



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Framing politics

Lecheler, S.K.

Publication date
2010

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):
Lecheler, S. K. (2010). *Framing politics*.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Nederlandse Samenvatting

In de afgelopen twee decennia is hoe de politiek in het nieuws wordt “geframed” het onderwerp geweest van een groot aantal theoretische en empirische studies door politieke communicatiewetenschappers. Met name het onderzoek naar de effecten van frames heeft veel aandacht gekregen: een groot aantal empirische studies heeft getracht te verklaren op welke manieren subtiele verschillen in de presentatie van een politiek onderwerp kan leiden tot veranderingen in interpretatie, attitudes en gedrag. De theorie van de effecten van nieuwsframes blijkt heel waardevol voor het bestuderen van verschillende politieke issues en contexten, waardoor zeer veel wetenschappers hiervan gebruikmaken. Tegelijkertijd slaagt men er echter niet in het theoretische en empirische raamwerk van dit onderzoeksgebied verder te ontwikkelen. Met andere woorden, terwijl veel bestaande studies een solide empirische basis hebben gelegd voor het bestaan van effecten van nieuwsframes op het gebied van de politieke communicatie, zijn verschillende fundamentele vragen onbeantwoord gebleven.

Dit proefschrift tracht enkele van deze vragen te beantwoorden. Allereerst onderzoeken wij de tussenliggende psychologische factoren die het effect van een nieuwsframe mogelijk maken of juist beperken. Het onderzoek naar deze processen is essentieel voor onze kennis over hoe de effecten van nieuwsframes daadwerkelijk tot stand komen. Echter, over de vraag via welke mediatoren het effect van een nieuwsframe loopt, bestaat nog veel onenigheid in de literatuur. Wij onderzoeken ook of het effect van een nieuwsframe afhankelijk is van het onderwerp, en hoe het belang van dit onderwerp de ontvankelijkheid voor het effect van een frame beïnvloedt. Hierdoor maakt deze studie een preciezer begrip mogelijk van de beperkingen van de effecten van nieuwsframes, en introduceert de sociaal-psychologische notie van “*attitude strength*” in de literatuur over framing. Op de derde plaats gaan we na hoe lang de effecten van nieuwsframes aanhouden, en, ten vierde, of de mate waarin deze effecten doorzetten afhankelijk is van de vraag of een nieuwsframe repetitief of competitief is. Tot op heden hebben slechts enkele onderzoekers de duur en de duurzaamheid van de effecten van frames onderzocht. Wij tonen aan dat het testen hiervan tot meer begrip van de mate van invloed van nieuwsframes op de politiek en politieke communicatie leidt.

In het Hoofdstuk 1 testen wij het effect van een nieuwsframe op politieke attitudes met behulp van een *multiple-mediation model*. In een survey-experiment onderzoeken we twee mediërende processen: *belief importance change* en *belief content change*. Onze analyse toont aan dat de effecten van nieuwsframes worden gemedieerd door beide processen. Echter, wanneer wij kijken naar de mate van verklaring was *belief content change* meer van belang dan *belief importance change*. Dit betekent dat nieuwsframes niet alleen een effect hebben doordat zij bepaalde aspecten van een issue belangrijker maken, maar ook doordat ze nieuwe informatie geven aan het individu. We testen ook of deze gemedieerde effecten afhankelijk zijn van de mate van politieke kennis. Onze resultaten wijzen uit dat deelnemers met meer politieke kennis meer

worden beïnvloed via beide mediërende processen. De resultaten van deze studie laten zien dat een nieuwsframe verschillende soorten effecten kan hebben op politieke attitudes.

In Hoofdstuk 2 toetsen we of de effecten van nieuwsframes afhankelijk zijn van het persoonlijke en het contextuele, of nationale, belang van een onderwerp. In twee survey-experimenten gaan we na in welke mate verschillende niveaus van *issue importance* het verwerken van een frame en de grootte van het effect van een nieuwsframe modereren. We vinden geen effecten van een nieuwsframe voor een belangrijk onderwerp (verzorgingsstaat) en we vinden juist grote effecten voor een minder belangrijk onderwerp (handel). Echter, nieuwsframes binnen het experiment over het “minder belangrijke” onderwerp zorgen voor effecten over de gehele linie, bijna onafhankelijk van hoe belangrijk een individu het onderwerp zelf vond. Wij laten ook zien dat als individuen een onderwerp belangrijker vinden, zij meer worden beïnvloed via veranderingen in *belief importance*, terwijl als zij minder belang hechten aan een onderwerp ze meer worden beïnvloed via veranderingen in *belief content*. Groter persoonlijk belang vergroot bovenal de precisie van *belief importance*-overwegingen. Dit hoofdstuk is één van de eerste dat variatie in de effecten van frames tussen verschillende issues in één en dezelfde experimentele studie presenteert. Bovendien geven de resultaten aan dat niet alleen de persoonlijke, maar ook de contextuele mate van belangrijkheid relevant lijkt te zijn voor de analyse van de effecten van nieuwsframes op het individuele niveau.

In Hoofdstuk 3 onderzoeken we hoe lang de effecten van nieuwsframes aanhouden. We voeren een “klassiek” framing-experiment uit, maar breiden het uit met drie latere tijdsmetingen (na een dag, een week, en twee weken). Onze resultaten tonen een effect aan van een nieuwsframe dat verrassend lang aanhoudt. We analyseren ook of de mate van verval van het effect van een nieuwsframe afhankelijk is van de mate van politieke kennis. We vinden geen direct modererend effect van kennis, maar kunnen wel aantonen dat individuen met een meer gemiddeld kennisniveau het meest blijvend worden beïnvloed. Deze studie is één van slechts enkele empirische studies die een framing-experiment combineert met latere opiniemetingen, en de eerste die meer dan één latere meting bevat. Onze resultaten trekken eerdere aannames met betrekking tot de kortdurende aard van de effecten van nieuwsframes in twijfel.

In Hoofdstuk 4 testen we wederom de duur van de effecten van frames, maar deze keer op vier latere tijdstippen (na 15 minuten, een dag, een week, en twee weken). Bovendien voegen we aan ons experimenteel ontwerp meer blootstellingen aan repetitieve en competitieve nieuwsframes toe. Onze analyse toont aan dat repetitieve nieuwsframes een consoliderend effect hebben op politieke attitudes. Dit betekent dat additionele blootstelling aan nieuwsframes het effect van het frame niet versterkt, maar zorgt voor meer of mindere geconsolideerde meningen over de tijd. Echter, de effecten van nieuwsframes zijn sterker als de tijdsspanne tussen de eerste en de tweede blootstelling aan een frame relatief kort is. Competitieve nieuwsframes tonen sterke *recency effects* aan. Dit wil zeggen dat de laatste blootstelling aan een nieuwsframe meer invloed heeft op de opinievorming. Echter, in een van onze vier framescenario's heeft dit effect alleen plaats wanneer de tussenperiode langer is dan een week. We vinden ook dat politieke

kennis een kortdurende invloed heeft op zowel consoliderende als *recency*-effecten. Als de vertraging tussen de eerste en de tweede blootstelling relatief kort is, vertonen individuen met meer politieke kennis duidelijkere consoliderende effecten en zwakkere *recency*-effecten. Het experiment in dit hoofdstuk is het eerste dat zowel consonante als dissonante nieuwsframes test over de tijd heen. De resultaten dragen bij aan ons begrip van de daadwerkelijke invloed van nieuwsframes op politieke attitudes.

Dit proefschrift voorziet in een aantal onderzoeksbevindingen, die bijdragen aan een theorie van de effecten van nieuwsframes, maar ook aan het begrip van de rol van media-effecten in politieke communicatie. We tonen aan dat onderzoekers meer moeten denken over wat een “*framing effect*” nu daadwerkelijk behelst, en dat het voor een betere theorie over framing belangrijk is de overeenkomsten met theorieën over andere media-effecten te benadrukken. We leveren tevens de eerste contouren van een theorie over de effecten van nieuwsframes over de tijd. Onze resultaten ondersteunen het idee van een langdurige invloed van nieuwsframes op politieke attitudes, maar roepen ook vragen op over hoe stabiel deze effecten in werkelijkheid zijn. Toekomstig onderzoek zal moeten bepalen op welke manieren en in welke mate ons dagelijks leven wordt beïnvloed door hoe de politiek door het nieuws geframed wordt.