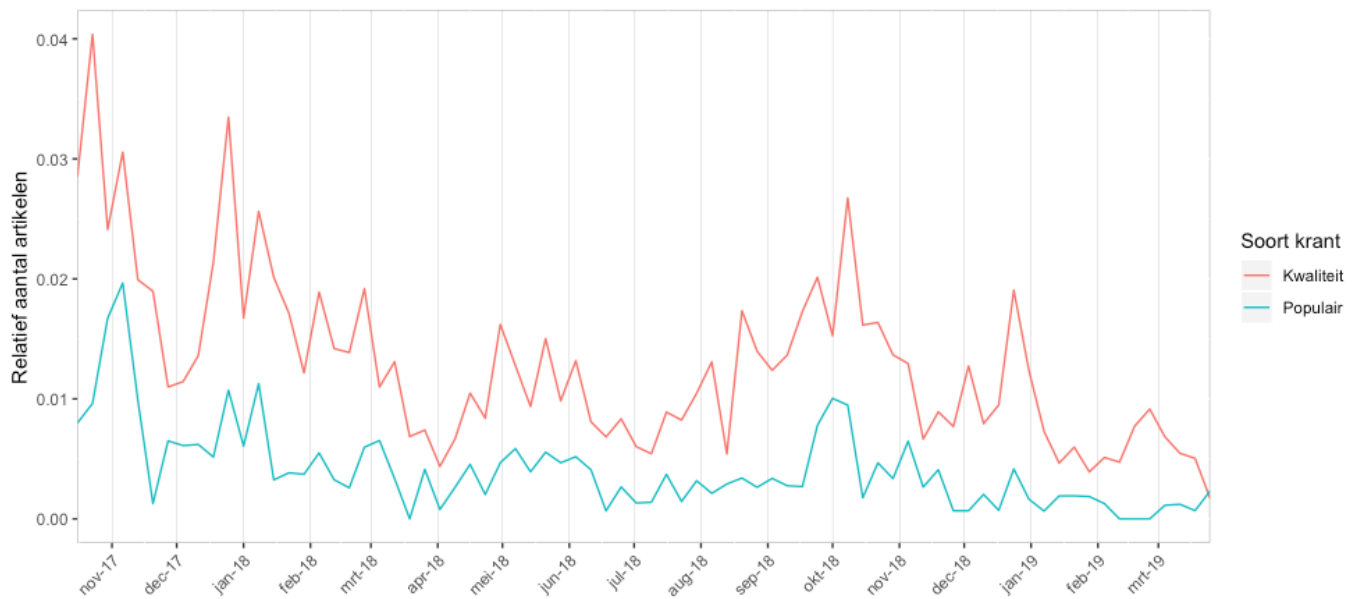
4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van dit onderzoek besproken. Eerst wordt gekeken naar de mate waarin #MeToo onderdeel is geweest van de totale berichtgeving van de onderzochte kranten en welke gebeurtenissen ervoor hebben gezorgd dat er pieken ontstonden in de berichtgeving. Vervolgens worden de belangrijkste resultaten met betrekking tot de gevonden nieuwswaarden besproken en gekeken in welke mate zij invloed hebben gehad op de berichtgeving. Hetzelfde onderscheid wordt gemaakt voor de onderzochte frames door eerst in te gaan op de belangrijkste bevindingen. Tot slot wordt onderzocht op welke manier deze nieuwswaarden en frames zich tot elkaar verhouden om tot een volledig beeld te komen van hoe de Nederlandse berichtgeving over #MeToo werd vormgegeven.

4.1 Hoeveelheid nieuws

Allereerst kijken we naar de totale berichtgeving rondom #MeToo in de periode van 17 oktober 2017 tot en met 30 maart 2019. Grafiek 1 laat zien dat rond 17 oktober #MeToo haar eerste piek kende en gedurende een periode van anderhalf jaar met regelmaat terugkeerde in het nieuws. Eveneens toont deze grafiek dat populaire en kwaliteitskranten op gelijke momenten pieken in de berichtgeving hebben wanneer #MeToo weer interessant werd om over te schrijven. Deze correlatie blijkt significant, ($r = 0.74$), $t(74) = 9.52$, $p < 0.001$. Daarom is het interessant om te kijken naar de belangrijkste momenten die ervoor zorgden dat #MeToo weer op de agenda kwam van de Nederlandse media.

De meest opvallende pieken in de hoeveelheid nieuws doen zich voor rond oktober 2017, januari 2018, mei 2018 en oktober 2018. In oktober 2017 kwam de #MeToo beweging op gang naar aanleiding van een tweet van Alyssa Milano. Met als gevolg dat op 23 oktober Jelle Brandt Corstius en Gijs van Dam de eerste Nederlandse #MeToo-casus werden. Deze werd uitgebreid besproken en opgepakt door de traditionele media. Corstius verscheen die dag met een open brief op de voorpagina van *Trouw* met de titel “Ik ook. Maar ik kan het niet vertellen” (Corstius, 2017). Dat deze zaak veel bediscussieerd werd, zorgde voor een piek in de berichtgeving. In 93 van de gevonden artikelen werd Jelle Brandt Corstius genoemd. De nieuwswaarde nabijheid (Harcup & O’Neill, 2017) heeft hier een grote rol gespeeld. Doordat het een bekende Nederlander betrof, werd de beweging relevanter en interessanter voor de Nederlandse media.



Grafiek 1. Het verloop van de berichtgeving over #MeToo in de onderzochte periode

De data laten een volgende piek zien rond januari 2018. In het voorjaar van 2018 vonden de belangrijkste uitreikingen op het gebied van film en televisie plaats in Hollywood: de Oscars en de Golden Globes. Hierbij kwam de nadruk in de media te liggen op de speech van Oprah Winfrey tijdens de Golden Globes waarin ze zich heeft uitgesproken over een nieuw aangebroken tijdperk en de protestacties van een groot aantal actrices in de naam van de beweging Time's Up. In *NRC Handelsblad* werd de ceremonie als het volgt beschreven:

Het is de eerste grote Hollywoodceremonie sinds #MeToo die viraal ging; voor en tijdens de uitreiking werden talloze statements gemaakt over seksueel grensoverschrijdend gedrag en ongelijkheid in de filmindustrie. Behalve dat ze over de rode loper wandelden in elegante zwarte jurken, namen sommige actrices zoals Meryl Streep en Emma Stone vrouwelijke activisten mee als date. (Snijders, 2018)

Deze ceremonies waren een belangrijk moment voor de beweging omdat de actrices hier opriepen tot actie en voorbij het idee wilden dat #MeToo alleen maar zou blijven draaien om het benoemen van daders (Snijders, 2018; van Houwelingen, 2018). Daarnaast verscheen in januari 2018 een brief in de Franse krant *Le Monde*, ondertekend door, onder meer, de Franse actrice Catherine Deneuve, waarin 100 vrouwen zich uitspraken tegen #MeToo. De Franse vrouwen vonden dat de beweging omgeslagen was in een heksenjacht (Giesen, 2018). In januari draaide de berichtgeving daarmee vooral om enerzijds vrouwen die zich uitspraken voor #MeToo en anderzijds vrouwen die zich uitspraken tegen #MeToo.

Tot slot richt het onderzoek zich op de pieken in mei 2018 en oktober 2018 omdat in mei Harvey Weinstein, de eerste beschuldigde onder #MeToo, officieel aangeklaagd werd in New York (Janssen, 2018). Dit was een belangrijk moment voor #MeToo omdat een beroep werd gedaan op de rechtsstaat en niet meer geleund werd op een *trial-by-media* waarover beklag werd gedaan in de kranten (Kist, 2017; Kraak, 2019; Remarque, 2017). De piek in oktober 2018 werd vooral veroorzaakt door een reflectie van de media op wat een jaar #MeToo wel en niet zou hebben opgeleverd. Zo kopte *Trouw* op 8 oktober 2018 “Een jaar #MeToo: Heeft het wat opgeleverd?” (Vissers). In *NRC Handelsblad* werd onder meer geschreven over of bekende mensen die door #MeToo in opspraak waren gekomen nog weer hun eerdere status of positie zouden kunnen verwerven (Rijghard, 2018). Een ander veel besproken onderwerp in oktober 2018 was het artikel in *Das Spiegel* waarin Cristiano Ronaldo beschuldigd werd van het verkrachten en afkopen van een vrouw in 2009 (Fontein, 2018). Eveneens kreeg de Amerikaanse politiek veel aandacht met de discussie rondom de aanstelling van Brett Kavanaugh als Supreme Court Justice.

Daarnaast toont grafiek 1 dat kwaliteitskranten veel meer artikelen hebben gepubliceerd rondom #MeToo dan populaire kranten, respectievelijk 1545 artikelen in kwaliteitskranten ten opzichte van 452 artikelen in populaire kranten (zie ook tabel 4).

Tabel 4. Percentage berichtgeving #MeToo per type krant

	Totale aantal artikelen	#MeToo	% #MeToo
Kwaliteitskranten	120542	1545	0.6%
Populaire kranten	108303	452	0.2%

Ook relatief is dit verschil te zien. Bij kwaliteitskranten ($M = 0.006$, $SD = 0.003$) gaat het om 0.6% van de totale gedrukte berichtgeving, bij populaire kranten ($M = 0.002$, $SD = 0.006$) is dit percentage met een totaal van 0.2% aanzienlijk lager. De gevonden verschillen zijn significant, $t(196.31) = 6.13$, $p < .001$.

Geconcludeerd kan worden dat hoewel kwaliteitskranten meer schrijven over #MeToo, zowel kwaliteitskranten als populaire kranten vergelijkbare pieken vertonen. Deze pieken hebben inhoudelijk niet altijd te maken met belangrijke of bekende mensen, maar werden wel vaak veroorzaakt door een gebeurtenis rondom bekende of invloedrijke individuen. In oktober 2017 veroorzaakten het dossier rondom Harvey Weinstein en het artikel van Jelle Brandt Corstius in *Trouw* veel media-aandacht voor #MeToo. De open brief van Corstius was niet alleen interessant omdat het een Nederlander betrof, maar ook verrassend aangezien een andere invloedrijke

Nederlander beschuldigd werd van seksueel wangedrag. In januari 2018 vonden de belangrijkste uitreikingen in Hollywood plaats voor de film- en televisie-industrie en ondertekenden bekende Franse vrouwen een brief waarin #MeToo beschreven werd als een heksenjacht. Daaropvolgend werd in mei 2018 Harvey Weinstein officieel aangeklaagd, in augustus kwam Daniele Gatti in opspraak en in september Ian Buruma. Veel van de pieken in de berichtgeving vielen samen met ontwikkelingen rondom bekende of machtige mensen. Dit is in lijn met de bevindingen van Shoham (2013) wiens onderzoek concludeerde dat seksueel misbruik pas interessant wordt wanneer bekende mensen betrokken zijn.

4.2 Aanwezigheid nieuwswaarden

Daarentegen geeft de mate van aandacht geen inzicht in de redenen waarom #MeToo nieuwswaardig werd en bleef. Om hierop een antwoord te kunnen formuleren, is onderzocht welke nieuwswaarden de grootste rol spelen in de aandacht voor #MeToo in de verschillende kranten. De resultaten hiervan zijn verwerkt in tabel 5.

Tabel 5. De aanwezigheid van de onderzochte nieuwswaarden per type krant

	Kwaliteitskranten		Populaire kranten	
	n	%	n	%
Celebrity	212	36.6%	55	40.1%
Elite	384	65.8%*	56	40.9%*
Entertainment	310	53.1%	73	53.3%
Relevantie	58	9.9%	15	10.9%
Verrassing	70	12%	23	16.8%
Slecht Nieuws	51	8.7%	15	10.9%
Goed Nieuws	87	14.9%	16	11.7%

* $p < 0.001$

4.2.1 Elite

Hypothese 1 stelt dat elite voornamelijk terugkomt in kwaliteitskranten. Wanneer we naar tabel 5 kijken, zien we dat elite één van de meest voorkomende nieuwswaarden binnen de berichtgeving rondom #MeToo is. Eveneens is elite de nieuwswaarde met het grootste verschil tussen de type kranten. In 65.8% van de berichtgeving door de kwaliteitskranten is sprake van elite, ten opzichte van 40.9% in de populaire kranten. Dit gevonden verschil is significant, $X^2(1) = 27.839, p < 0.001$.

In het onderzochte corpus vertaalt dit zich concreet in de hoeveelheid professionals die kwaliteitskranten aan het woord lieten, of de elite (landen) die werden besproken in verband met #MeToo. Dit valt bijvoorbeeld terug te zien in een interview met Wei Tingting in *NRC Handelsblad* (Van Pinxteren, 2018). In dit interview ligt de nadruk op de manier waarop de Chinese overheid omging met #MeToo in eigen land. Tingting vindt dat de overheid meer moet ingrijpen bij seksueel misbruik en meer moet opkomen voor de rechten van de Chinese vrouw (idem). Daarmee wordt in dit artikel duidelijke kritiek geuit op het Chinese beleid en eveneens besproken op welke manier #MeToo zichtbaar is in de Oosterse cultuur. Eveneens is Tingting verbonden met de elite zoals in het volgende citaat duidelijk wordt: “Als student zat ze vast vanwege een actie tegen aanrandingen in het openbaar vervoer tot Hillary Clinton om haar vrijlating vroeg” (idem). Tingtings band met Hillary Clinton maakte haar interessanter voor de media aangezien de Clintons een belangrijke rol spe(e)l(d)en in de Amerikaanse politiek.

Daarentegen lag de focus van populaire kranten minder op de elite en kozen zij minder voor interviews met experts of artikelen over de elite. Een artikel waarbij wel sprake is van elite als nieuwswaarde is het interview in het *AD* met Ton Coenen, directeur van het kenniscentrum Rutgers (Van der Wal, 2018). Hierin wordt teruggeblikt op wat een jaar #MeToo betekende. Daarbij valt op dat de kop “Ik ben ook moe van #MeToo” luidt en ook de insteek van het interview in het begin meer persoonlijk is dan dat ingegaan wordt op de kennis en expertise van Coenen met betrekking tot seksueel misbruik en de rol die Rutgers speelt in het aanpakken van het maatschappelijke probleem.

De uitkomst is in lijn met de literatuur die zegt dat hoewel ook kwaliteitskranten steeds vaker aandacht besteden aan infotainment, de nadruk en focus toch blijven op het harde nieuws (Lehman-Wilzig & Seletzky, 2010). Daarentegen ligt de focus van populaire kranten meer op het zachte nieuws met betrekking tot deze nieuwswaarde. Daarom wordt hypothese 1 aangenomen: er is een verschil tussen het gebruik van elite door kwaliteitskranten en populaire kranten.

4.2.2 Celebrity & Entertainment

Hoewel elite als enige nieuwswaarde een significant verschil laat zien tussen de soorten kranten, zijn celebrity en entertainment eveneens belangrijk voor de berichtgeving rondom #MeToo. Zoals uit tabel 5 naar voren komt, hebben beide nieuwswaarden een hoge mate van aanwezigheid in de algehele berichtgeving. Voor celebrity geldt dat deze in 36.6% van de artikelen uit kwaliteitskranten aanwezig is en in 40.1% van de populaire berichtgeving. Bij entertainment liggen deze percentages voor beide soorten kranten met een verschil van 0.2% zeer dicht op elkaar. Hoewel er bij celebrity sprake is van een verschil, is dit niet significant, $X^2(1) = 0.548, p =$

0.459. Bij entertainment geldt dat het verschil dusdanig klein is dat er statistisch geen sprake is van een verschil, $X^2(1) = 0, p = 1$.

Toch spelen deze nieuwswaarden een grote rol in beide soorten kranten. De verklaring hiervoor komt voor beiden ook redelijk overeen. Ten eerste kwam #MeToo als beweging op gang in Amerika nadat Alyssa Milano zich uitsprak over de beschuldigen jegens Harvey Weinstein. Hierna kwam de focus op de rest van de film en televisiewereld te liggen (Sheikha, 2019, p. 204). Eveneens spraken veel bekende mensen zich uit nadat #MeToo groot werd op sociale media. Denk hierbij bijvoorbeeld ook aan Ashley Judd die samen met andere slachtoffers op de cover van *TIME* poseerde.

Hoewel een aantal van de bekendste betrokkenen al besproken is in de paragraaf hierboven is het interessant om stil te staan bij de belangrijkste grote namen die in verband zijn gebracht met #MeToo en daarmee de grote mate van aanwezigheid van celebrity te kunnen verklaren. Hoewel Harvey Weinstein en de beschuldigingen jegens hem de beweging groot maakten, is er een andere actrice die veel aandacht kreeg na zich sterk uit te hebben gesproken tegen Weinstein: Asia Argento. Argento werd in 2018 zelf beschuldigd van seksueel misbruik nadat een goede vriend en mede-acteur zich had uitgesproken over hun ongelijke relatie toen hij nog minderjarig was (Stoffelen, 2018). Argento wordt in totaal in 24 artikelen van het gehele corpus genoemd.

Een andere grote naam die veel besproken wordt in een aanzienlijk deel van het corpus (54 artikelen) was Kevin Spacey. Hij zou een mede-acteur hebben aangerand op een feestje toen het vermeende slachtoffer veertien jaar oud was. Spacey werd direct uit de *Netflix* serie *House of Cards* geschreven en werd, onder meer, geweigerd op het ING-ondernemersevenement waar hij eigenlijk zou spreken (Moerland, 2017; Van Teeffelen, 2017). Tot slot, de stand-up komediant Louis C. K. kwam meerdere keren in opspraak gedurende #MeToo (28 artikelen) nadat hij beschuldigd werd van seksueel overschrijdend gedrag en dit toegaf. Louis bood uitgebreid zijn excuses aan, maar verscheen binnen een jaar weer op het toneel nadat hij had besloten om een stap terug te doen om naar anderen te kunnen luisteren (Henquet, 2018). Daar kwamen veel reacties op en daarom vallen er twee pieken terug te zien in de berichtgeving rondom de komediant.

Ten tweede speelt ook het type artikel een rol in de aanwezigheid van entertainment en celebrity als nieuwswaarden. 9.25% van de artikelen in de kwaliteitskranten zijn recensies van boeken, toneelstukken, televisieseries en films en 35.1% van de artikelen zijn opiniestukken zoals columns. Voor populaire kranten geldt dat 5.11% van de artikelen recensies zijn en 20.44% opiniestukken. Hieruit valt op te maken dat voor beide soorten kranten een relatief groot deel

van de berichtgeving te maken heeft met de vermakende functie van de media. Dat beide type kranten een hoge mate van aanwezigheid van de nieuwswaarde *entertainment* of *celebrity* hebben, is hier een gevolg van.

Dat het type artikel een rol speelt, is bijvoorbeeld af te leiden uit de column “Aaf leest sterren” (2017) uit *De Volkskrant* waarin Aaf Brandt Corstius met een vermakende insteek de situatie beschrijft rondom Matt Lauer en zijn vrouw. Annette Roque zou als gevolg van #MeToo gevlucht zijn naar Amsterdam. Deze column heeft verder geen informerende waarde, maar sluit aan bij de vermakende functie van de media. Een ander voorbeeld van een dergelijk artikel is de recensie van *All the Money in the World* in *NRC Handelsblad* (Van Zwol, 2017). Deze film werd interessant nadat besloten werd om binnen tien dagen alle scènes met het personage van Kevin Spacey te vervangen door een andere acteur. Het artikel gaat inhoudelijk vooral in op hoe de film in elkaar steekt en niet in op de reden waarom Spacey werd vervangen.

De bevindingen zijn daarmee in lijn met de literatuur die stelt dat door de commodificatie van het medialandschap entertainment als nieuwswaarde prominenter aanwezig zou zijn (Edgerly, 2015) en dat seksueel misbruik interessanter is voor de media op het moment dat bekende mensen bij de gebeurtenis betrokken zijn (Shoham, 2013). Deze verandering heeft ervoor gezorgd dat entertainment voor zowel populaire kranten als kwaliteitskranten belangrijk is in de berichtgeving rondom #MeToo. Het is wel opmerkelijk dat twee zachte nieuwswaarden zowel in populaire als kwaliteitskranten een grote rol spelen.

4.2.3 Relevantie & verrassing

Daarnaast komen twee andere nieuwswaarden op vergelijkbare wijze voor in de berichtgeving. Hypothese 2 stelt dat relevantie in grotere mate terug te zien is in de kwaliteitskranten, terwijl hypothese 3 ervan uitgaat dat verrassing vaker terug te zien is in de populaire kranten. Tabel 5 laat daarentegen zien dat relevantie en verrassing beiden in mindere mate aanwezig zijn in de artikelen over #MeToo. Eveneens is het verschil bij beide nieuwswaarden met betrekking tot het voorkomen in de populaire kranten en kwaliteitskranten niet groot. Voor relevantie geldt dat populaire kranten in 10.9% van de artikelen gebruikmaken van deze nieuwswaarde, ten opzichte van 9.9% van de kwaliteitsartikelen. Het verschil van 1% is niet significant, $X^2(1) = 0.039, p = 0.84$. Het verschil tussen de soorten kranten is bij verrassing groter met 16.8% voor de populaire kranten en 12% voor de kwaliteitskranten. Desalniettemin is dit verschil niet significant, $X^2(1) = 1.87, p = 0.17$.

Hoewel de nieuwswaarden qua invulling redelijk tegenover elkaar staan, is de verklaring voor de lage aanwezigheid in de berichtgeving wel in beide gevallen hetzelfde. Zoals tabel 6

aangeeft, zijn slechts 82 artikelen (14%) van alle gecodeerde artikelen in de kwaliteitskranten nieuwsartikelen en voor populaire kranten vallen 30 artikelen (21.9%) in deze categorie. Relevantie wordt in de literatuur wel omschreven als “het ‘harde’ soms ‘saaie’ nieuws” (Ruigrok et al., 2013, p. 24). Daarom is deze nieuwswaarde eerder te herkennen in nieuwsartikelen dan bijvoorbeeld opiniestukken. De lage hoeveelheid aan nieuwsartikelen, vooral in kwaliteitskranten, verklaart daarom deels het weinige voorkomen van de nieuwswaarde relevantie.

Tabel 6. Het soort artikel verdeeld over de type kranten

Soort artikel	Kwaliteitskranten	Populaire kranten
Nieuwsartikel	82	30
Opinie	205	28
Lezersbrieven	11	9
Recensie	54	7
Interview	82	25
Achtergrond	150	38

Dit geldt eveneens voor verrassing. Voor #MeToo houdt verrassing in dat het gebeurtenissen betreft die vaker in nieuwsartikelen besproken zullen worden. Een artikel waarin dit goed belicht wordt, is “#MeToo bereikt het Binnenhof” (Den Hartog, 2018) waarin gesproken wordt over de affaire van Han ten Broeke. In dit artikel is sprake van zowel verrassing als relevantie, aangezien enerzijds een verrassende gebeurtenis wordt bekendgemaakt, maar anderzijds het artikel betrekking heeft op het harde nieuws. Dergelijke artikelen lenen zich beter voor deze nieuwswaarden. De geringe aanwezigheid van deze nieuwswaarden wordt verklaard door de schaarse aanwezigheid van nieuwsberichten.

Deze bevindingen zijn deels in lijn met eerder onderzoek naar seksueel misbruik. Volgens Boyle (2012) komt het door nieuwswaarden zoals relevantie dat in de media weinig wordt geschreven over verkrachting. Bij dergelijke zaken staan immers individuele slachtoffers centraal en betreft het vaak niet het droge saaie nieuws waar relevantie zich door karakteriseert. Daarentegen wordt verrassing in de literatuur vaak in verband gebracht met de berichtgeving rondom seksueel misbruik (Osborne et al., 2016). Het is daarom opmerkelijk dat er weinig sprake is van verrassing in de onderzochte artikelen. Kortom, hypothese 2 en 3 worden verworpen, er is geen sprake van een verschil tussen de soorten kranten met betrekking tot de harde nieuwswaarde relevantie en de zachte nieuwswaarde verrassing.

4.2.4 Slecht nieuws & goed nieuws

Tot slot is de aanwezigheid van de nieuwswaarden slecht nieuws en goed nieuws onderzocht. Eerder onderzoek toont aan dat beide nieuwswaarden vallen onder zowel hard nieuws als zacht nieuws (Ruigrok, et al., 2013). Daarom wordt voor deelvraag 4 uitgezocht in hoeverre populaire en kwaliteitskranten verschillen in hun gebruik van slecht nieuws en goed nieuws. Tabel 5 toont dat beide nieuwswaarden in geringe mate aanwezig zijn in beide soorten kranten. In de populaire berichtgeving is in 10.9% van de gevallen slecht nieuws te herkennen en voor de kwaliteitsberichtgeving is dit percentage 8.7%. Toch is dit verschil niet significant, $X^2(1) = 0.416$, $p = 0.519$. Voor goed nieuws geldt dat 14.9% van de berichtgeving van kwaliteitskranten voldoet aan de nieuwswaarde goed nieuws ten opzichte van 11.7% van de populaire kranten. Desalniettemin is dit verschil niet significant, $X^2(1) = 0.694$, $p = 0.403$.

Duidelijke voorbeelden van goed en slecht nieuws zijn de berichtgeving rondom Brett Kavanaugh en de cijfers rondom #MeToo. De benoeming van Brett Kavanaugh tot Supreme Court Justice in Amerika (Eppink, 2018) was slecht nieuws voor #MeToo omdat de geloofwaardigheid van het vermeende slachtoffer niet hoog genoeg werd geacht om zijn benoeming te voorkomen. Anderzijds lieten de cijfers rondom #MeToo in sommige gevallen zien dat dankzij de beweging meer meldingen werden gemaakt van seksueel misbruik (Kuiper, 2017). Wat meteen opvalt aan deze berichten is dat beiden vallen onder de categorie nieuwsberichten. Hoewel beide nieuwswaarden zich niet beperken tot de nieuwsberichten, lenen deze berichten zich het meest voor deze nieuwswaarden.

Daarmee zijn de bevindingen niet in lijn met de literatuur. Eerder onderzoek toont aan dat seksueel misbruik voornamelijk vanuit een slecht nieuws invalshoek beschreven wordt in het nieuws (Osborne, et al., 2016). Daarentegen tonen de resultaten van dit onderzoek aan dat goed nieuws en slecht nieuws in mindere mate meer vertegenwoordigd zijn. Eveneens is er geen sprake van een verschil tussen de soorten kranten en de nieuwswaarden.

4.3 De framing van #MeToo

Door te kijken naar de nieuwswaarden van #MeToo is duidelijk geworden waarom de beweging nieuwswaardig werd. Het analyseren van de manier waarop de berichtgeving geframed werd door de media geeft verdere inzichten in hoe de Nederlandse kranten over #MeToo schreven. Daarom wordt in deze paragraaf besproken in welke mate de vijf onderzochte manieren van framen voorkwamen.

4.3.1 Episodisch & thematisch framen

Hypothese 6 stelt dat kwaliteitskranten vaker thematisch framen en populaire kranten vaker episodisch framen in hun berichtgeving rondom #MeToo. Tabel 7 geeft aan dat populaire kranten in 81% van de berichtgeving gebruik maken van episodisch framen en kwaliteitskranten dit in 78% van de artikelen doen. Dit verschil is echter niet significant, $X^2(1) = 0.41, p = 0.522$. Daarentegen is er wel sprake van een groter verschil in de toepassing van het thematische frame. Kwaliteitskranten maken daar in 73% van de gevallen gebruik van en de populaire kranten in 49% van de artikelen. Kwaliteitskranten kaarten daarmee seksueel misbruik vaker aan in een thematische context dan populaire kranten, $X^2(1) = 29.53, p < 0.001$.

Tabel 7. Percentages episodisch en thematisch framen per type krant

	Kwaliteitskranten		Populaire kranten	
	n	%	n	%
Episodisch	456	78%	111	81%
Thematisch	428	73%*	67	49%*

* $p < 0.001$

De volgende voorbeelden laten duidelijk het verschil zien tussen de thematische focus van de kwaliteitskranten en de episodische focus van de populaire kranten. *De Telegraaf* plaatste een interview met Gijs van Dam, die door Jelle Brandt Corstius beschuldigd werd van seksueel misbruik. In het interview bleef de focus episodisch met uitspraken zoals:

“Dat is wel zo'n beetje het allerergste wat je aan een moeder kan vertellen. Bij mijn moeder verdween meteen het licht uit de ogen. Ze geloofde uiteraard dat ik het niet gedaan had. (...) Ik had - en heb – niemand verkracht. Mijn moeder hoopte dat het over zou waaien. Ik wist dat dit niet zou gebeuren.” (Kraus, 2018)

Dergelijke artikelen bieden niet het bredere perspectief, maar richten zich op losstaande gevallen. Dat een thematische aanpak wel een breder perspectief biedt, blijkt bijvoorbeeld uit een artikel van *Trouw* waarin seksueel misbruik binnen hulporganisaties aan de kaak gesteld wordt (Van der Ziel, 2018).

Daarmee zijn deze resultaten deels in lijn met de literatuur. Hoewel kwaliteitskranten vaker thematisch framen dan populaire kranten, is er nog steeds sprake van een hoog percentage artikelen met, eveneens, een episodische insteek. Andelsman en Mitchelstein (2019) vonden dat

de episodische focus van seksueel misbruik vaak in verband wordt gebracht met de rol van het slachtoffer. Daarnaast legt de episodische focus nadruk op individuele gevallen en krijgen op die manier alleen individuele daders de aandacht (McDonald, 2019). Volgens Aarøe (2011) hoeft episodisch framen geen negatieve invloed te hebben omdat het eerder emotionele reacties oproept bij lezers dan thematische artikelen dat doen. Daarom wordt hypothese 6 deels aangenomen, kwaliteitskranten schrijven vaker met een thematische focus dan populaire kranten al blijft een episodische focus een grote rol spelen in beide soorten kranten.

Tabel 8. De mate van aanwezigheid van het responsibility, conflict en human interest frame per type krant

	Kwaliteitskranten		Populaire kranten	
	n	Gemiddelde	n	Gemiddelde
Responsibility	82	.29	18	.30
Conflict	439	1.46*	87	1.16*
Human Interest	381	1.23**	104	1.58**

* $p < 0.005$

** $p < 0.001$

4.3.2 Responsibility frame

Hypothese 7 stelt dat het responsibility frame vaker voorkomt in de kwaliteitskranten dan in de populaire kranten. Tabel 8 toont dat dit niet door het onderzoek wordt bevestigd.

Verantwoordelijkheid eisen of verantwoordelijk stellen, gebeurt in een klein deel van de artikelen. Het gemiddelde van de populaire kranten ligt voor het responsibility frame iets hoger dan voor de kwaliteitskranten. Dit verschil is daarentegen niet significant, $t(196) = -0.156$, $p = 0.87$.

In het corpus valt het responsibility frame terug te herkennen bijvoorbeeld wanneer het artikel direct betrekking heeft op de politiek of de rechterlijke macht. Het artikel “#MeToo bereikt de Tweede Kamer” (Pak, 2018) laat zien dat de overheid een rol kan spelen in het oplossen van het probleem, maar er wordt tevens een groep verantwoordelijk gehouden voor het instant houden van het probleem.

Dat het Nederlandse debat een duwtje in de rug wel kan gebruiken, vindt ook Kirsten van den Hul (PvdA). In het Algemeen Dagblad schreef zij een opiniestuk over de #MeToo-beweging. Zij verwees daarin naar twee mannelijke Kamerleden die in de wandelgangen de #MeToo-beweging als een „heksenjacht, mediahype en feministisch gezeur” afdeden. Wie dat waren, wil zij ook nu niet zeggen. (Pak, 2018)

Wat dit citaat aangeeft en tevens in de rest van het artikel naar voren komt, is dat de politiek een voorbeeldfunctie heeft voor andere werkgevers en dat het interne onderzoek van groot belang is en serieus genomen moet worden. Om deze reden wordt in het artikel ook een koppeling gelegd tussen de cijfers van de FNV en het advies van de directeur van Rutgers om een externe partij het onderzoek te laten voltrekken. Het is daarnaast opmerkelijk dat buitenlandse overheden vaker verantwoordelijk worden gehouden dan de Nederlandse overheid. De berichtgeving lijkt kritischer op de Amerikaanse en Chinese regering dan op de Nederlands overheid.

Verder komt het responsibility frame voornamelijk voor in berichtgeving die niet geclassificeerd zou worden als nieuwsberichten. In de totale berichtgeving rondom #MeToo waarin minimaal één van de kenmerken van het responsibility frame te herkennen is, zijn slechts negentien van de honderd artikelen nieuwsberichten. Van de resterende 81 artikelen kunnen 41 artikelen geclassificeerd worden als interviews of opiniestukken. Voor de volledige verdeling zie tabel 9.

Tabel 9. De verdeling van het soort artikel met kenmerken van het responsibility frame

Soort Artikel	Aantal
Nieuwsartikel	19
Opinie	25
Lezersbrieven	1
Recensie	1
Interview	16
Achtergrond	38

Eerder onderzoek naar het responsibility frame en de berichtgeving rondom maatschappelijke bewegingen geeft aan dat dit frame een belangrijke rol speelt. Volgens Morris en Kahlor (2018) draagt het responsibility frame bij aan de verschuiving van het belichten van individuele gevallen naar het aankaarten van een maatschappelijk probleem. Daarnaast laat eerder onderzoek zien dat in de Amerikaanse berichtgeving rondom seksueel misbruik het responsibility frame wel significant vaak aanwezig is (Kuhl et al., 2018). Hoewel in het Amerikaanse onderzoek geen onderscheid wordt gemaakt tussen type kranten, doet het wel veronderstellen dat de mate van aanwezigheid van het responsibility frame in de Nederlandse berichtgeving hoger zou liggen. Dit verschil is te verklaren door de directere betrokkenheid van de Amerikaanse overheid in het door Kuhl et al. (2018) onderzochte corpus. In die berichtgeving stonden de Amerikaanse

strijdkrachten namelijk centraal en daar draagt de overheid verantwoordelijkheid voor. De koppeling tussen de Nederlandse overheid en #MeToo wordt wel gemaakt maar niet in de mate zoals de behandelde literatuur. De bevindingen komen dus niet volledig overeen met eerder onderzoek. Daarom is er geen sprake van een verschil tussen kwaliteitskranten en populaire kranten waardoor hypothese 7 wordt verworpen.

4.3.3 Conflict frame

Hoewel het responsibility frame niet in sterke mate aanwezig is in de berichtgeving valt uit in tabel 8 af te leiden dat de mate waarin het conflict frame voorkomt hoger uitviel. Artikelen in kwaliteitskranten bevatten een gemiddelde aanwezigheid 1.46, op een schaal van nul tot drie, van het conflict frame. Voor populaire kranten is dit gemiddelde 1.16. Een t-toets toonde aan dat dit verschil significant is, $t(202.37) = 3.085, p = 0.003$. Hoewel kwaliteitskranten het conflict frame vaker gebruiken dan populaire kranten, is het frame in beide gevallen vaker aanwezig dan het responsibility frame.

Een goed voorbeeld van de manier waarop het conflict frame toegepast wordt op een manier die versterkend werkt voor #MeToo is het artikel “De ballet bully wordt niet meer geduld” van Francine van der Wiel (2018) waarin in de problemen van de ballet/danswereld met seksueel misbruik worden besproken. Het volgende citaat laat zien dat meerdere kanten van het verhaal worden besproken:

Eén van de redenen voor die relatieve stilte is dat in de dansstudio de grens tussen functionele en grensoverschrijdende aanraking vaak moeilijk te beoordelen is. Fysiek contact is domweg noodzakelijk. Tijdens het partner- en tilwerk moeten dansers elkaar soms op de gekste plaatsen vastpakken. (Van der Wiel, 2018)

Het probleem in de danswereld ligt, zoals het citaat aangeeft, in de fysieke aard van het werk. Daardoor is de scheiding tussen wat te ver gaat en wat gepast is vager. Tevens wordt het conflict tussen de dansers en, in dit geval theatermaker Jan Fabre, toegelicht aan de hand van een situatieschets van het incident dat zou hebben plaatsgevonden. Het bespreken van winnaars en verliezers komt in dit artikel naar voren in de bespreking van de manier waarop de danswereld in elkaar zit. Vrouwen zijn in grotere aantallen aanwezig maar mannen bekleden vaak de machtige posities waardoor ongelijke machtsrelaties ontstaan. Daarnaast licht het artikel toe hoe de danswereld aan het veranderen is om een veiligere plek voor vrouwen te worden.

Anderzijds wordt bij populaire kranten minder vaak de combinatie van alle drie de aspecten van het conflict frame gebruikt. In het stuk “MeToo geeft de macht aan de massa” (Van Der Wal, 2017) uit *Algemeen Dagblad* wordt op thematische wijze besproken hoe de #MeToo beweging zich ontwikkelde en wat de mogelijke gevolgen waren. Hoewel het stuk inhoudelijk steunend is voor de beweging, worden niet beide kanten van het verhaal belicht. Dit kan mogelijk de lezers beïnvloeden in hoe zij de boodschap opvatten. Er wordt geen wederhoor toegepast, noch worden winnaars of verliezers beschreven. Terwijl het toepassen van alle aspecten van het conflict frame ervoor zorgt dat beide kanten van het conflict duidelijk vertegenwoordigd worden.

De bevindingen zijn in overeenstemming met eerder onderzoek dat aantoont dat het conflict frame vaak ingezet wordt in de berichtgeving over maatschappelijke bewegingen omdat het een belangrijke rol kan spelen in het slagen daarvan (Brysk, 2013). Kuhl et al. (2018) vonden eveneens het conflict frame in hoge mate terug in de berichtgeving rondom seksueel misbruik. Daarmee is het antwoord op deelvraag 5 dat, hoewel beide soorten kranten een hoge mate van het conflict frame vertonen kwaliteitskranten significant vaker het conflict frame toepassen in hun berichtgeving over #MeToo.

4.3.4 Human interest frame

Daaropvolgend is onderzocht hoe het human interest frame zich verhoudt tot de berichtgeving over #MeToo. Vergelijkbaar met het conflict frame is de mate waarin het human interest frame naar voren komt in de artikelen hoger dan bij het responsibility frame. Waar bij het conflict frame het gebruik hoger ligt voor kwaliteitskranten, laat tabel 8 zien dat in dit geval het tegenovergestelde zich voordoet. Voor populaire kranten geldt een gemiddelde aanwezigheid van 1.58 terwijl bij kwaliteitskranten dit gemiddelde 1.23 is. Een t-toets toonde aan dat dit verschil significant is, $t(199,41) = -3,273, p = 0.001$.

Een goed voorbeeld van hoe het human interest frame vorm krijgt in populaire kranten is de column van Rob Hoogland (2018) waarin hij ingaat op het opstappen van Ian Buruma als hoofdredacteur van de New York Review of Books en de rol die #MeToo daarin speelde. Het volgende citaat onderschrijft de persoonlijke schrijfstijl van Hoogland:

Hoe het intussen met de MeToo-beweging gaat? Nou, ze zijn nog steeds lekker op dreef. Vraag het maar aan Ian Buruma. Wie?!? Misschien behoeft die naam in dit ordinaire krantenhoekje, waar anders alleen maar plaats is voor plat vermaak, inderdaad enige toelichting. (Hoogland, 2018)

Woorden als ‘nou’ en ‘ordinaire’ zorgen voor een informele toon in het stuk en worden verder ondersteund door de bespreking van Buruma’s privéleven en de manier waarop hij een verliezer is in dit verhaal. De column staat bekend om haar vermakende waarde voor kranten en andere media (Kussendrager & Van der Lugt, 2007, p. 21). Toch beperkt het gebruik van het human interest frame in populaire kranten zich niet tot opiniestukken en dergelijke. In het nieuwsartikel “Stagiaire ‘aangerand door GroenLinkser’” (de Winther, 2018) wordt eveneens ingegaan op het privéleven van de betrokken partijen en dragen persoonlijke noten zoals citaten bij aan de human interest insteek van het stuk.

Tevens wordt het human interest frame in kwaliteitskranten toegepast. De column “Gastvrij” van Marjan Slob (2018) voldoet aan alle eisen van het human interest frame, maar zet deze persoonlijke elementen in om een zaak te maken voor #MeToo.

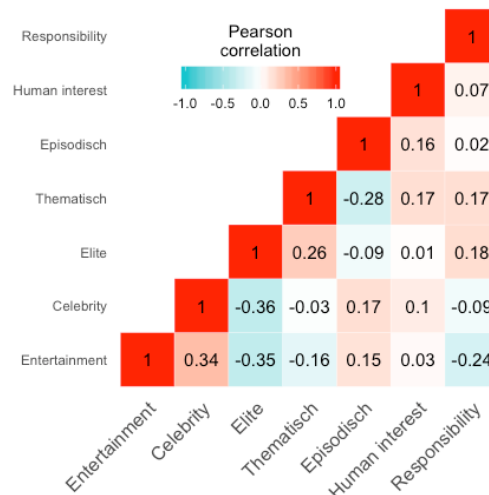
Nou, dan maar liever een openlijk conflict - met al het leed van dien. Conflict belooft tenminste zicht op een nieuwe weg. En daar snak ik naar, want ik ben intiem met mannen. Ik ben met ze opgegroeid, en als heteroseksuele vrouw val ik ook op ze. Eros en liefde compliceren de zaak enorm. Dat heeft het feminisme voor mij altijd tot zo'n ingewikkelde en ook uitzonderlijke emancipatiebeweging gemaakt. (Slob, 2018)

Dit citaat volgt op een uitspraak van de Britse psychoanalyticus Adam Philips. In haar column verwijst Slob naar meerdere denkers en voegt ze daar persoonlijke anekdotes aan toe om toe te lichten waarom zij wel achter #MeToo blijft staan ondanks de verwijten dat de beweging omgeslagen is in een ‘heksenjacht’.

Wanneer deze resultaten tegen het licht van eerder onderzoek worden gehouden, kan geconcludeerd worden dat de bevindingen met elkaar overeenkomen. In de berichtgeving over geweldpleging jegens en seksueel misbruik van vrouwen wordt het human interest frame vaak toegepast (Bouzerdan & Woodring, 2018; Kuhl, et al., 2018). Volgens Bouzerdan en Woodring (2018) is het gebruik van het human interest frame niet bevorderlijk voor het aanpakken van seksueel misbruik als maatschappelijk probleem omdat de focus blijft liggen op het individu. Hoewel in eerder onderzoek geen onderscheid werd gemaakt tussen populaire kranten en kwaliteitskranten tonen de resultaten van dit onderzoek aan dat in de framing van #MeToo populaire kranten meer gebruik maken van het human interest frame.

4.4 Associaties tussen framing en nieuwswaardigheid

De bovenstaande resultaten hebben interessante aspecten van de Nederlandse berichtgeving over #MeToo naar voren gebracht. Daaropvolgend is het interessant om de analyse verder te trekken en te kijken of bepaalde onderzochte variabelen meer verband met elkaar houden om diepere patronen in de berichtgeving te herkennen. Figuur 2 geeft aan op welke manier de belangrijkste onderzochte variabelen zich tot elkaar verhouden.



Figuur 2. Correlaties tussen de belangrijkste nieuwswaarden en frames in het totale corpus

Ten eerste is het interessant om op te merken dat er een negatieve associatie is tussen thematisch en episodisch frame ($r = -0.28, p < 0.001$). Door de rol die episodisch frame heeft in de berichtgeving rondom seksueel misbruik (McDonald, 2019; Andelsman & Mitchelstein, 2019) zou het gebruik van zowel thematisch en episodisch frame de combinatie maken tussen het inspelen op de emotie (Aarøe, 2011) en het plaatsen van de gebeurtenis binnen een bredere maatschappelijke context. Dit gebeurt bijvoorbeeld in het artikel “Het is nog steeds zijn woord tegen het hare” (Linnemann, 2018) waar drie vrouwelijke slachtoffers aan het woord gelaten worden over hun ervaringen en deze worden besproken in het kader van #MeToo. Toch is er sprake van een negatieve associatie tussen de twee frames en is het in de berichtgeving rondom #MeToo niet gebruikelijk dat artikelen tegelijkertijd episodisch en thematisch een gebeurtenis overbrengen.

Ten tweede, is er een ander frame waarvan de relatie met het episodische frame interessant is: het human interest frame. Binnen de wetenschap bestaat onenigheid over of het toepassen van het human interest frame bevorderlijk werkt voor maatschappelijke beweging omdat de focus vaak erg episodisch van aard is (Aarøe, 2011; Baum 2003; Valkenburg, Semetko & De Vreese, 1999). Figuur 2 toont dat er een verband is tussen episodisch frame en het human

interest frame, ($r = 0.16, p < 0.001$). Er is eveneens een correlatie tussen het human interest frame en het thematische frame, ($r = 0.17, p < 0.001$). Volgens Aarøe (2011) hoeft het gebruik van het human interest frame niet negatief uit te pakken omdat het eerder voor een emotionele reactie zorgt.

Daarnaast geeft eerdere literatuur aan dat het waardevol is wanneer het human interest frame toegepast wordt in combinatie met het responsibility frame (Kuhl, et al., 2018). In figuur 2 wordt duidelijk dat er geen sprake is van een associatie tussen deze twee frames ($r = 0.07, p = 0.047$). Het responsibility frame roept op tot verandering terwijl het human interest frame het leed van individuen kan belichten (Kuhl, et al., 2018, p. 16). In de Nederlandse berichtgeving wordt deze koppeling niet gemaakt.

Tot slot is het interessant om te kijken hoe elite zich als nieuwswaarde verhoudt tot entertainment en celebrity. Alle drie de nieuwswaarden komen veel voor in de Nederlandse berichtgeving van de gedrukte kranten. Wanneer naar figuur 2 gekeken wordt, valt op dat elite in beide gevallen een negatieve associatie vertoont. Voor elite en celebrity geldt dat er sprake is van een lichte associatie, ($r = -0.36, p < 0.001$) en ook met entertainment is er een negatieve associatie, ($r = -0.35, p < 0.001$). Aangezien #MeToo gaat over machtsmisbruik en begon in de filmindustrie is het opmerkelijk dat elite en celebrity geen associatie vertonen. De negatieve associatie met entertainment houdt concreet in dat in artikelen met entertainment als nieuwswaarde de koppeling aan de elite vaak ontbreekt. De associatie tussen celebrity en entertainment is daarentegen wel positief van aard ($r = 0.34, p < 0.001$).

5. Conclusie

Met de bevindingen van dit onderzoek is niet alleen meer inzicht verworven in de Nederlandse berichtgeving rondom #MeToo, maar kan eveneens een antwoord geformuleerd worden op de vraag in hoeverre populaire kranten en kwaliteitskranten in Nederland verschillen in hun berichtgeving met betrekking tot deze beweging. Daarom wordt eerst stilgestaan bij de bredere implicaties van de resultaten voor #MeToo. Vervolgens worden deze gekoppeld aan de relevantie van dit onderzoek. Tot slot worden de beperkingen van dit onderzoek en suggesties voor vervolgonderzoek in kaart gebracht.

5.1 Implicaties van de bevindingen

Wanneer gekeken wordt of de Nederlandse berichtgeving rondom #MeToo de slagingskans van de beweging heeft geholpen, is het belangrijk om eerst te kijken naar de aandacht voor #MeToo. Kwaliteitskranten besteden significant vaker aandacht aan de beweging en haar ontwikkelingen dan dat de populaire kranten doen. De discussie rondom het grijze gebied van seksueel misbruik wordt daarmee serieuzer opgenomen door de kwaliteitsmedia. Dit is belangrijk voor #MeToo omdat de aandacht van kwaliteitsmedia sturend kan zijn in de framing van andere media (Pennington & Birthisel, 2016) en kwaliteitsmedia eveneens een grote rol spelen in de selectie van wat nieuwswaardig is en wat niet (Harder, Sevenans & Van Aelst, 2017; Knüpfer & Entman, 2018; Ruigrok et al., 2010). Verder heeft de aandacht van de media invloed op de attitudes van de rechtspraak en de samenleving (Jackson, 2013). Daarnaast is #MeToo ontstaan op Twitter wat een medium is met een andere logica dan die van de traditionele media.

Daarentegen is het te makkelijk om te zeggen dat de aandacht van de Nederlandse kranten genoeg was om #MeToo te steunen. Van de drie belangrijkste nieuwswaarden in de berichtgeving rondom de beweging worden in de literatuur twee voornamelijk gekoppeld aan zacht nieuws. Het idee dat kwaliteitskranten meer aandacht besteden aan hard nieuws en populaire kranten aan zacht nieuws wordt daarmee niet door de bevindingen van dit onderzoek ondersteund.

Dat de nadruk in de berichtgeving blijft liggen op de vermakende functie van de media voorkomt dat de ernst van het maatschappelijk probleem duidelijk wordt. Met de commodificatie van het medialandschap kwam er meer ruimte voor vermakend nieuws omdat de aandacht van de lezer behouden moest worden (Edgerly, 2015). In het geval van #MeToo vertaalt dit zich in beide soorten kranten in veel columns die aandacht besteden aan de beweging, maar ook wordt vaak de koppeling gemaakt tussen nieuwe boeken, toneelstukken, enzovoorts. Dat de beide soorten kranten voornamelijk aandacht besteden aan zachte nieuwswaarden is niet positief

voor de beweging. Hiermee wordt het idee bevestigd dat seksueel misbruik niet serieus genoeg genomen wordt om behandeld te worden als relevant nieuws (Osborne et al., 2016).

Daarnaast zorgt de grote hoeveelheid columns en opiniestukken ervoor dat #MeToo veel benaderd werd vanuit het idee dat de beweging geleid had tot een ‘heksenjacht’ of een ‘trial-by-media’. Tevens werd benadrukt dat dergelijke feministische stromingen ervoor zorgden dat tegenwoordig niks meer mag. Deze opvatting werd door feministen met verwarring opgevangen. Zoals Dorien van Linge in haar boek *Feminist Fataal* (2019) omschrijft:

De mensen die ‘niet meer verkrachten en aanranden’ opvatten als ‘niets meer mogen’ moeten denk ik eens goed bij zichzelf te rade gaan. [...] Je hebt geflirt en je hebt seksuele intimidatie, en vrijwel iedere persoon om mij heen kent het verschil tussen die twee.
(p. 248)

Enerzijds is het belangrijk dat een verscheidenheid aan meningen wordt vertegenwoordigd in de kranten, maar anderzijds versterken de resultaten het idee dat de mening van hen met macht sterker telt. Hoewel de lezersbrievenkaternen van kranten de kans bieden voor leken om hun mening te uiten, zijn het vaak mensen met enig aanzien of macht die de ruimte krijgen voor volwaardige columns of opiniestukken. Daarom is het twijfelachtig of de verscheidenheid aan meningen binnen de samenleving goed vertegenwoordigd wordt op het moment dat het de meningen van zij die macht hebben betreft.

Het idee dat de nadruk blijft liggen op de elite blijkt tevens uit de resultaten. In ruim 65% van de kwaliteitsberichtgeving is er sprake van de nieuwswaarde elite. Daarnaast kan deze aandacht voor de nieuwswaarde elite ook van belang zijn voor #MeToo omdat de beweging begon als een geluid tegen (seksueel) machtsmisbruik. De hoge mate van aanwezigheid geeft aan dat kwaliteitskranten meer aandacht besteden aan elite landen of mensen, maar ook dat meer professionals en instituten in verband worden gebracht met #MeToo.

Hoewel qua nieuwswaarden de twee soorten kranten weinig verschil tonen, vallen op het gebied van framing meer verschillen te herkennen. Dat populaire kranten meer over #MeToo schrijven vanuit een human interest insteek lag in de lijn der verwachtingen. Gezien de geringe aandacht binnen populaire kranten voor de beweging is dit niet in het belang van #MeToo omdat daarmee vaak de koppeling naar het bredere maatschappelijke debat mist. Dit idee wordt tevens bevestigd door de negatieve associatie tussen het thematisch en episodisch framen van het nieuws. Hoewel deze negatieve associatie ook geldt voor kwaliteitskranten, ligt in dergelijke media de nadruk wel significant vaker op het thematisch verslaan van de berichtgeving. Deze

benadering blijft van belang voor #MeToo omdat het ontbreken van context of aandacht bieden aan een enkele gebeurtenis ervoor zorgt dat uitspraken als ‘heksenjacht’ of ‘trial-by-media’ al snel als gegrond kunnen worden ervaren.

Daarnaast is het positief voor #MeToo dat kwaliteitskranten vaker voor de conflict benadering kiezen. Door te benadrukken dat er sprake is van een conflict kunnen patriarchische opvattingen rondom verkrachting omgezet worden in een debat waarin slachtoffers serieus worden genomen (Brysk, 2017). Verder garandeert het conflict frame in veel gevallen dat er sprake is van wederhoor waardoor verwijten van eenzijdige berichtgeving voorkomen kunnen worden. Doordat in populaire kranten hier in mindere mate sprake van is, heeft dit mogelijk invloed op de perceptie van #MeToo. Dit is van belang omdat de framing van de discussie rondom mensenrechtenschending van invloed is op het uiteindelijke slagen van de discussie (Brysk, 2013).

Desalniettemin bieden zowel kwaliteitskranten als populaire kranten weinig aandacht aan het belangrijkste frame: responsibility. Het onderzoek van Kuhl et al. (2018) toont aan dat het responsibility frame een grote rol speelde in het verantwoordelijk houden van de Amerikaanse overheid. Daarmee zorgde de berichtgeving ervoor dat de betrokken instituties maatregelen gingen treffen om seksueel misbruik binnen de strijdkrachten tegen te gaan.

De resultaten van dit onderzoek scheppen daarentegen een ander beeld. Er wordt in een gering aantal gevallen gesproken over de verantwoordelijkheid van de overheid of justitie. Eveneens wordt nauwelijks gesuggereerd dat zij een rol zouden kunnen spelen in het aanpakken van seksueel misbruik. In die gevallen dat het wel ging over via de rechter gelijk halen, werd benadrukt dat juridisch gezien dergelijke zaken vaak erg lastig zijn (Meeus, 2017). Volgens Iyengar (1987) wordt over het algemeen de overheid verantwoordelijk gehouden wanneer in de berichtgeving gesproken wordt over maatschappelijke problemen. Dit gebeurt niet in de berichtgeving rondom #MeToo waardoor het idee dat de Nederlandse media seksueel misbruik niet als een maatschappelijk probleem behandelen verder wordt ondersteund. Door wel in te gaan op casussen van seksueel misbruik, maar geen actoren of instituties verantwoordelijk te houden, stopt de discussie op een cruciaal punt. Binnen de huidige berichtgeving is geringe aandacht voor de rol die de overheid of justitie kan spelen om seksueel misbruik tegen te gaan. Terwijl #MeToo daar wel tot oproept: het nemen van verantwoordelijkheid en verantwoordelijk houden van zij die misstappen begaan. Hierdoor komt de maatschappij voorbij het punt waarop de verantwoordelijkheid van de daders naar de slachtoffers wordt verschoven.

5.2 Relevantie onderzoek

Op maatschappelijk vlak biedt dit onderzoek inzicht in de manier waarop met dergelijke berichtgeving wordt omgegaan. Het feit dat kwaliteitskranten meer aandacht bieden aan #MeToo geeft aan dat er een groter draagvlak is binnen de samenleving om seksueel misbruik bespreekbaar te maken. Daarentegen laat het gebrek aan het responsibility frame zien dat de Nederlandse berichtgeving de discussie niet naar een hoger niveau tilt. Wanneer dit wel zou gebeuren kan gekeken worden naar wie er aansprakelijk is en hoe de omvang van het probleem aangepakt kan worden.

Eveneens laat de berichtgeving zien dat seksueel misbruik voornamelijk interessant wordt geacht wanneer er bekende of invloedrijke mensen bij betrokken zijn. De situatie rondom de beschuldigingen van Asia Argento toont aan waarom dit negatief is voor #MeToo. Wanneer de aandacht van de media blijft steken op de bekende en invloedrijke mensen, kunnen dergelijke gevallen voor negatieve associaties met de beweging zorgen. Daarmee verdwijnen de doelen van de beweging naar de achtergrond.

Daarnaast biedt dit onderzoek op wetenschappelijk vlak inzicht in de verschillen tussen populaire en kwaliteitsmedia met betrekking tot de nieuwswaardigheid en framing van maatschappelijke bewegingen. De resultaten van dit onderzoek zijn een kritische reflectie op de opvatting dat populaire kranten vooral aandacht besteden aan zacht nieuws en kwaliteitskranten aan het harde in berichtgeving over seksueel misbruik. Dergelijke verschillen blijken vooral van toepassing wanneer de framing van maatschappelijke bewegingen wordt bekeken. Daarmee toont dit onderzoek aan dat populaire kranten de voorkeur blijven geven aan meer persoonlijke en vermakende berichtgeving terwijl kwaliteitskranten zich meer richten op het conflict. Toch bieden beide soorten kranten bijna geen aandacht aan de eventuele rol van justitie in de veroordeling van seksueel misbruik of de rol van de politiek in de mogelijke oplossingen daarvan.

5.3 Discussie

Hoewel dit onderzoek op meerdere manieren bijdraagt aan de literatuur over de berichtgeving rondom maatschappelijke bewegingen, zijn er een aantal methodologische beperkingen die aandacht verdienen. Ten eerste heeft dit onderzoek de berichtgeving rondom #MeToo in de gedrukte kranten onderzocht. Door de digitalisering van het medialandschap maken steeds meer mensen gebruik van gratis online nieuws, waardoor er meer druk ligt op nieuwsmedia om steeds sneller nieuws te produceren (Van Dijck, 2010). Relevantie, verrassing, goed nieuws en slecht nieuws, die gering voorkwamen in de onderzochte berichtgeving, vallen mogelijk beter te herkennen in korte nieuwsberichten die niet meer gepubliceerd worden in de

kranten, maar juist op de onlinepagina's van kranten of andere nieuwsmedia. De inzichten van dit onderzoek lenen zich daarmee voor vervolgonderzoek naar de verschillen tussen online media en gedrukte media met betrekking tot berichtgeving rondom #MeToo.

Ten tweede geeft dit onderzoek inzicht in de verschillende framing van #MeToo door de populaire en kwaliteitskranten aan de hand van generic frames. Het is daarom voor vervolgonderzoek interessant om op een kwalitatieve manier te kijken naar de *issue-specific* frames om verder inzicht te krijgen in de manier waarop #MeToo geframed werd in de Nederlandse berichtgeving.

Eerder onderzoek geeft daarnaast commentaar op het gebrek aan *intersectionality* in de berichtgeving aangaande de vertegenwoordiging van alle vrouwen (Evans, 2018). De beweging zou overgenomen zijn door witte vrouwen. Terwijl 'Me Too' eigenlijk begon als een beweging die zich inzette voor, onder meer, Afro-Amerikaanse vrouwen en meisjes die slachtoffers zijn geworden van seksueel misbruik. Het is interessant om te onderzoeken hoe kwaliteitskranten en populaire kranten bijvoorbeeld de slachtoffers framen en of daarin voornamelijk de nadruk ligt op witte vrouwen. Een kwalitatieve benadering van de Nederlandse berichtgeving zou hier verder inzicht in kunnen bieden.

Verder scheppen de kranten het idee dat een grote verscheidenheid aan meningen wordt vertegenwoordigd middels het aanvullen van het opiniekatern met lezersbrieven. Voor vervolgonderzoek zou het interessant kunnen zijn om te kijken of die verscheidenheid aan meningen wel wordt gewaarborgd of dat voornamelijk de elite aan het woord wordt gelaten binnen deze opiniestukken. Dit onderzoek biedt daarbij inzichten die in vervolgonderzoek gebruikt zouden kunnen worden om te onderzoeken wie er in de media de ruimte kregen om hun mening over #MeToo te uiten.

Tot slot kan niks gezegd worden over het succes van de beweging zonder te meten of de perceptie van de Nederlandse bevolking ten opzichte van seksueel misbruik is veranderd sinds #MeToo. Daarom zou het wenselijk zijn wanneer vervolgonderzoek in zou gaan op de manier waarop de framing van #MeToo in de Nederlandse berichtgeving invloed heeft gehad op de perceptie van de lezers. Dit kan bereikt worden door publieksonderzoek uit te voeren. Zo wordt bijgedragen aan onderzoek naar de rol die de media spelen in de acceptatie van maatschappelijke bewegingen.

5.4 De berichtgeving rondom #MeToo

Dit onderzoek geeft inzicht in de manieren waarop populaire en kwaliteitskranten schreven over #MeToo en op welke vlakken zij het meeste van elkaar verschilden. Hoewel op het gebied van nieuwswaarden er geringe verschillen bleken, tonen de soorten kranten wel verschillen in de framing van #MeToo. De vraag blijft daarbij of de manier waarop erover de maatschappelijke beweging geschreven werd in het voordeel werkte van de beweging. De aandacht voor #MeToo stuurt enerzijds aan op het idee dat er meer ruimte is om seksueel misbruik te bespreken. Ofwel in de woorden van Ton Coenen, directeur van Rutgers Stichting: “Doorbreken taboe alleen al is winst” (2018). Anderzijds toont het gebrek aan het responsibility frame en de combinatie van het episodische en thematische frame dat de Nederlandse berichtgeving nog ruimte heeft om het debat naar een hoger maatschappelijk niveau te brengen. In de hoop dat straks de volgende opvatting een groter draagvlak vindt: “Instemming is niet de afwezigheid van een ‘nee’, het is de aanwezigheid van een actieve ‘ja’” (Van Linge, 2019, p. 251).

Literatuurlijst

- Aalberg, T., Strömbäck, J., & De Vreese, C. H. (2012). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162-178. <https://doi.org/10.1177/1464884911427799>
- Aarøe, L. (2011). Investigating frame strength: The case of episodic and thematic frames. *Political Communication*, 28(2), 207-226, <https://doi.org/10.1080/10584609.2011.568041>
- Abrahams, F. (2017, 25 oktober). Van MeToo naar metoenou. *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Adriaansen, M., & Van Praag, P. (2010). Nieuwe scheidslijnen en de turbulente relatie tussen politiek, media en burgers. In H. Dijstelbloem, P. Den Hoed, J. W. Holtslag, & S. Schouten (Red.), *Het gezicht van de publieke zaak: Openbaar bestuur onder ogen* (pp. 241-272). Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789089642622>
- Agard, C. (2017, 12 oktober). Alyssa Milano explains why she waited to comment on Harvey Weinstein. *Entertainment Weekly*. Verkregen via <https://ew.com>
- Ahmed, S. (2018, 5 Oktober). A rape accusation against Cristiano Ronaldo is finally getting attention. It's about time soccer had its #MeToo moment. *TIME*. Verkregen via <https://time.com>
- Allern, S. (2017). Journalistic and commercial news values: News organizations as patrons of an institution and market actors. *Nordicom Review*, 23(1-2), 137-152. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0327>
- Al-Rawi, A. (2017). News values on social media: News organizations' Facebook use. *Journalism*, 18(7), 871-889. <https://doi.org/10.1177/1464884916636142>
- Andelsman, V. & Mitchelstein, E. (2019). If it bleeds it leads. *Journalism Practice*, 13(4), 458-475, <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1504628>
- Anderson, P., & Ward, G. (Eds.). (2007). *The future of journalism in the advanced democracies*. Aldershot, UK: Ashgate. Verkregen via <https://www.books.google.com>
- Antilla, L. (2005). Climate of scepticism: US newspaper coverage of the science of climate change. *Global Environmental Change*, 15, 338-352. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2005.08.003>
- Bakker, P., & Scholten, O. (2014). *Communicatiekaart van Nederland: Overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Adfo Groep.
- Bohman, C. K. (2017). *#MeToo and the media framing of sexual harassment*. Verkregen via <https://www.da-vienna.ac.at/de>

- Boukes, M., & Vliegenthart, R. (2017). A general pattern in the construction of economic newsworthiness? Analyzing news factors in popular, quality, regional and financial newspapers. *Journalism*, 00(0), 1-22. <https://doi.org/10.1177/1464884917725989>
- Bouzerdan, C., Whitten-Woodring, J. (2018). Killings in context: An analysis of the news framing of femicide. *Human Rights Review*, 19(2), 211-228. <https://doi.org/10.1007/s12142-018-0497-3>
- Brants, K. (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication*, 13(3), 315-335. [https://doi.org/0267-3231\(199809\)13:3;315-335;005100](https://doi.org/0267-3231(199809)13:3;315-335;005100)
- Brants, K., & Van Praag, P. (2006) Signs of media logic: Half a century of political communication in the Netherlands. *Javnost – The Public*, 13(1), 25-40. <https://doi.org/10.1080/13183222.2006.11008905>
- Breen, M. J. (1997). A cook, a cardinal, his priests, and the press: Deviance as a trigger for intermedia agenda setting. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(2), 348-356. <https://doi.org/10.1177/107769909707400208>
- Brinkgreve, C. (2019, 23 januari). Lastige vragen stellen. *De Groene Amsterdammer*. Verkregen via <https://www.groene.nl>
- Broersma, M. (2009). Waarheid in tijden van crisis: Kwaliteitsjournalistiek in een veranderend medialandschap. In B. Ummelen (Eds.), *Journalistiek in Diskrediet* (pp. 23-40). Verkregen via <https://www.svdj.nl/wp-content/uploads/2015/12/S23-Journalistiek-in-diskrediet.pdf#page=31>
- Broersma, M. (2010). De transformatie van het journalistieke veld: Discursieve strategieën en journalistieke vormen. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38(10), 267-275. Verkregen via <https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl>
- Broersma, M., & Graham, T. (2013). Twitter as a news source. *Journalism Practice*, 7(4), 446-464. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.802481>
- Brown, R., Cole, H. J., & Fisher, M. (2018). Race and anti-LGBT legislation. *Journalism Studies*, 19(11), 1579-1596. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1292860>
- Brysk, A. (2017). Expanding rights: new frames for violence against women. In *Expanding Human Rights*. Edward Elgar Publishing.
- Brysk, A. (2013). Speaking rights to power: Constructing political will. Oxford: Oxford University Press.
- Bullock, C. F. (2007) Framing domestic violence fatalities: Coverage by Utah newspapers. *Women's Studies in Communication*, 30(1), 34-63, <https://doi.org/10.1080/07491409.2007.10162504>

- Burke, T. (n.d.) Me Too. <https://metoomvmt.org/>
- Cann, H. W., & Raymond, L. (2018). Does climate denialism still matter? The prevalence of alternative frames in opposition to climate policy. *Environmental Politics*, 27(3), 433-454. <https://doi.org/10.1080/09644016.2018.1439353>
- Chef-dirigent koninklijk concertgebouworkest ontslagen om nieuwe #MeToo beschuldigingen. (2018, 2 augustus). NOS. Verkregen via: <https://nos.nl>
- Coenen, T. (2018, 6 oktober). Doorbreken taboe alleen al is winst. *De Telegraaf*. Verkregen via <https://www.telegraaf.nl>
- Cohen, J. (1960). A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*, 20(1), 37-46. Verkregen via <https://journals-sagepub-com.eur.idm.oclc.org/>
- Corstius, J. B. (2017, 23 oktober). Ik ook. Maar ik kan het niet vertellen. *Trouw*. Verkregen via <https://www.trouw.nl>
- Corstius, A. B. (2017, 1 december). Aaf leest sterren. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13(1), 51-62. Verkregen via: <https://researchgate.net>
- De Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001) Framing politics at the launch of the euro: A cross-national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18(2), 107-122, <https://doi.org/10.1080/105846001750322934>
- d'Haenens, L., & De Lange, M. (2001). Framing of asylum seekers in Dutch regional newspapers. *Media, Culture & Society*, 23(6), 847-860. <https://doi.org/10.1177/016344301023006009>
- Dirikx, A., & Gelders, D. (2010). To frame is to explain: A deductive frame-analysis of Dutch and French climate change coverage during the annual UN conferences of the parties. *Public Understanding of Science*, 19(6), 732-742. <https://doi.org/10.1177/0963662509352044>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. DOI:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.

- Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of Communication*, 68(2), 298-308. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx019>
- Eppink, D. J. (2018, 10 oktober). Katers na Kavanaugh, en de midterms. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>
- Evans, A. (2018). #Metoo: A study on sexual assault as reported in the New York Times. *Occam's Razor*, 8, 11-17. Verkregen via: <https://cedar.wvu.edu/orwwu/vol8/iss1/3>
- Figenschou, T. U., & Thorbjørnsrud, K. (2015). Faces of an invisible population: Human interest framing of irregular immigration news in the United States, France, and Norway. *American Behavioral Scientist*, 59(7), 783-801. <https://doi.org/10.1177/0002764215573256>
- Fileborn, B., & Loney-Howes, R. (2017, 4 december). #MeToo, rape culture and the paradoxes of social media campaigns. *Social Justice*. Verkregen via: <https://www.socialjustice.org>
- Fontein, J. (2018, 1 oktober). Politie Las Vegas heropent onderzoek verkrachtingszaak Ronaldo. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>
- Fürsich, E. (2010). Media and the representation of others. *International Social Science Journal*, 61, 113-130. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x>
- 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 International Peace Research*, 2, 64-90. <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Giesen, P. (2018, 10 januari). Franse diva'ss teken onder #MeToo lijdende man een hart onder de riem. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>
- Gill, R., & Orgad, S. (2018). The shifting terrain of sex and power: From the 'sexualization of culture' to #MeToo. *Sexualities*, 21(8), 1313-1324. <https://doi.org/10.1177/1363460718794647>
- Gillespie, E., Mirabella, R. & Eikenberry, A. (2019). #Metoo/#Aidtoo and creating an intersectional feminist NPO/NGO sector. *Nonprofit Policy Forum*, 1-9. <https://doi.org/10.1515/npf-2019-0019>
- Gross, K. (2008). Framing persuasive appeals: Episodic and thematic framing, emotional response and policy opinion. *Political Psychology*, 29(2), 169-192. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00622.x>

- Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146-164.
<https://doi.org/10.1177/1464884916673386>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280. <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Harder, R. A., Sevenans, J., & Van Aelst, P. (2017). Intermedia agenda setting in the social media age: How traditional players dominate the news agenda in election times. *The International Journal of Press/Politics*, 22(3), 274-293.
<https://doi.org/10.1177/1940161217704969>
- Haylock, Z. (2019, 9 September). Gwyneth Paltrow was crucial to launching the Harvey Weinstein investigation. *Vulture*. Verkregen via <https://www.vulture.com/>
- Hoogland, R. (2018, 24 september). Toondoof. *De Telegraaf*. Verkregen via <https://www.telegraaf.nl>
- Hosterman, A. R., Johnson, N. R., Stouffer, R., & Herring, H. (2018). Twitter, social support messages and the #metoo movement. *The Journal of Social Media in Society*, 7(2), 69-91. Verkregen via: <https://thejsms.org>
- Hove, T., Paek, H. J., Isaacson, T., & Cole, R. T. (2013). Newspaper portrayals of child abuse: Frequency of coverage and frames of the issue. *Mass Communication and Society*, 16(1), 89-108. <https://doi.org/10.1080/15205436.2011.632105>
- Iyengar, S. (1987). Television news and citizens' explanations of national affairs. *The American Political Science Review*, 81(2), 815-832. Verkregen via <https://www.jstor.org/stable/1962678>
- Iyengar, S. (1992). Is anyone responsible?: How television frames political issues. *American Political Science Association*, 86(4), 1060-1061. <https://doi.org/10.2307/1964379>
- Jacobi, C., Kleinen-von Köningslów, K., & Ruigrok, N. (2016). Political news in online and print newspapers: Are online editions better by electoral democratic standards?. *Digital Journalism*, 4(6), 723-742. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1087810>
- Jackson, S. J. (2013). Framing Megan Williams: Intersecting discourses of race, class, and gender in television news coverage of racialized rape. *Feminist Media Studies*, 13(1), 46-63.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2011.647970>

- Jebril, N., Albæk, E., & De Vreese, C. H. (2013). Infotainment, cynicism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication* 28(2), 105-121. <https://doi.org/10.1177/0267323112468683>
- Johnson, N. L., Corbett-Hone, M., Gutekunst, M. H. C., & Grove, M. (2019). Addressing rape culture in the LGBTQ+ community through consciousness-raising: A developmental study. *Psychology & Sexuality*. <https://doi.org/10.1080/19419899.2019.1678192>
- Kantor, J., & Twohey, M. (2017, 5 oktober). Harvey Weinstein paid off sexual harassment accusers for decades. *The New York Times*. Verkregen via <https://www.nytimes.com>
- Keller, J., Mendes, K., & Ringrose, J. (2018). Speaking 'unspeakable things': Documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27(1), 22-36. <https://doi.org/10.1080/09589236.2016.1211511>
- Kist, R. (2017, 1 november). #MeToo-verhalen stellen journalisten voor dilemma. *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Knüpfer, C. B., & Entman, R. M. (2018). Framing conflicts in digital and transnational media environments. *Media, War & Conflict*, 11(4), 476-488. <https://doi.org/10.1177/1750635218796381>
- Kraak, H. (2019, 14 januari). Tribunaal. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>
- Kraus, R. (2018, 2 oktober). Gijs van Dam: 'Ik word nooit meer de oude'. *De Telegraaf*. Verkregen via <https://www.telegraaf.nl>
- Krippendorff, K. (1989). Content analysis. In E. Barnouw, W. Schramm, T. L., Worth & L. Gross (Eds.), *International encyclopedia of communication* (pp. 403-407). New York: Oxford University Press.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Los Angeles: SAGE
- Kuhl, S., Kosloski, A. E., Bontrager Ryon, B., & Monar, A. (2018). Masculinity, organizational culture, media framing and sexual violence in the military. *Social Sciences*, 7(5), 1-19. <https://doi.org/10.3390/socsci7050080>
- Kussendrager, N., & Van der Lugt, D. (2007). *Basisboek journalistiek: Achtergronden, genres, vaardigheden*. Verkregen via <https://www.boeken.com>
- Lehman-Wilzig, S., & Seletzky, M. (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification. *Journalism* 11(1), 37-56. <https://doi.org/10.1177/1464884909350642>
- Linnemann, E. (2018, 20 oktober). Het is nog steeds zijn woord tegen het hare. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>

- Littleton, H., Abrahams, N., Berman, M., Berliner, L., Blaustein, M., Cohen, J. ... Zinzow, H. (2018). Sexual assault, sexual abuse, and harassment: Understanding the mental health impact and providing care for survivors. Verkregen via <https://www.istss.org/sexual-assault>
- Marwick, M., & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139-158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349-367. <https://doi.org/10.1177/107769900908600206>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McDonald A.F. (2019) Framing #MeToo: Assessing the power and unintended consequences of a social media movement to address sexual assault. In W. O'Donohue & P. Schewe (Eds.), *Handbook of Sexual Assault and Sexual Assault Prevention* (pp. 79-107). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-23645-8>
- Moerland, R. (2017, 4 november). #MeToo wijst op verschuiven de seksuele moraal. *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Morris, A., & Kahlor, L. A. (2018). Intensifying the burden: The implications of individual responsibility messages in HIV public service announcements aimed at black women. *Sex Education*, 18(5), 571-586. <https://doi.org/10.1080/14681811.2018.1448772>
- Murray, M. (2019). Consequential sex: #MeToo, *Masterpiece Cakeshop*, and private sexual regulation. *Northwestern University Law Review*, 113(4), 825-884. Verkregen via <https://heinonline-org.eur.idm.oclc.org/HOL/Welcome>
- Ohlheiser, A. (2017, 19 oktober). The woman behind 'me too' knew the power of the phrase when she created it – 10 years ago. *The Washington Post*. Verkregen via <https://www.washingtonpost.com>
- Oosterom, R. (2017, 27 oktober). Jelle Brandt Corstius: 'Ik heb het hierdoor kunnen loslaten'. *Trouw*. Verkregen via <https://www.trouw.nl>
- Ozkazanc-Pan, B. (2019). On agency and empowerment in a #MeToo world. *Gender, Work & Organization*, 26(8), 1212-1220. <https://doi.org/10.1111/gwao.12311>
- Pak, V. (2018, 22 februari). #MeToo bereikt de Tweede Kamer. *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Paulussen, S. (2007). CAR als middel voor primaire journalistiek. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 35(3), 219-231. <https://doi.org/10.1347/tijd.35.3.219>

- Patterson, T. E. (2000). *Doing Well and Doing Good*. Cambridge: Harvard University Press.
- Patterson, T. E. (1993). *Out of Order*. New York: Vintage Books.
- Pennington, R., & Birthisel, J. (2016). When new media make news: Framing technology and sexual assault in the Steubenville rape case. *New Media & Society*, 18(11), 2435-2451.
<https://doi.org/10.1177/1461444815612407>
- Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (2003). *Medialogica: Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Reinemann, C., Scherr, S., & Stanyer, J. (2017). Hard and soft news. In C. De Vreese, F. Esser, & N. Hopmann (Red.), *Comparing Political Journalism* (pp. 131-149) New York: Routledge.
- Remarque, P. (2017, 9 november). Trial by media?. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>
- Rijghard, R. (2018, 13 oktober). Kan een gevallen ster weer rijzen? *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Roberts, M., & McCombs, M. (1994). Agenda setting and political advertising: Origins of the news agenda. *Political Communication*, 11(3), 249-262.
<https://doi.org/10.1080/10584609.1994.9963030>
- Ruigrok, N., Kester, B., Scholten, O., Ismaili, N., & Goudswaard, M. (2011). Rechtspraakverslaggeving in een veranderend medialandschap. *Research Memoranda Raad voor de Rechtspraak*, 7(5), 1-165. Verkregen via <https://www.rechtspraak.nl>
- Ruigrok, N., Schaper, J., Welbers, K., Denekamp, M., Jacobi, C., & Huiberts, E. (2010). Het Nederlandse medialandschap: Een papegaaiencircuit?. *LJS Nieuwsmonitor*. Amsterdam: LJS Nieuwsmonitor.
- Ruigrok, N., Schaper, J., Jacobi, C., Janssen, K., Denekamp, M., & Welbers, K. (2013). Seksmoord op horrorvakantie. De invloed van bezoekersgedrag op krantenwebsites op de nieuwsselectie van dagbladen en hun websites. *Nederlandse Nieuwsmonitor*. Amsterdam: Stichting het Persinstituut.
- Ruigrok, N., Van Atteveldt, W., Gagestein, S., & Jacobi, C. (2017). Media and juvenile delinquency: A study into the relationship between journalists, politics and public. *Journalism*, 18, 907-925. <https://doi.org/10.1177/1464884916636143>
- Schultz, I. (2007). The journalistic gut feeling: Journalistic doxa, news habitus and orthodox news values. *Journalism Practice*, 1(2), 190-207.
<https://doi.org/10.1080/17512780701275507>
- Schultz, J. (1998). *Reviving the fourth estate*. Cambridge: Cambridge University Press

- Scott, D. K., & Gobetz, R. H. (1992). Hard news/soft news content of the national broadcast networks, 1972-1987. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 69(2), 406-412.
<https://doi.org/10.1177/107769909206900214>
- Schaap, G., & Pleijter, A. (2012). Het sensatiegehalte van voorpaginafoto's: Een inhoudsanalyse van populaire en kwaliteitskranten in Nederland. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 40(1), 71-86. Verkregen via <https://www-tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap-nl>
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2001). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Shapiro, I. (2014). Why democracies need a functional definition of journalism now more than ever. *Journalism Studies*, 15(5), 555-565. DOI:10.1080/1461670X.2014.882483
- Shearer, E., & Gottfried, J. (2017). News use across social media platforms 2017. *Pew Research Center*. Verkregen via: <https://pewresearch.org>
- Sheikha, J. (2019). Punishing bad actors: The expansion of morals clauses in hollywood entertainment contracts in the wake of the #MeToo movement. *Nova Law Review*, 43(2), 203-233. Verkregen via <https://heinonline-org.eur.idm.oclc.org/HOL/Welcome>
- Singer, J. B. (2003). Who are these guys?: The online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, 4(2), 139-163. <https://doi.org/10.1177/146488490342001>
- Slob, M. (2018, 22 oktober). Gastvrij. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>
- Snijders, S. (2018, 8 januari). Prominente vrouwenrollen winnen. *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Stanley, J. (2012). Women's absence from news photos: The role of tabloid strategies at elite and non-elite newspapers. *Media, Culture & Society*, 34(8), 979-998.
<https://doi-org./10.1177%2F0163443712455559>
- Stemler, S. (2001). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 7(17). Verkregen via <http://PAREonline.net/getvn.asp?v=7&n=17>
- Steimel, S. J. (2010). Refugees as people: The portrayal of refugees in American human interest stories. *Journal of Refugee Studies*, 23(2), 219-237
<https://doi.org/10.1093/jrs/feq019>
- Stoffelen, A. (2018, 21 augustus). Boegbeeld #MeToo zelf in daderrol. *De Volkskrant*. Verkregen via <https://www.volkskrant.nl>

- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2016). Repositioning news and public connection in everyday life: A user-oriented perspective on inclusiveness, engagement, relevance, and constructiveness. *Media, Culture & Society*, 39(6), 902-918.
<https://doi.org/10.1177/0163443716679034>
- TIME. (2017) *Person of the year* [Voorpagina]. Verkregen via
<https://time.com/time-person-of-the-year-2017-silence-breakers/>
- Todahl, J. L., Linville, D., Bustin, A., Wheeler, J., & Gau, J. (2009). Sexual assault support services and community systems: Understanding critical issues and needs in the LGBTQ community. *Violence Against Women*, 15(8), 952-976.
<https://doi.org/10.1177/1077801209335494>
- Valkenburg, P. M., Semetko H. A., & De Vreese, C. H. (1999). The effects of news frames on readers' thoughts and recall. *Communication Research*, 26(5), 550-569.
<https://doi.org/10.1177/009365099026005002>
- Van Atteveldt, W. (2008). Semantic Network Analysis: Techniques for Extracting, Representing, and Querying Media Content. (Dissertatie). Verkregen via
http://vanatteveldt.com/p/vanatteveldt_semanticnetworkanalysis.pdf
- Van Atteveldt, W., Ruigrok, N., Takens, J. & Jacobi, C. (2014). Inhoudsanalyse met AmCAT. Verkregen via <http://vanatteveldt.com/wp-content/uploads/amcatbook.pdf>.
- Van Beek, K., Rouw, R., & Schillemans, T. (2006). Medialogica: Oorzaken, gevolgen en remedies. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34(2), 133-143. Verkregen via
<https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl>
- Van der Wal, C. (2017, 20 december). #MeToo geeft de macht aan de massa. *Algemeen Dagblad*. Verkregen via <https://ad.nl>
- Van der Wal, C. (2018, 10 oktober). 'Ik ben ook moe van #MeToo'. *Algemeen Dagblad*. Verkregen via <https://ad.nl>
- Van der Wiel, F. (2018, 20 september). De ballet bully wordt niet meer geduld. *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Van der Ziel, A. (2018, 23 februari). Hulpclubs vrezen schade schandalen. *Trouw*. Verkregen via <https://www.trouw.nl>
- Van Dijck, J. (2010). Professionele journalistieke identiteit in een digitale omgeving. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 38(1), 5-21. Verkregen via
<https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl>

- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2016). Journalistiek in de platformsamenleving. In Van Dijck et al. *De platformsamenleving: Strijd om publieke waarden in een online wereld* (pp. 83-110). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507. <https://doi.org/10.1177/0267323105058253>
- Van Houwelingen, K. (2018, 8 januari). Globes-acrices: Verdachte van MeToo nu voor rechter. *Algemeen Dagblad*. Verkregen via <https://www.ad.nl>
- Van Linge, D. (2019). *Feminist Fataal*. Amsterdam: Das Mag.
- Van Pinxteren, G. (2018, 10 oktober). De Chinese overheid is bang voor Wei. *NRC Handelsblad*. Verkregen via <https://www.nrc.nl>
- Van Wijk, L. (2018, 14 maart). Klaver 'verdrietig' om aanranding GroenLinks-stagiaire. *AD*. Verkregen via <https://www.ad.nl>
- Vissers, P. (2018, 8 oktober). Wat heeft een jaar #MeToo eigenlijk opgeleverd? *Trouw*. Verkregen via <https://www.trouw.nl>
- Weatherred, J. L. (2017). Framing child sexual abuse: A longitudinal content analysis of newspaper and television coverage, 2002-2012. *Journal of Child Sexual Abuse*, 26(1), 3-22. <https://doi.org/10.1080/10538712.2016.1257528>
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A gatekeeper among gatekeepers: News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, 19(3), 315-333. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190663>
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N., & Schaper, J. (2016). News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 17(8), 1037-1053. <https://doi.org/10.1177/1464884915595474>
- White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. *Library Trends*, 55(1), 22-45. <https://doi.org/10.1353/lib.2006.0053>
- Wilms, A. (2018, 18 oktober). Eén jaar #MeToo, hoe staan we ervoor?. *Esquire*. Verkregen via <https://www.esquire.com>
- 23 jaar cel voor Harvey Weinstein, 'tranen van verbazing' bij MeToo-beweging. (2020, 11 maart). NOS. Verkregen via <https://www.nos.nl>

Bijlage A: Uitwerkingen Cohen's Kappa

A.1: Nieuws waarde relevantie

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	48	3	51
	Ja	0	9	9
Totaal		48	12	60

$$Pr(a) = 57/60 = 95\%$$

Codeur 1 kans ja = 15%

Codeur 1 kans nee = 85%

Codeur 2 kans ja = 20%

Codeur 2 kans nee = 80%

$$Pr(e) = (0.15 \times 0.20) + (0.85 \times 0.80) = 0.72$$

$$\kappa = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.95 - 0.72) / (1 - 0.72) = 0.82$$

A.2: Nieuws waarde elite

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	20	1	21
	Ja	3	36	39
Totaal		23	37	60

$$Pr(a) = 56/60 = 93\%$$

Codeur 1 kans ja = 65%

Codeur 1 kans nee = 35%

Codeur 2 kans ja = 62%

Codeur 2 kans nee = 38%

$$Pr(e) = (0.65 \times 0.62) + (0.35 \times 0.38) = 0.51$$

$$\kappa = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.93 - 0.51) / (1 - 0.51) = 0.86$$

A.3: Nieuws waarde slecht nieuws

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	50	2	52
	Ja	2	6	8
Totaal		52	8	60

$$Pr(a) = 56/60 = 93\%$$

Codeur 1 kans ja = 13%

Codeur 1 kans nee = 87%

Codeur 2 kans ja = 13%

Codeur 2 kans nee = 87%

$$Pr(e) = (0.13 \times 0.13) + (0.87 \times 0.87) = 0.77$$

$$\kappa = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.93 - 0.77) / (1 - 0.77) = 0.71$$

A.4: Nieuwswaarde verrassing

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	39	2	41
	Ja	3	16	19
Totaal		42	18	60

$$Pr(a) = 55/60 = 92\%$$

A.5: Nieuwswaarde entertainment

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	38	1	39
	Ja	1	20	21
Totaal		39	21	60

$$Pr(a) = 58/60 = 97\%$$

A.6: Nieuwswaarde celebrity

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	39	0	39
	Ja	0	21	21
Totaal		39	21	60

$$Pr(a) = 60/60 = 100\%$$

Codeur 1 kans ja = 32%

Codeur 1 kans nee = 68%

Codeur 2 kans ja = 30%

Codeur 2 kans nee = 70%

$$Pr(e) = (0.32 \times 0.30) + (0.68 \times 0.70) = 0.57$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.92 - 0.57) / (1 - 0.57) = 0.81$$

Codeur 1 kans ja = 35%

Codeur 1 kans nee = 65%

Codeur 2 kans ja = 35%

Codeur 2 kans nee = 65%

$$Pr(e) = (0.35 \times 0.35) + (0.65 \times 0.65) = 0.55$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.97 - 0.55) / (1 - 0.55) = 0.93$$

Codeur 1 kans ja = 35%

Codeur 1 kans nee = 65%

Codeur 2 kans ja = 35%

Codeur 2 kans nee = 65%

$$Pr(e) = (0.35 \times 0.35) + (0.65 \times 0.65) = 0.55$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (1 - 0.55) / (1 - 0.55) = 1$$

A.7: Nieuwswaarde goed nieuws

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	50	1	51
	Ja	3	6	9
Totaal		53	7	60

$$Pr(a) = 56/60 = 93\%$$

Codeur 1 kans ja = 15%

Codeur 1 kans nee = 85%

Codeur 2 kans ja = 12%

Codeur 2 kans nee = 88%

$$Pr(e) = (0.15 \times 0.18) + (0.85 \times 0.88) = 0.76$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.93 - 0.76) / (1 - 0.76) = 0.72$$

A.8: Episodisch frame

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	8	2	10
	Ja	2	48	50
Totaal		10	50	60

$$Pr(a) = 56/60 = 93\%$$

Codeur 1 kans ja = 83%

Codeur 1 kans nee = 17%

Codeur 2 kans ja = 83%

Codeur 2 kans nee = 17%

$$Pr(e) = (0.83 \times 0.83) + (0.17 \times 0.17) = 0.72$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.93 - 0.72) / (1 - 0.72) = 0.76$$

A.9: Thematisch frame

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	17	4	21
	Ja	2	37	39
Totaal		19	41	60

$$Pr(a) = 54/60 = 90\%$$

Codeur 1 kans ja = 65%

Codeur 1 kans nee = 35%

Codeur 2 kans ja = 68%

Codeur 2 kans nee = 32%

$$Pr(e) = (0.65 \times 0.68) + (0.35 \times 0.32) = 0.58$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.90 - 0.58) / (1 - 0.58) = 0.76$$

A.10: Responsibility frame vraag 1

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	52	0	52
	Ja	2	6	8
Totaal		54	6	60

$$Pr(a) = 58/60 = 97\%$$

Codeur 1 kans ja = 13%

Codeur 1 kans nee = 87%

Codeur 2 kans ja = 10%

Codeur 2 kans nee = 90%

$$Pr(e) = (0.13 \times 0.10) + (0.87 \times 0.90) = 0.79$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) =$$

$$(0.97 - 0.79) / (1 - 0.79) = 0.84$$

A.11: Responsibility frame vraag 2

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	18	3	21
	Ja	2	37	39
Totaal		20	40	60

$$Pr(a) = 55/60 = 92\%$$

Codeur 1 kans ja = 65%

Codeur 1 kans nee = 35%

Codeur 2 kans ja = 67%

Codeur 2 kans nee = 33%

$$Pr(e) = (0.65 \times 0.67) + (0.35 \times 0.33) = 0.56$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) =$$

$$(0.92 - 0.56) / (1 - 0.56) = 0.81$$

A.12: Responsibility frame vraag 3

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	43	0	43
	Ja	4	13	17
Totaal		47	13	60

$$Pr(a) = 56/60 = 93\%$$

Codeur 1 kans ja = 28%

Codeur 1 kans nee = 72%

Codeur 2 kans ja = 22%

Codeur 2 kans nee = 78%

$$Pr(e) = (0.28 \times 0.22) + (0.72 \times 0.78) = 0.61$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) =$$

$$(0.93 - 0.61) / (1 - 0.61) = 0.83$$

A.13: Conflict frame vraag 1

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	32	0	32
	Ja	1	27	28
Totaal		33	27	60

$$Pr(a) = 59/60 = 98\%$$

Codeur 1 kans ja = 47%

Codeur 1 kans nee = 53%

Codeur 2 kans ja = 45%

Codeur 2 kans nee = 55%

$$Pr(e) = (0.47 \times 0.45) + (0.53 \times 0.55) = 0.50$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.98 - 0.55) / (1 - 0.55) = 0.97$$

A.14: Conflict frame vraag 2

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	17	2	19
	Ja	4	37	41
Totaal		21	39	60

$$Pr(a) = 54/60 = 90\%$$

Codeur 1 kans ja = 68%

Codeur 1 kans nee = 32%

Codeur 2 kans ja = 65%

Codeur 2 kans nee = 35%

$$Pr(e) = (0.68 \times 0.65) + (0.32 \times 0.35) = 0.53$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.90 - 0.53) / (1 - 0.53) = 0.79$$

A.15: Conflict frame vraag 3

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	36	1	37
	Ja	8	15	23
Totaal		44	16	60

$$Pr(a) = 51/60 = 85\%$$

Codeur 1 kans ja = 38%

Codeur 1 kans nee = 62%

Codeur 2 kans ja = 27%

Codeur 2 kans nee = 73%

$$Pr(e) = (0.38 \times 0.27) + (0.62 \times 0.73) = 0.52$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) = \\ (0.85 - 0.52) / (1 - 0.52) = 0.69$$

A.16: Human interest frame vraag 1

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	27	2	29
	Ja	8	23	31
Totaal		35	25	60

$$Pr(a) = 50/60 = 83\%$$

Codeur 1 kans ja = 52%

Codeur 1 kans nee = 48%

Codeur 2 kans ja = 42%

Codeur 2 kans nee = 58%

$$Pr(e) = (0.52 \times 0.42) + (0.48 \times 0.58) = 0.46$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) =$$

$$(0.83 - 0.46) / (1 - 0.46) = 0.69$$

A.17: Human interest frame vraag 2

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	15	1	16
	Ja	7	37	44
Totaal		22	38	60

$$Pr(a) = 52/60 = 87\%$$

Codeur 1 kans ja = 73%

Codeur 1 kans nee = 27%

Codeur 2 kans ja = 63%

Codeur 2 kans nee = 37%

$$Pr(e) = (0.73 \times 0.63) + (0.27 \times 0.37) = 0.50$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) =$$

$$(0.87 - 0.50) / (1 - 0.50) = 0.73$$

A.18: Human interest frame vraag 3

		Codeur 2		Totaal
		Nee	Ja	
Codeur 1	Nee	32	1	33
	Ja	5	22	27
Totaal		37	23	60

$$Pr(a) = 54/60 = 90\%$$

Codeur 1 kans ja = 45%

Codeur 1 kans nee = 55%

Codeur 2 kans ja = 38%

Codeur 2 kans nee = 62%

$$Pr(e) = (0.45 \times 0.38) + (0.55 \times 0.62) = 0.72$$

$$k = (Pr(a) - Pr(e)) / (1 - Pr(e)) =$$

$$(0.90 - 0.72) / (1 - 0.72) = 0.81$$

Bijlage B: Codeerinstructie

Nieuwswaarden zijn bepaalde eigenschappen die ervoor zorgen dat gebeurtenissen opgepikt worden door de traditionele media (Galtung & Ruge, 1965). Het is mogelijk dat artikelen meerdere nieuwswaarden hebben, maar het kan ook zijn dat een artikel aan geen van de hieronder genoemde nieuwswaarden voldoet.

Relevantie:

Gaat het artikel over groepen of landen die gezien worden als invloedrijk of op het gebied van cultuur of geschiedenis bekend zijn bij het publiek?

Dit nieuws is vaak droger en harder en heeft informeren als doel. Het is niet altijd het meest interessante nieuws maar wel belangrijk om van op de hoogte te zijn. Daarnaast heeft het nieuws betrekking op maatschappelijke, buitenlandse en economische onderwerpen.

In het geval van #MeToo is relevant nieuws de artikelen waarin de gebeurtenissen voor ons van belang zijn omdat het bijvoorbeeld gaat over landen als Amerika of omdat er sprake is van een ontwikkeling die voor ons belangrijk is. Het is droger nieuws dan bijvoorbeeld een column over iemands ervaringen met #MeToo en eerder het soort nieuws wat je voorbij zou zien komen op het journaal.

Elite:

Gaat het artikel over elite landen of politici zoals de Verenigde Staten of Putin?

Het hoeft daarbij niet te gaan over de macht van het onderwerp, maar doordat het verhaal over de elite gaat is het verhaal interessanter dan wanneer het bijvoorbeeld over een conciërge van een school zou gaan. Elite is in het geval van #MeToo ook de kunstwereld, en bijvoorbeeld president Trump. Het verschil tussen elite en celebrity heeft vooral te maken met het feit dat de elite macht uit kan oefenen en celebrities bekend zijn door hun acteerwerk, muziek enz. Trump was voordat hij president werd bijvoorbeeld een bekend persoon en nu behoort hij tot de elite. Alyssa Milano is daarentegen een voorbeeld van een bekend persoon. Gaat het dus om landen, politici of andere mensen die veel invloed hebben, dan is er sprake van elite.

Voorbeeld:

“Witte Huis blijft immuun voor #MeToo”

Slecht nieuws:

Heeft het nieuwsbericht heeft een overkoepelende negatieve toon?

Denk hierbij aan oorlogen, tragedies enz. In het geval van #MeToo nieuws dat niet positief uitpakt voor de doelen van de beweging. Het belangrijke is dat het wel gaat over echte gebeurtenissen. Nieuwe beschuldigingen zijn bijvoorbeeld slecht nieuws voor #MeToo, een opinieartikel dat beschrijft dat het tegen #MeToo is, is geen slecht nieuws.

Voorbeeld:

“Conservatieve rechter Kavanaugh na weken van onrust goedgekeurd.”

Verrassing:

Gaat het artikel over een verrassende gebeurtenis of biedt het een contrast ten opzichte van wat als normaal gezien zou worden?

Bij #MeToo zouden dat bijvoorbeeld artikelen zijn die nieuwe daders bekendmaken. Verrassing valt vaak al terug te zien in de kop, worden er nieuwe beschuldigingen gemaakt of is er sprake van een plotselinge verandering. Een voorbeeld hiervan is: “#MeToo raakt Elburgse Bachdirigent”. Maar ook slachtoffers die opeens beschuldigd worden van dader zijn vallen onder deze nieuwswaarde.

Entertainment:

Gaat het om gebeurtenissen die te maken hebben met seks, de showbusiness, sport, human interest, dieren of zorgt het voor vermaak?

Bij deze nieuwswaarde is het belangrijk dat het nieuwsartikel bedoeld is om de lezer te vermaken. Dit zou bijvoorbeeld een grappige column kunnen zijn, maar ook een recensie van een toneelstuk of een film. Gaat het artikel heel erg over Hollywood of bijvoorbeeld belangrijke ceremonies dan is er ook sprake van entertainment. Het nieuws hoeft niet altijd positief van aard te zijn, maar heeft vermaken onder meer als doel.

Celebrity:

Heeft het artikel betrekking op een persoon of meerdere personen die al beroemd is/zijn?

Celebrity gaat over bekende mensen uit bijvoorbeeld de showbusiness. Mensen die bekend zijn geworden door dingen die niet als elitair gezien worden zoals film, muziek (met uitzondering van klassieke muziek) of televisie. Het onderscheid met elite zit in het feit dat bij elite er sprake is van macht. Zeker in geval van #MeToo zijn het vaak de elite die macht afdwingen bij de celebrities of gewone mensen. Voorbeeld: “Kun je één iemand tot gezicht maken van de #MeToo-beweging? En moet dat dan Alyssa Milano zijn, de actrice die haar Twittervolgers opriep om hun ervaringen met seksuele intimidatie te delen onder #MeToo?”

Goed Nieuws:

Gaat het artikel over vooruitgang of is de onderliggende toon van het artikel positief?

In het geval van #MeToo dus nieuws dat positief is voor de doelen van de beweging. Dat bijvoorbeeld een beschuldigde schuldig is verklaard of dat er handelingen zijn ondernomen tegen een beschuldigde (denk aan Kevin Spacey die ontslagen werd door de beschuldigingen, voor hem geen goed nieuws maar voor de beweging wel).

Voorbeeld: ““Eindelijk”, zei advocaat Gloria Allred, nadat een jury Cosby schuldig heeft bevonden, “worden vrouwen geloofd. Niet alleen onder de hashtag MeToo, maar in een rechtbank, waar ze onder ede stonden, waar ze naar waarheid getuigden, waar ze werden aangevallen, waar ze werden belast, waar ze werden zwartgemaakt, waar pogingen waren om hen in diskrediet te brengen.””

Framen:

Framing gaat om het selecteren en benadrukken van bepaalde aspecten van een gebeurtenis waardoor inherent andere aspecten achterwege worden gelaten (Entmann, 1993, p. 52). Daarbij is framing onvermijdelijk omdat bij ieder verhaal, ieder artikel en iedere anekdote er altijd een selectie gemaakt moet worden. Frames kunnen samen voorkomen, maar ook los van elkaar. Het kan zijn dat geen van de frames voorkomt in een artikel. Al zal er altijd wel sprake zijn van episodisch en/of thematisch framen.

Episodisch framen:

Er is sprake van episodisch framen op het moment dat een artikel weinig tot geen context biedt voor de besproken gebeurtenis (Andelsman & Mitchelstein, 2019). Het episodisch frame wordt aan de hand van de volgende vraag onderzocht:

- ***Wordt in het artikel de specifieke situatie van een individu of een specifieke gebeurtenis benoemd?***

Dit betekent dat een artikel om een enkele gebeurtenis draait en daar weinig tot geen context voor geeft. Een titel kan hier een goed start indicator zijn om te kijken of een artikel episodisch is. Gaat het artikel bijvoorbeeld over een nieuwe beschuldigde of een nieuw slachtoffer dan is het goed mogelijk dat er sprake is van een episodisch artikel. Er wordt dus een specifieke gebeurtenis uitvoerig toegelicht.

Thematisch framen:

Er is sprake van thematisch framen op het moment dat een artikel juist een gebeurtenis in een bredere sociale context plaatst (Andelsman & Mitchelstein, 2019). Het thematische frame wordt aan de hand van de volgende vraag onderzocht:

- ***Wordt er gesproken over de bredere sociale, maatschappelijke of historische implicaties van de gebeurtenis?***

Dit betekent dat in een artikel heel erg de focus ligt op de gevolgen van een gebeurtenis of hoe dit vroeger ging of zelfs welke gevolgen er zijn voor de maatschappij. In het geval van #MeToo kan dit bijvoorbeeld een bespreking zijn van hoe #MeToo ervoor gezorgd heeft dat meer mensen gevallen van seksueel misbruik melden en dit vergeleken wordt met getallen over seksueel misbruik in de jaren ervoor.

Het is mogelijk dat episodisch en thematisch framen tegelijkertijd plaatsvindt in hetzelfde artikel. Het is daarbij wel belangrijk om rekening te houden met dat een artikel pas episodisch is als een specifiek geval echt wordt toegelicht. Het noemen van Harvey Weinstein in een artikel over de ontwikkelingen van #MeToo maakt het artikel niet episodisch. Wordt in een artikel over de ontwikkelingen van #MeToo duidelijk omschreven hoe het dossier van Harvey Weinstein tot deze beweging heeft geleid dan kan er wel sprake zijn van episodisch framen in een thematisch artikel. Hetzelfde geldt voor een episodisch artikel over bijvoorbeeld de rechtszaak tegen Harvey Weinstein, het noemen van #MeToo maakt het artikel niet per definitie thematisch. Wordt er

uitvoerig gesproken over de ontwikkelingen van #MeToo dan is er sprake van de combinatie van episodisch en thematisch.

Responsibility frame

Volgens Semetko & Valkenburg (2001) draait het responsibility frame vooral om het kenmerk dat er in een nieuwsbericht de overheid, een groep of een individu verantwoordelijk wordt beschouwd voor een situatie, gebeurtenis of een probleem. Het responsibility frame wordt aan de hand van de volgende vragen onderzocht:

- ***Suggereert het artikel dat de overheid of het rechtssysteem verantwoordelijk is voor het probleem?***

Met deze vraag wordt bedoeld dat de overheid of het rechtssysteem had kunnen voorkomen dat de gebeurtenis heeft plaatsgevonden. Suggereert het artikel dat bijvoorbeeld een andere uitspraak van de rechter of een andere wet van de overheid had kunnen voorkomen wat er op dat moment gebeurd is? Een concreet voorbeeld zou kunnen zijn dat de rechters in Amerika hadden moeten ingrijpen bij het aanstellen van Kavanaugh als rechter in het Hooggerechtshof van de VS.

- ***Suggereert het artikel dat een individu of een groep mensen binnen de samenleving verantwoordelijk is voor het probleem?***

Hiermee wordt bedoeld dat in het artikel de suggestie wordt gewekt dat een groep mensen of een individu verantwoordelijk is voor de gebeurtenis. Dit zou vorm kunnen krijgen in de zin dat vrouwen bijvoorbeeld worden neergezet als uitlokkers van seksueel misbruik, maar ook bijvoorbeeld mannen die nog heel erg vrouwonvriendelijke ideeën erop na houden. Ergens in het artikel is er dan sprake van dat de situatie zich niet had voorgedaan als bijvoorbeeld mannen zich beter zouden gedragen ten opzichte van vrouwen, of wanneer vrouwen actief bezig zouden zijn met het niet uitlokken van een reactie. In het geval dat een artikel gaat over beschuldigingen kan hier sprake van zijn op het moment dat besproken wordt dat het gedrag van de dader of het slachtoffer tot de gebeurtenis heeft geleid.

- ***Suggereert het artikel dat de overheid of het rechtssysteem een rol kan spelen in het oplossen van het probleem?***

Op deze vraag kan 'ja' geantwoord worden op het moment dat er in het artikel wordt besproken dat een soortgelijke situatie voorkomen had kunnen worden door ingrijpen van de overheid of het rechtssysteem. Denk hierbij aan situaties waarin geschreven wordt over nieuwe wetten die

zouden kunnen ingrijpen om dergelijk gedrag te voorkomen of bijvoorbeeld uitspraken door rechtbanken die zouden kunnen voorkomen dat daders weggelaten met hun gedrag. Iets in het artikel suggereert dus dat er in de toekomst iets veranderd zou kunnen worden door de overheid of rechtssysteem. Er hoeft geen concrete oplossing aangeboden te worden, maar er zou bijvoorbeeld over een nieuwe wet gesproken kunnen worden.

Conflict Frame:

De meest gangbare opvatting van het conflict frame gaat uit van verslaggeving waarin er sprake is van conflict en onenigheid tussen groepen, individuen en organisaties (An & Gower, 2009; Semetko & Valkenburg, 2001; De Vreese, 2005). Het conflict frame wordt aan de hand van de volgende vragen onderzocht:

- ***Verwijst het artikel naar meerdere kanten van het verhaal?***

Op deze vraag kan 'ja' geantwoord worden wanneer een artikel ingaat op meerdere meningen. Wordt bijvoorbeeld besproken hoe iemand beschuldigd wordt in het kader van #MeToo dan kan het zijn dat niet alleen de beschuldigingen van het slachtoffer aan het bod komen, maar dat ook besproken wordt hoe de beschuldigde omgaat met de beschuldigingen. Gaat het over een artikel waarin de invloed van #MeToo wordt besproken, dan kan het antwoord 'ja' zijn op het moment dat niet alleen voorstanders, maar ook tegenstanders van #MeToo worden besproken.

- ***Weergeeft het artikel een onenigheid tussen verschillende partijen?***

Een onenigheid kan in dit geval gedefinieerd worden als een situatie waarin twee of meerdere partijen het niet met elkaar eens zijn. Concrete voorbeelden kunnen zijn dat een artikel ingaat op meningsverschillen over de effectiviteit van #MeToo of soortgelijke bewegingen, maar ook bijvoorbeeld wanneer besproken wordt dat Janneke Jip heeft beschuldigd van seksueel misbruik. Er is dus sprake van verschillende partijen die om een reden met elkaar botsen.

- ***Beschrijft het verhaal winnaars en verliezers?***

Winnaars of verliezers is in het geval van #MeToo belangrijk om af te bakenen. Er kan sprake zijn in een artikel van winnaars en verliezers wanneer bijvoorbeeld iemand een rechtszaak heeft gewonnen of verloren. Maar er kan ook sprake zijn van winnaars en verliezers wanneer iemand moet stoppen met werken vanwege beschuldigingen. Of wanneer bijvoorbeeld een opiniëartikel bespreekt hoe mensen bepaalde dingen niet meer kunnen/mogen door #MeToo. Wordt er dus gesproken van duidelijke positieve of negatieve gevolgen voor mensen of groepen?

Human interest frame:

Volgens Semetko en Valkenburg (2001) zorgt het human interest frame ervoor dat een beschrijving van een gebeurtenis of probleem een menselijke of emotionele kant krijgt door de manier waarop er geschreven wordt. In plaats van dat een artikel harde feiten weergeeft, wordt er een humaan aspect aan toegevoegd. Het human interest frame wordt aan de hand van de volgende vragen onderzocht:

- ***Gebruikt het artikel bijvoeglijke voornaamwoorden of persoonlijke noten die voor woede, empathie, medeleven, sympathie of compassie zorgen?***

De manier van schrijven en de keuze van woorden zorgt ervoor dat een bepaalde emotie/gevoel wordt opgewekt wat niet zou gebeuren op het moment dat deze achterwege gelaten zouden worden. Denk hierbij aan zinnen zoals “Waar denk je dat de term ‘de Gooische matras’ vandaan komt?” of “Het is jouw woord tegen het zijne.”. Het is belangrijk om te benadrukken dat deze manier van schrijven gebruikt wordt om een gevoel of emotie op te wekken die ervoor zorgt dat de lezer zich bijvoorbeeld in de rol van het slachtoffer of de dader kan plaatsen. Een column is bijvoorbeeld een goed voorbeeld van een type artikel dat hier veel gebruik van zou kunnen maken. De manier van schrijven is anders dan in een hard nieuwsartikel.

- ***Benadrukt het artikel hoe individuen of groepen beïnvloed worden door het probleem?***

Beïnvloed heeft in dit geval te maken met dat er bijvoorbeeld besproken wordt wat voor impact de gebeurtenis heeft gehad op het slachtoffer of wat bijvoorbeeld de gevolgen zijn van beschuldigingen voor de beschuldigde. Zo moest Job Gosschalk bijvoorbeeld zijn werk neerleggen door de beschuldigingen en durfde veel van de slachtoffers van Weinstein niet naar voren te komen met hun verhaal omdat ze bang waren voor de gevolgen. Het is dus van belang dat niet alleen het probleem benoemd wordt, maar ook wordt beschreven wat de gevolgen zijn van het probleem voor individuen of groepen.

- ***Gaat het artikel in op het privé of persoonlijke leven van de actoren?***

Bij #MeToo zou je kunnen zeggen dat het op het moment van het schrijven van het artikel al gaat om privé of persoonlijke levens omdat het vaak gaat over verkrachting en seks wat privé onderwerpen van aard zijn. Daarom is er sprake van het privé of persoonlijke leven van de actoren wanneer er een gedetailleerde situatieschets onderdeel is van het artikel of wanneer er details van iemands privéleven worden gegeven. Denk hierbij aan iemands thuissituatie of hoe

iemands jeugd was of wat iemand leuk vindt. Dit is informatie die ervoor zorgt dat het verhaal persoonlijker wordt en de lezer zich meer in de actoren kan verplaatsen.