

Zullen we het over de inhoud hebben?

De invloed van medialogica op de informatieve functie van Nederlandse
televisiedebatten van 1982 tot 2010

BACHELORSCRIPTIE

Student: Felix Bosch
Studentnummer: 4167171
Onderwijsinstelling: Universiteit Utrecht
Opleiding: Geschiedenis
Vak: Ges- Bachelor Eindwerkstuk (GE3V14054)
Docent: Joris Gijsenbergh
Aantal woorden: 8799
Plaats: Utrecht
Datum: 20 januari 2017

Samenvatting

Deze scriptie stelt de vraag of en hoe medialogica de informatieve functie van de lijsttrekkersdebatten aan de vooravond van de Nederlandse Tweede Kamerverkiezingen beïnvloedde tussen 1982 tot 2010. Dit is onderzocht door sociaalwetenschappelijke onderzoeksmethodes van medialogica toe te passen op vijf casussen: de edities van het lijsttrekkersdebat van 1982, 1989, 1994, 2003 en 2010. Medialogica, het behandelen van politiek binnen de kaders en volgens de regels van de media, is onderzocht aan de hand van vier aspecten: personalisering, conflict- en negativiteitsretoriek, wedstrijdretoriek en partijdiversiteit. Door de primaire bronnen vanuit theorieën uit secundaire literatuur te benaderen kan een historische ontwikkeling worden geschetst van de invloed van medialogica op de informatieve functie van lijsttrekkersdebatten.

Op basis van dit onderzoek kunnen enkele interessante conclusies worden getrokken. Ten eerste beïnvloeden de verschillende aspecten van medialogica de informatieve functie van het lijsttrekkersdebat op een negatieve manier, door de aandacht af te leiden van politieke standpunten en de kiezer ertoe aan te zetten zijn stemvoorkeur te vormen aan de hand van andere zaken dan de politieke inhoud. De ontwikkeling van medialogica in de televisiedebatten komt daarnaast overeen met de conclusies van eerder onderzoek. De kenmerken van medialogica vormen statistisch gezien namelijk één factor en hoewel zij het functioneren van de democratie kunnen schaden, lijkt hun aanwezigheid, en daarmee de mate waarin zij de informatieve functie van het debat aantasten, vanaf het begin van de eenentwintigste eeuw af te nemen. De meest opvallende bevinding van dit onderzoek is dat het de programmamakers en debatleiders zijn die door medialogica te stimuleren de informatieve functie van lijsttrekkersdebatten het meest beïnvloeden.

Inhoudsopgave

Introductie	4
1. Onderzoeksmethode	7
1.1 De lijsttrekkersdebatten	7
1.2 Medialogica	8
2. Personalisering	12
3. Conflict- en negativiteitsretoriek	14
4. Wedstrijdretoriek	18
5. Partijdiversiteit	23
Conclusie	26
Literatuurlijst	29

Introductie

‘De Nederlandse kiezers lijken wel stuifzand. Ze waaien, met het geringste zuchtje wind, alle kanten op. De vele keuzes die onze samenleving moet maken voor de nabije toekomst, worden nu versmald tot een keus voor de lijsttrekker met het meest mediagenieke gezicht.’¹

In zijn wekelijkse column in De Volkskrant uitte Kees Schuyt, net als veel andere politiek analisten de afgelopen jaren, zijn zorgen over de schijnbaar achteloze manier waarop het electoraat zijn stemrecht gebruikt. De representatiefunctie van ons politieke systeem is, net als verschillende andere elementen van de democratie, geregeld aan kritiek onderhevig. De crisis van de democratie is een thema dat door veel politicologen en journalisten al voor realiteit wordt aangenomen.² Eén van de oorzaken van de veronderstelde crisis die critici zoals Schuyt aanwijzen is de medialogica. Hier is sprake van wanneer politieke kwesties worden behandeld volgens de regels van de media, waardoor de politieke boodschap niet centraal staat. Volgens het ideaalbeeld van de representatieve democratie wordt de volksvertegenwoordiging geselecteerd door burgers die een bewuste, weloverwogen stem uitbrengen. Hiervoor is een goede informatievoorziening belangrijk, maar hierin is tegenwoordig een grote rol weggelegd voor de media. De invloed van medialogica op de informatievoorziening kan het functioneren van de democratie negatief beïnvloeden.

Recent onderzoek vanuit het programma “Omstreden Democratie” van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) stelt echter dat de schadelijke invloed van de media in Nederland meevalt. Hoewel medialogica inderdaad schadelijk is voor het functioneren van de democratie, lijkt dit in de afgelopen tien jaar te zijn afgenomen.³ Politicoloog Jacques Thomassen wijst er bovendien op dat de veronderstelde wispelturigheid van de kiezer berust op een verkeerde interpretatie van de feiten. Schuyt ziet de volatiliteit van de kiezer als politieke willekeur, terwijl onderzoek naar de manier waarop het electoraat van partij wisselt, uitwijst dat kiezers sinds de verzuiling juist bewuste, politiek-inhoudelijke afwegingen zijn gaan maken alvorens het stemhokje te betreden. De verschuivingen in de bezetting van de Tweede Kamer zijn goed nieuws voor de democratie in Nederland: de burger

¹ Kees Schuyt, ‘Kiezers als stuifzand’, *de Volkskrant*, 15 januari 2003, <http://www.volkskrant.nl/archief/kiezers-als-stuifzand~a751110/> (29-12-2016).

² Jacques Thomassen, ‘De permanente crisis van de democratie’ (Afscheidsrede Universiteit Twente) 24 september 2010, 21.

³ Jan Kleinnijenhuis (e.a.), ‘Gevaren van medialogica voor de democratie?’, in: Remieg Aerts en Peter de Goede (red.), *Omstreden Democratie. Over de problemen van een succesverhaal* (Amsterdam 2013) 111-130, aldaar 129.

is eindelijk gaan kiezen!⁴ Politicoloog Russell J. Dalton ziet in de moderne tijd dan ook vooral kansen voor de democratie: ‘More citizens now possess the political resources to follow the complexities of politics; they have the potential to act as the independent issue voters described in classic democratic theory but seldom observed in practice...’⁵ Om het democratische ideaal te verwezenlijken moeten de media echter hun informatieve functie goed vervullen.

Hoewel het onderzoek van het NWO gematigd positief is over de informatieve functie van de media, richt dit onderzoek zich maar op een beperkt deel van het totale mediabestel, waarbij het zich limiteert tot een communicatiewetenschappelijke benadering. Er valt nog genoeg onderzoek te doen naar de aanwezigheid en invloed van medialogica in politieke verslaggeving door andere bronnen te analyseren dan in het NWO-onderzoek gedaan is, aan de hand van andere benaderingen. Marcel Broersma, hoogleraar journalistieke cultuur en media, laat in een recensie van *Omstreden Democratie*, een door Remieg Aerts en Peter de Goede gebundelde uitgave van het NWO-onderzoek, weten dat hij teleurgesteld is in het “binnen de lijntjes kleuren” van de onderzoekers. Hij vraagt zich af waarom geschiedkundigen zelden expliciet onderzoek doen naar de gemediatiseerde relaties tussen politici en burgers: ‘Het is wachten op een mooie, historische studie van het functioneren van de media in het democratisch bestel die historische en sociaalwetenschappelijke methodes en benaderingen zinvol samenbrengt.’⁶ In dit onderzoek is het advies van Broersma ter harte genomen. Sociaalwetenschappelijke onderzoeksmethodes van medialogica zullen worden toegepast op de historische ontwikkeling van een belangrijke bijdrage van de media aan het democratische systeem: in dit onderzoek zal aan de hand van een kwalitatieve inhoudsanalyse worden onderzocht of en hoe medialogica de informatieve functie van de lijsttrekkersdebatten aan de vooravond van de verkiezingen beïnvloedde in de periode 1982 tot 2010.

Hoewel het NWO in haar onderzoek eveneens aandacht heeft besteed aan de invloed van televisie op het functioneren van de democratie, komt het televisiedebat hierin niet naar voren. Terwijl het Amerikaanse *Presidential Debate* al sinds zijn eerste verschijning een enorm populair onderwerp is van wetenschappelijk onderzoek, is de aandacht voor de Nederlandse variant beperkt. De brede historische invalshoek die in dit onderzoek zal worden

⁴ Thomassen, ‘De permanente crisis van de democratie’, 37.

⁵ Russell J. Dalton, *Citizen Politics in Western Democracies. Public Opinion and Political Parties in the United States, Great Britain, West Germany, and France* (London 1988) 200.

⁶ Marcel Broersma, ‘Omstreden democratie: keurig binnen de lijntjes’, *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* <http://www.tmgonline.nl/index.php/tmg/article/view/86/143> (29 december 2016).

gebruikt, ontbreekt bovendien in de rapporten van het NWO, die vooral op het heden en recente verleden zijn gebaseerd. Door medialogica vanuit een historisch perspectief te analyseren kan dit concept in een bredere historische context worden geplaatst. De bestaande theorieën over medialogica stellen weliswaar vast dat dit fenomeen zich pas gedurende de laatste decennia van de twintigste eeuw heeft gevormd, maar focussen zich uiteindelijk op het heden, terwijl de historische opkomst en ontwikkeling van medialogica buiten focus blijft. Politiek-historicus Harm Kaal publiceerde in 2014 wel een onderzoek over de historische ontwikkeling van het Nederlandse televisiedebat sinds zijn eerste verschijning in 1963. Hij ging hierbij echter niet uit van een inhoudsanalyse, maar legde de nadruk op de veranderende percepties van de pers en politieke partijen van de relatie tussen media en politiek, die hij onderzocht aan de hand van de externe berichtgeving over de debatten, waarbij hij de televisiedebatten zelf terzijde schoof.⁷

De benaderingswijze van Kaal komt overeen met de visie van de eerder genoemde Remieg Aerts, hoogleraar politieke geschiedenis en één van de vormgevers van het NWO-onderzoeksprogramma. In de conclusie van *Omstreden Democratie* uitte hij kritiek op de communicatiewetenschappelijke inhoudsanalyses die vaak waren toegepast in de NWO-onderzoeken. Deze zouden weinig soelaas bieden voor de vraagstukken van het heden, omdat ze alleen passief vaststellen hoe het met medialogica gesteld is, zonder daar verklarende verbanden aan toe te voegen. Het draait volgens Aerts om de werkelijke percepties van politici en media van de werking van medialogica, wat onderzocht kan worden volgens de benadering van Kaal.⁸

In tegenstelling tot wat Aerts beweert, zullen de uitkomsten van dit onderzoek zeer relevant zijn voor onze huidige samenleving. Door de verschillende manieren waarop de media hun informatieve functie hebben vervuld vanuit een historisch perspectief te analyseren, wordt de ontwikkeling van het functioneren van televisiedebatten in kaart gebracht. Dit zal verhelderende inzichten opleveren in de discussie omtrent de invloed van medialogica, aangezien de concrete elementen van televisiedebatten die de informatieve functie van het debat hebben verstoord aangewezen kunnen worden. Deze kunnen gebruikt

⁷ Harm Kaal, 'De cultuur van het televisiedebat. Veranderende percepties van de relatie tussen media en politiek, 1960-heden' in: *Tijdschrift voor Geschiedenis* 127 (2014) 2, 293-316, aldaar 316.

⁸ Remieg Aerts, 'Omstreden democratie: over de studie van een complex bestel' in: Remieg Aerts en Peter de Goede (red.), *Omstreden Democratie. Over de problemen van een succesverhaal* (Amsterdam 2013) 263-293, aldaar 287-288.

worden om concrete ideeën te formuleren om de informatieve functie van het televisiedebat te vergroten.

Om de vraag hoe medialogica de informatieve functie van politieke televisiedebatten beïnvloedde te beantwoorden, zal in het eerste hoofdstuk een onderzoekskader worden geschetst. In de volgende vier hoofdstukken zal de aanwezigheid van verschillende aspecten van medialogica in de lijsttrekkersdebatten van de verkiezingsjaren 1982, 1989, 1994, 2003 en 2010 worden bestudeerd, waarbij zal worden beargumenteerd hoe deze de informatieve functie van de debatten beperkten.

1. Onderzoeksmethode

Om de invloed van medialogica op de informatieve functie van lijsttrekkersdebatten systematisch te analyseren is een duidelijk onderzoekskader nodig. In dit hoofdstuk wordt ten eerste beschreven aan de hand van welke uitzendingen dit is onderzocht, waarna deze keuze wordt onderbouwd en verantwoord. Ten tweede worden de categorieën van medialogica die bij deze analyse zullen worden gebruikt beschreven.

1.1 De lijsttrekkersdebatten

In dit onderzoek zullen lijsttrekkersdebatten in de campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen van 1982, 1989, 1994, 2003 en 2010 aan de hand van een kwalitatieve inhoudsanalyse worden bestudeerd. De reden om in 1982 te beginnen, en niet bij het eerste Nederlandse televisiedebat uit 1963, is dat op dit moment de verzuiling (grotendeels) achter de rug is.⁹ Het televisiedebat zou namelijk, volgens de theorie van Dalton althans, door de afname van zuilgebondenheid de informatieve functie kunnen vervullen die het in de ideale democratie zou kunnen hebben. In een ontzuilde samenleving is het massale zuilgebonden stemmen immers verleden tijd, waardoor burgers op zoek gaan naar een politieke partij die voldoet aan hun persoonlijke politieke verlangens. Doordat als laatste casus het verkiezingsdebat van 2010 wordt gebruikt is dit onderzoek zeer relevant voor het heden. De geselecteerde uitzendingen betreffen de grootst opgezette debatten van de verkiezingscampagne van dat jaar en vonden allemaal een dag voor de Tweede

⁹ Annemarie Walter en Philip van Praag, 'Het tv-debat als *game changer*' in: Philip van Praag en Kees Brants (red.), *Media, macht en politiek. De verkiezingscampagne van 2012* (Diemen 2014) 125-144, aldaar 125.

Kamerverkiezingen plaats. De specifieke jaargangen van dit slotdebat zijn geselecteerd zodat er redelijk vergelijkbare tussenpozen tussen de verschillende casussen zitten.

1.2 Medialogica

Volgens de definitie die in dit onderzoek zal worden aangehouden is er sprake van medialogica wanneer politieke kwesties worden behandeld op een manier die past binnen de kaders van de media.¹⁰ Doordat media zich steeds meer laten leiden door wat zij denken dat de wensen van de consument zijn, wordt gevreesd dat politieke inhoud meer en meer terrein verliest.¹¹ Het idee dat medialogica zich langzaam maar zeker verspreidt heeft zich stevig geworteld in het publieke debat. In het kader van het onderzoeksproject van het NWO nam Jan Kleinnijenhuis echter de proef op de som, waarna hij concludeerde dat de aanwezigheid van medialogica in Nederland sinds 2002 licht is afgenomen, waardoor er geen reden voor directe paniek lijkt te zijn. Kleinnijenhuis benadrukte hierna echter dat medialogica inderdaad negatieve gevolgen heeft voor het functioneren van de democratie.¹² Hoewel de trend van medialogica in Nederland niet zo zorgwekkend lijkt als werd gedacht, blijken de kenmerken van medialogica het functioneren van de representatieve democratie inderdaad te saboteren.

De meest gangbare kenmerken van medialogica die in communicatiewetenschappelijk onderzoek worden aangehouden zijn personalisering, conflict- en negativiteitsretoriek en wedstrijdretoriek.¹³ Uit het NWO-onderzoek is gebleken dat deze drie aspecten statistisch gezien één factor vormen en zich volgens dezelfde trend ontwikkelen.¹⁴ In de volgende drie hoofdstukken zal per aspect worden onderzocht hoe, en in welke mate, dit kenmerk de informatieve functie van de televisiedebatten beïnvloedde. In het laatste hoofdstuk komt een vierde aspect aan bod, dat eveneens een duidelijke invloed kan hebben op de informatieve functie van het debat, maar niet binnen de klassieke kenmerken van medialogica te plaatsen is. Het gaat hier om de mate van partijdiversiteit: het aantal verschillende politieke partijen dat wordt uitgenodigd voor het lijsttrekkersdebat. Alvorens te beginnen aan de analyse van de televisiedebatten, zullen deze termen en de manier waarop hun aanwezigheid in de debatten wordt bepaald worden toegelicht.

¹⁰ Kleinnijenhuis, 'Gevaren van medialogica voor de democratie?', 112.

¹¹ Lars W. Nord en Jesper Strömbäck, 'Making Sense of Different Types of Crises. A Study to the Swedish Media Coverage of the Terror Attacks against the United States and the U.S. Attacks in Afghanistan' in: *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 54 (2003) 8, 54-75, aldaar 58.

¹² Jan Kleinnijenhuis, 'Gevaren van medialogica voor de democratie?', 129-130.

¹³ *Ibidem*, 119.

¹⁴ Janet Takens, *Media Logic and Electoral Democracy* (Amsterdam 2013) 95.

Het eerste kenmerk van medialogica dat in dit onderzoek zal worden bestudeerd is *personalisering*. Hoewel personalisering in zeer brede termen kan worden begrepen, is de algemene consensus dat personalisering verwijst naar een groeiende aandacht voor individuele politici ten koste van politieke partijen en regeringen.¹⁵ Wanneer kiezers onder invloed van de media te gefocust zijn op lijsttrekkers en hun persoonlijke verhalen laten zij zich bij het uitbrengen van hun stem meer leiden door deze individuele eigenschappen dan door de werkelijke plannen van een politieke partij.¹⁶ Dit is problematisch omdat een meerpartijensysteem er op ingesteld is dat partijen de platformen zijn die beleidsprioriteiten en standpunten vertegenwoordigen, waar burgers vervolgens steun aan kunnen betuigen. Janet Takens betoogt in haar onderzoek naar de invloed van medialogica op de electorale democratie dat politieke representatiefunctie in gevaar komt wanneer lijsttrekkers onder invloed van de media een primaire rol gaan spelen in de stemkeuze van de burger. Verkiezingen functioneren hierdoor namelijk niet meer als middel om te achterhalen welk beleid gesteund wordt door de meerderheid van de stemgerechtigde bevolking.¹⁷

De mate van personalisering zal worden bepaald door twee onderzoeken naar personalisering in andere vormen van media toe te passen op het televisiedebat. Ten eerste zal, naar het voorbeeld van het onderzoek naar personalisering in Nederlandse dagbladen van Jan Kleinnijenhuis, Dirk Oegema en Janet Takens, worden gekeken naar de mate waarin er tijdens de lijsttrekkersdebatten aandacht is voor de personen, ten opzichte van de partijen die zij vertegenwoordigen.¹⁸ Ten tweede zal worden gekeken naar pogingen om het politieke debat te personaliseren, aangezien dit door middel van de vraagstelling van de debatleider en het antwoord van de politicus in het geval van het televisiedebat nog makkelijker dan bij andere vormen van mediaverslaggeving kan gebeuren. Hierbij zal dus zowel worden gekeken naar eventuele personalisering en bijbehorende emotionalisering van het debat door politici, als naar de vragen van presentatoren die personalisering in de hand kunnen werken.

Het tweede kenmerk van medialogica is conflict- en negativiteitsretoriek. Hiervan is sprake wanneer de media zich in hun politieke verslaggeving bewust op de conflicten tussen politici en hun plannen focussen en negativiteit laten overheersen in hun verslaggeving. Media zijn zich bewust van de nieuwswaarde van conflict en negativiteit en staan er bekend

¹⁵ Peter van Aelst (e.a.), 'Personalization' in Claes de Vreese, Frank Esser en David Nicolas Hopmann (red.), *Comparing Political Journalism* (New York 2017) 112-130, aldaar 112-113.

¹⁶ Kleinnijenhuis, 'Gevaren van medialogica voor de democratie?' 123.

¹⁷ Takens, *Media Logic and Electoral Democracy*, 141.

¹⁸ Jan Kleinnijenhuis, Dirk Oegema en Janet Takens, 'Personalisering van de politiek' in: *Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen Jaarboek 2007* (Groningen 2009) 101-127, aldaar 110.

om dat zij deze elementen benadrukken om kijkers te trekken.¹⁹ Dit neemt de ruimte van inhoudelijke politieke kwesties in beslag en kan de aandacht van de kiezer afleiden van de politieke inhoud, doordat de politieke werkelijkheid wordt weergegeven in een door de media geconstrueerd beeld van conflict en negativiteit. Een overvloed aan conflict- en negativiteitsretoriek kan de informatieve functie van het lijsttrekkersdebat schaden.²⁰

De aanwezigheid van conflict- en negativiteitsretoriek zal op twee punten worden gepeild. Ten eerste zal worden onderzocht in welke mate zowel de deelnemende politici als de debatleiders conflict en negativiteit tentoonspreiden in hun uitspraken en vraagstellingen. Hierbij zal, zoals in het onderzoek naar de invloed van de Britse politieke campagnes in 2001 van politicologen David Sanders en Pippa Norris is gedaan, conflict- en negativiteitsretoriek worden beschouwd als het bekritisieren van de prestaties, het oordeel, de ervaring en de integriteit van politici of politieke partijen, en het genereren van angst voor een toekomst met deze politici of partijen aan de macht.²¹ Aan de benadering van Sanders en Norris wordt de manier waarop de debatten geleid worden toegevoegd: krijgen de lijsttrekkers voldoende ruimte om de standpunten van hun partijen duidelijk te maken? Ten tweede zal, naar het voorbeeld van het onderzoek van Maaike Groen en Natascha van der Zwan naar *framing* in het NOS-journaal en het RTL-nieuws, worden bestudeerd in hoeverre er in de uitzending door middel van *framing* de suggestie van conflict wordt gewekt.²²

Het derde kenmerk van medialogica is wedstrijdretoriek, ook wel *horse race*-verslaggeving genoemd. Met wedstrijdverslaggeving worden berichten en uitspraken over het succes of falen van politici of politieke partijen bedoeld, wat vaak neerkomt op verslag van successen in peilingen en debatten en voorspellingen van wie de politieke race lijkt te gaan winnen.²³ Dit brengt ook de discussie omtrent de mogelijke kabinetsformaties op gang, die in dit onderzoek ook zal worden behandeld als teken van wedstrijdretoriek. Politicologisch onderzoek wijst uit dat media de neiging hebben om meer ruimte te geven aan nieuws over de verkiezingsstrijd dan aan inhoudsvolle berichten over het beleid en de plannen van partijen,

¹⁹ Takens, *Media Logic and Electoral Democracy*, 81.

²⁰ Takens, *Media Logic and Electoral Democracy*, 83.

²¹ David Sanders en Pippa Norris, 'The impact of political advertising in the UK general election', *Political Research Quarterly* 58 (2006) 4, 525-536, aldaar 625.

²² Maaike Groen en Natascha van der Zwan, 'Tussen feit en interpretatie. Frames in het NOS-journaal en het RTL-nieuws' in: Kees Brants en Philip van Praag (red.), *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (Amsterdam 2005) 92-110, aldaar 95.

²³ Jan Kleinnijenhuis en Otto Scholten, *Nederland Vijfstromenland. De rol van media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006* (Amsterdam 2007) 22.

omdat wedstrijdnieuws goed verkoopt.²⁴ Net als bij overmatige personalisering kan een te grote focus op de politieke *horse race* het functioneren van de meerpartijendemocratie ontwrichten, doordat de plannen van het gekozen kabinet niet de meerderheidssteun van de kiezer hoeven te hebben, aangezien veel mensen hun keuze zullen hebben gebaseerd op de positie van partijen in de peilingen. Net als bij de andere aspecten van medialogica verdringt een teveel aan wedstrijdretoriek bovendien de politieke inhoud uit de mediaverslaggeving, waardoor de informatieve functie van het debat geschaad wordt.²⁵

De mate waarin wedstrijdretoriek terugkomt in de televisiedebatten wordt in dit onderzoek op drie manieren bestudeerd. Ten eerste wordt, in navolging van het onderzoek van Takens naar wedstrijdnieuws in dagbladen, de mate van wedstrijdretoriek onderzocht door te kijken of thema's rond peilingen en coalitievorming het televisiedebat overheersen.²⁶ Ten tweede wordt onderzocht of er in de lijsttrekkersdebatten sprake is van het creëren of benadrukken van het wedstrijd karakter van de politiek door middel van *framing*, wat net zoals het onderzoek naar het *framen* van conflict is geïnspireerd op het werk van Groen en Van der Zwan.²⁷ Tot slot zal worden bekeken of tijdens de televisiedebatten de nadruk wordt gelegd op externe peilingen en beoordelingen van het debat, wat vooral door de opkomst van de nieuwe media een rol is gaan spelen. Kiezers blijken namelijk geneigd te zijn de kant te kiezen van de politicus die in de media tot winnaar van het debat wordt uitgeroepen.²⁸

De informatieve functie van het televisiedebat wordt ook door een factor buiten de drie aspecten van medialogica beïnvloed: de partijdiversiteit. Deze factor is afhankelijk van het aantal lijsttrekkers dat wordt uitgenodigd deel te nemen aan het debat. In wezen is hier nog steeds sprake van medialogica, aangezien de politieke werkelijkheid wordt vervormd doordat zij in een televisieformat wordt gegoten. Er doen immers veel meer partijen mee aan de Tweede Kamerverkiezingen dan er doorgaans worden vertegenwoordigd in het lijsttrekkersdebat. Het zou in realiteit moeilijk worden om alle deelnemende partijen een plek in de uitzending te bieden, maar door bepaalde partijen grootscheepse promotie in de schoot te werpen en andere buitenspel te zetten wordt de informatieve functie van het debat onvermijdelijk beïnvloed.

²⁴ Kyu Hahn, Shanto Iyengar en Helmut Norpoth, 'Consumer Demand for Election News: The Horserace Sells', Paper gepresenteerd bij de jaarlijkse bijeenkomst van de *American Political Science Association*, 28 augustus 2002, 1.

²⁵ Takens, *Media Logic and Electoral Democracy*, 81.

²⁶ *Ibidem*, 101.

²⁷ Groen, 'Tussen feit en interpretatie' 95.

²⁸ Takens, *Media Logic and Electoral Democracy*, 117

Partijen die vaker een podium krijgen in de media zullen hier een electoraal voordeel van hebben. Takens onderzocht daarom hoe divers de verslaggeving van de Nederlandse pers rondom politieke partijen is, door te analyseren hoe vaak dagbladen verslag doen van verschillende partijen.²⁹ Deze aanpak kan in een versimpelde vorm worden overgenomen om de partijdiversiteit in televisiedebatten te meten, namelijk door te kijken hoeveel politieke partijen er worden uitgenodigd om deel te nemen aan het debat en daardoor een kans krijgen om hun ideeën over te brengen aan de kiezer. Takens bestudeerde in het kader van diversiteit in de media ook hoe divers verschillende politieke onderwerpen worden behandeld in dagbladen, maar omdat de themaverdeling in televisiedebatten vaak in overeenstemming met politici is gemaakt en omdat er in dit onderzoek simpelweg geen ruimte is voor een kwantitatieve analyse heeft dit geen plaats in dit onderzoek.

2. Personalisering

Personalisering is inherent aan een lijsttrekkersdebat, aangezien politieke partijen hier altijd worden teruggebracht tot één vertegenwoordiger, het politieke uithangbord. Ook al draagt een politicus zijn partijprogramma tot de letter nauwkeurig voor, de kiezer zal de woorden uit zijn mond horen komen. Hierdoor verbindt de kijker de ideeën van politieke partijen altijd aan de persoon in het debat, en is het niet te voorkomen dat apolitieke persoonlijke eigenschappen mogelijk mee gaan wegen in zijn stemkeuze. Bovendien blijkt, wanneer de onderzoeksmethode van Kleinnijenhuis, Oegema en Takens naar de aanwezigheid van personalisering in dagbladen op de casus van televisiedebatten wordt toegepast, dat personalisering duidelijk in de televisiedebatten terug te vinden is, aangezien hier vaak wordt gesproken over de personen in plaats van de partijen die zij vertegenwoordigen.³⁰ Dit is wederom eigen aan een televisiedebat, dus hieraan kan weinig veranderd worden. Dit toont aan dat personalisering in enige mate geaccepteerd moet worden wanneer men een lijsttrekkersdebat wilt uitzenden.

Wat de bestudeerde televisiedebatten echter ook laten zien, is dat er verschillende manieren zijn waarop in de uitzendingen wordt omgegaan met deze onvermijdelijke personalisering. Politici deden in geen van de bestudeerde debatten actieve pogingen om het debat te emotionaliseren door hun privéleven bij de politieke discussies te betrekken.

²⁹ Takens, *Media logic and electoral democracy*, 77.

³⁰ Kleinnijenhuis, 'Personalisering van de politiek', 110.

Historicus Henk te Velde stelt echter dat lijsttrekkers hun persoon ook op een meer impliciete manier een rol kunnen geven, door zich bijvoorbeeld als “gewone Nederlander” te presenteren. Sinds “vadertje” Willem Drees, premier van Nederland van 1948 tot 1958, zich als eenvoudige man van het volk presenteerde, is dit een imago dat Nederlandse politici zich graag aanmeten.³¹ Dit fenomeen werd met de opkomst van grote populistische partijen, die zich graag identificeren met het gewone volk, zichtbaarder.³² In het debat van 2003 presenteerde SP-lijsttrekker Jan Marijnissen, maar ook Wouter Bos van de PvdA, een partij die toch niet als populistisch te boek staat, zich bijvoorbeeld als man van het volk door geen stropdas te dragen, wat in de politiek wel gebruikelijk is.³³

Hoeveel ruimte personalisering in de lijsttrekkersdebatten krijgt, hangt echter vooral af van de programmamakers, die door de opzet van het debat de focus op de persoonlijkheid van politici kunnen leggen. In het debat van 1982 werd dit nog grotendeels beperkt. De vier representanten zaten aan een ronde tafel samen met de debatleider, met achter hen een bord met campagneposters van hun partij. Dit fungeerde als decoratie, maar het herinnerde de kijker tegelijkertijd aan de partijen achter de politici doordat er in het ontwerp van de posters nog geen sprake was van enige personalisering.³⁴ In de debatten van 1989, 1994, 2003 en 2010 werden, buiten introductiefilmpjes en openingsanimaties, nauwelijks tekenen van partijen in beeld gebracht. Doordat door de onvermijdbare persoonlijke aard van het televisiedebat vaak naar personen in plaats van partijen wordt verwezen, zou er extra moeite kunnen worden gestoken in het verduidelijken van de partijdimensie in de politiek.

Een nog belangrijkere manier waarop de presentatoren personalisering in de hand werken ligt in de vraagstelling aan de lijsttrekkers. Dit is duidelijk zichtbaar bij de welkomsten en slotvragen in de debatten van 1994 en 2003, gepresenteerd door het duo Ferry Mingelen en Paul Witteman. In de opwarm- en afsluitronde van het debat werd een aantal informele vragen gesteld, om het programma luchtig te openen en af te sluiten.³⁵ Dit kan ervoor zorgen dat de

³¹ Henk te Velde, *Stijlen van leiderschap. Persoon en politiek van Thorbecke tot Den Uyl* (Amsterdam 2002) 178.

³² Linda Bos en Kees Brants, ‘Wilders en de golfslag van het populisme’, in: Philip van Praag en Kees Brants (ed.), *Media, macht en politiek. De verkiezingscampagne van 2012*, 187-206, aldaar 191.

³³ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, televisie, NOS (8 juni 2010) <http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/3773316/false/true> (7 december 2016).

³⁴ *Debat Grote Vier*, televisie, AVRO (7 september 1982) <http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/101709/false/true> (29 november 2016).

³⁵ *Het Debat*, televisie, NOS (5 september 1989) <http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/102900/false/true> (6 december 2016); *Het Nationale Lijsttrekkersdebat 1994*, televisie, NOS (2 mei 1994) <http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/118272/false/true> (6 december 2016).

kijker zijn politieke mening vormt aan de hand van de scherpte of de knulligheid van het antwoord op een volstrekt apolitieke vraag aan een lijsttrekker. Een treffend voorbeeld is de vraag die Jan-Peter Balkenende kreeg toebedeeld van Witteman bij de opening van het debat in 2003: ‘Meneer Balkenende, stel dat u morgen na de uitslag eigenlijk virtueel al geen premier meer bent en dat later ook niet meer bent, wie zult u het meest missen: Katja of Bridget?’³⁶ De BNN-verslaggeefsters Katja Schuurman en Bridget Maasland hadden Balkenende tijdens zijn ambtstermijn enkele malen geïnterviewd in het torentje, wat net als tijdens het debat leidde tot ongemakkelijke momenten voor Balkenende. De andere lijsttrekkers kregen ook een informele, plagerige vraag voor hun kiezen, waardoor er niet zozeer sprake is van de benadeling van politici, maar de stimulering van personalisering staat buiten kijf. Van deze praktijk, die voor het eerst te zien was in het verkiezingsdebat van 1994, heeft men in het debat van 2010 afgezien.³⁷

Wanneer personalisering te veel ruimte gegeven wordt, gaat dit ten koste van de informatieve functie van het debat. De zojuist genoemde voorbeelden van personalisering nemen namelijk niet alleen de ruimte van politiek-inhoudelijke informatie in, maar geven de kiezers ook aanleiding om hun stem te baseren op de apolitieke kwaliteiten van een politicus. Wanneer de media optimaal willen informeren moeten zij ervoor zorgen dat de kiezer inhoudelijke informatie geboden wordt om zijn politieke keuze op te baseren, aangezien politieke partijen hun verworven stemmen ook zullen interpreteren als steun voor hun politieke agenda. Uit de onderzochte lijsttrekkersdebatten blijkt opvallend genoeg dat het niet de politici zijn die de informatieve functie het meest vertroebelen door personalisering, maar dat de organisatie van het debat dit vaak doet door de partijdimensie niet duidelijk te maken in de opzet van het debat en door personaliserende vragen te stellen aan lijsttrekkers. Dit is nog vrijwel afwezig in 1982 en 1989, maar is in de lijsttrekkersdebatten van 1994 en 2003 duidelijk zichtbaar. In 2010 is dit echter weer zo goed als verdwenen, waardoor de trend een positieve wending lijkt te kennen. In het volgende hoofdstuk zal duidelijk worden dat de rol van de debatorganisatie niet alleen groot is op het gebied van personalisering.

3. Conflict- en negativiteitsretoriek

³⁶ *Nationaal Lijsttrekkersdebat 2003*, televisie, NOS (21 januari 2003) <http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/27558/false/true> (7 december 2016).

³⁷ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

Net zoals personalisering is conflict- en negativiteitsretoriek inherent aan een lijsttrekkersdebat. In een debat hebben politici immers de opdracht hun eigen standpunten uiteen te zetten en aan te wijzen waar de anderen verkeerd zitten, hetgeen uiteindelijk draait om het duiden van conflicterende meningen. Wanneer dit echter in een eerlijke discussie gebeurt, is het een verrijking voor het democratische proces omdat hierdoor de verschillen in partijprogramma's duidelijk worden en politici en politieke partijen kunnen worden aangesproken op hun mogelijke fouten.³⁸ Wanneer conflict- en negativiteitsretoriek echter te veel op de voorgrond treedt, bestaat de kans dat de inhoudelijke plannen van politieke partijen niet meer duidelijk worden, waardoor geconcludeerd moet worden dat de media hun informatieve functie niet goed vervullen. De manier waarop de deelnemende lijsttrekkers en de debatleiding hiermee omgaan is daarom erg belangrijk.

Tijdens de vijf bestudeerde debatten zijn de opmerkingen en vragen van de deelnemende politici niet te conflictueus of te negatief te noemen, hoewel er vanzelfsprekend hard werd gedebatteerd. Zelfs in het debat van 1982 was dit het geval, terwijl de lijsttrekkersdebatten uit de jaren zeventig en tachtig als uiterst bloedeloos bekend staan.³⁹ Het valt echter in alle debatten op dat de lijsttrekkers zich zelden verloren in overdreven negatieve uitlatingen. Dit is dan ook de gebruikelijke etiquette in een politiek debat, waarbij deelnemers hun goede reputatie niet op het spel zetten door onfatsoenlijk gedrag te vertonen. De meest opvallende ontwikkeling die wel een verandering teweeg brengt is de deelname van populistische partijen, die volgens communicatiewetenschapper Linda Bos bekend staan om een hoog niveau van conflict- en negativiteitsretoriek, aan de lijsttrekkersdebatten in 2003 en 2010.⁴⁰

De aanwezigheid van Mat Herben namens de LPF in 2003 leidde nog niet tot opvallende conflictueuze en negatieve uitspraken.⁴¹ PVV-lijsttrekker Geert Wilders en Emile Roemer van de SP vielen in het televisiedebat van 2010 echter op door enkele staaltjes klassieke conflict- en negativiteitsretoriek. Het mooiste voorbeeld is een uitspraak van Wilders: 'U vlucht weer in technische smoesjes, geen wonder dat u morgen geen premier meer bent. Meneer Balkenende, zegt u nou ja of nee dat u die ouderen wilt helpen in verzorgingshuizen, kom niet aan met techniek. Ja of nee tegen de ouderen van Nederland? Ja

³⁸ R. R. Lau en Pomper, G.M., 'Negative Campaigning by US Senate Candidates', *Party Politics* 7 (2001) 1, 69-87, aldaar 81.

³⁹ *Debat Grote Vier*, AVRO (7 september 1982).; Kaal, 'De cultuur van het televisiedebat', 308.

⁴⁰ Bos, 'Wilders en de golfslag van het populisme', 189.

⁴¹ *Nationaal Lijsttrekkersdebat 2003*, NOS (21 januari 2003).

of nee?’ Presentator Ferry Mingelen besloot in te grijpen: ‘Meneer Wilders, als u de leiding van het debat had willen hebben had u bij de NOS moeten solliciteren.’⁴² Dit beroepsadvies van Mingelen aan Wilders was maar een grapje, maar doordat de debatleiders over het algemeen een grotere rol speelden in het stimuleren van conflict- en negativiteitsretoriek dan de lijsttrekkers krijgt het een serieuze lading.

Het waren de debatleiders die conflict en negativiteit in de televisiedebatten het meeste stimuleerden. In 1982 mat presentator Jaap van Meekren zich nog de klassieke rol aan van neutrale debatleider, zoals dit in een parlementair debat gebruikelijk is.⁴³ In 1989 is hierin al een duidelijke kentering waar te nemen die aanhoudt in de debatten van 1994 en 2003, doordat er door de debatleiding bestaande uit Ferry Mingelen en Ton Verlind actiever kritische vragen werden gesteld, waarschijnlijk omdat de traditionele debatvorm ‘te saai’ werd bevonden, zoals Kaal vaststelt.⁴⁴ Het aannemen van een kritische houding kan goede gevolgen hebben, doordat het politici bijvoorbeeld kan dwingen om hun standpunten onomwonden te verwoorden, de inhoudelijke verschillen tussen partijen te duiden, en een antwoord te geven op moeilijke vragen. Het is echter mogelijk om hierin door te slaan, wat er in de bestudeerde televisiedebatten soms toe leidde dat de debatleiding een actieve bron van conflict- en negativiteitsretoriek werd. In 2010 besloot Mingelen in navolging van Wilders het functioneren van Balkenende op een zeer negatieve manier in twijfel te trekken, nadat de CDA-lijsttrekker een oproep deed om geen vaagheid te laten ontstaan rondom de kabinetsformatie: ‘U spreek uit ervaring he, over die vaagheden...’⁴⁵ Een opmerking als deze mocht van Wilders misschien verwacht worden, maar debatleiders zouden zich toch neutraal moeten opstellen.

De debatleiding beïnvloedde niet alleen de mate van conflict- en negativiteitsretoriek door dit zelf sporadisch te verspreiden in directe uitspraken, maar deed dit vooral door de manier waarop zij het debat leidden. In 1982 werd er gedebatteerd volgens wat Kaal de “Van Meekren-methode” noemt.⁴⁶ In zo’n debat zaten de deelnemers gezamenlijk rond een tafel, waar zij allen genoeg tijd kregen om volgens de klassieke debatreglementen hun standpunten toe te lichten, vragen te stellen, commentaren te leveren en kritiek te weerleggen. Het grote verschil tussen het debat van 1982 en de debatten van 1989, 1994 en 2003 is dat de

⁴² *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

⁴³ *Debat Grote Vier*, AVRO (7 september 1982).

⁴⁴ Kaal, *De cultuur van het televisiedebat*, 308.

⁴⁵ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

⁴⁶ Kaal, *De cultuur van het televisiedebat*, 310.

lijsttrekkers veel minder de mogelijkheid kregen om hun program uit te leggen en inhoudelijke antwoorden op kritiek te formuleren.

Met ingang van het debat van 1989 was de ronde tafel van Van Meekren ingeruild voor aparte tafels voor presentatoren en politici. Doordat de starre debatstructuur tegelijkertijd werd losgelaten werd het debat dynamischer, terwijl een kritischere houding van de presentatoren zorgde voor een boeiender verloop.⁴⁷ De debatleiding lijkt in 1989, 1994 en 2003 echter ook besloten te hebben het tempo omhoog te gooien, wat zich uitte in het doordrijven van vragen en een situatie waarin de deelnemers geen ruimte meer hadden om tot doordachte antwoorden te komen. Wanneer politici in het debat van 1994 hun antwoord op specifieke vragen wilden onderbouwen met hun partijprogramma of een achtergrondverhaal van de politieke situatie, had Witteman al drie keer geroepen dat hij een antwoord wilde horen.⁴⁸ Dit gestreste karakter is in het lijsttrekkersdebat van 2010, geleid door Ferry Mingelen en Dominique van der Heyde, aanzienlijk afgenomen. Mark Rutte van de VVD gaf de debatleiding hiervoor zelfs een complimentje: ‘(...) het leuke van de opzet vanavond vind ik dat wij veel meer ruimte hebben om eens een keer te kunnen uitpraten!’⁴⁹

In televisiedebatten wordt conflict- en negativiteitsretoriek niet altijd direct uitgesproken of bevorderd door de debatleiding, maar kan ook de suggestie van conflict worden gewekt door middel van *framing*.⁵⁰ De duidelijkste ontwikkeling hierin zijn de één-tegen-één-debatten die vanaf het debat van 1994 in alle bestudeerde uitzendingen een belangrijk onderdeel vormden. Terwijl in 1982 en 1989 alle onderwerpen binnen een groepsdebat werden behandeld, werden de onderwerpen in 1994, 2003 en 2010 geopend met een discussie tussen twee lijsttrekkers, waarna het hierin behandelde agendapunt nog eens met alle deelnemers werd besproken. Het duo dat in tweedebat ging werd weggeroepen van de rest van de deelnemers en aan lessenaars tegenover elkaar gepositioneerd. Dit is volgens communicatiewetenschappers Holli Semetko en Patti Valkenburg een typische manier om conflict te insinueren en te stimuleren, waardoor het inhoudelijke behandelen van politieke thema's en standpunten van secundair belang wordt.⁵¹

⁴⁷ *Het Debat*, NOS (5 september 1989).

⁴⁸ *Het Nationale Lijsttrekkersdebat 1994*, NOS (2 mei 1994).

⁴⁹ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

⁵⁰ Groen, ‘Tussen feit en interpretatie’ 95.

⁵¹ H. A. Semetko en P. M. Valkenburg, ‘Framing European politics: a content analysis of press and television news’, *Journal of Communication* 50 (2000) 2, 93-109, aldaar 95.

Er is echter een verschil in de manier waarop dit tweedebat in de verschillende jaargangen van het lijsttrekkersdebat werd ingevuld. In 1994 en 2003 werden steeds twee lijsttrekkers door middel van loting aan elkaar gekoppeld en gevraagd te debatteren over een specifieke politieke kwestie, maar in 2010 werd deze opzet gebruikt om de inhoudelijke verschillen tussen de partijen te verduidelijken. Telkens werden twee politici met een vergelijkbare politieke kleur of programmapunten de volgende vraag gesteld: ‘Wat is nu het verschil tussen jullie beide partijen?’⁵² Dit resulteerde in duidelijke, informerende antwoorden, waarbij overmatig conflict nauwelijks aan de orde was, omdat beide partijen de gelegenheid kregen een aantal verschillen aan te stippen, waarop de ander zich kon verdedigen wanneer hij zich tekortgedaan voelde. Waar de toevoeging van het tweedebat in 1994 en 2003 het gevaar van conflict- en negativiteitsretoriek met zich meebracht, werd dit concept in 2010 juist ingezet ter bevordering van de inhoudelijke informatieverstrekking aan de kiezer.

De informatieve functie van lijsttrekkersdebatten kan worden verstoord wanneer conflict- en negativiteitsretoriek overheerst. Naast het feit dat conflict- en negativiteitsretoriek de tijd en aandacht inneemt van de politieke inhoud in het debat, wordt de politiek in de bovengenoemde voorbeelden weergegeven in een door de media geconstrueerd beeld van conflict. In dit conflict- en negativiteitsdenken staan niet de inhoudelijke plannen van partijen centraal, maar de manier waarop partijen en politici zich binnen dit conflict- en negativiteitskader profileren. Wanneer lijsttrekkersdebatten de kiezer ertoe aanzetten zijn stem te baseren op andere zaken dan de politieke inhoud, moet geconcludeerd worden dat hun informatieve functie vertroebeld is. Het is opvallend dat, net zoals bij personalisering het geval was, het eerder de debatleiders dan de politici waren die conflict en negativiteit stimuleerden. Dit deden zij met name door zeer kritische vraagstellingen en de hoge snelheid die aan het debat gegeven werd, waardoor deelnemers gedwongen werden te vervallen tot gehaaste, conflict-stimulerende uitspraken. De programmamakers kunnen conflict en negativiteit daarnaast stimuleren door middel van *framing*, wat gedaan werd in de vorm van het één-op-één-debat. De ontwikkeling is echter redelijk positief te noemen, aangezien conflict en negativiteit in de debatten van 1989, 1994 en 2003 nog werden gestimuleerd, terwijl dit in 2010 niet meer het geval was. In het volgende hoofdstuk zal worden onderzocht hoe wedstrijdretoriek, het laatste standaardaspect van medialogica, de informatieve functie van lijsttrekkersdebatten heeft beïnvloed.

⁵² *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

4. Wedstrijdretoriek

Anders dan de hiervoor behandelde aspecten van medialogica is wedstrijdretoriek niet een inherent en onvermijdbaar onderdeel van een debat. De peilingen en de daaraan gerelateerde formatiemogelijkheden zijn echter voor veel kiezers interessant, aangezien sommige stemmers hun keuze laten afhangen van de mogelijke samenwerkingsverbanden tussen partijen, zeker wanneer zij op de vooravond van de verkiezingen hun beslissing nog niet gemaakt hebben. Hoewel dit het debat niet moet overheersen, is het niet vreemd als er in het debat aandacht wordt besteed aan de houding van de verschillende partijen ten aanzien van de coalitievorming. Het draait dan ook wederom om de manier waarop de presentatoren en de deelnemende politici hiermee omgaan.

In het lijsttrekkersdebat van 1982 werd politieke samenwerking als afsluitend agendapunt behandeld. Hierin werden de mogelijke formaties besproken, waarbij de politici vooral elkaar ervan probeerden te overtuigen dat hun partijen waardige coalitiepartners zouden zijn. Zo probeerde VVD-lijsttrekker Ed Nijpels zijn collega van het CDA, Dries van Agt, ervan te overtuigen om niet zoals in voorgaande regeringsperioden met de PvdA in zee te gaan, maar een coalitie te vormen met de VVD.⁵³ Dit soort formatie-gerelateerde discussies overheersten de politieke inhoud van het debat in 1982 echter niet. In het lijsttrekkersdebat van 1989 kwamen de mogelijke kabinetsformaties al terug in de welkomstwoorden voorafgaand aan het debat, waarin werd verteld dat er nog allerlei verschillende kabinetsformaties mogelijk waren en dat de zwevende kiezer, die middels deze uitzending geïnformeerd werd, hier een beslissende rol in zou gaan spelen.⁵⁴ Ook in dit debat kwam de kabinetsformatie als laatste discussiepunt aan bod, maar de manier waarop is volstrekt anders dan in 1982.

Illustratief voor de karakterverandering van het lijsttrekkersdebat van 1989 ten opzichte van het debat uit 1982 is de discussie tussen Ferry Mingelen en GroenLinks-lijsttrekker Ria Beckers over de mogelijkheid dat er een progressieve meerderheid zou ontstaan. Nadat Beckers aangaf dat hiervoor de verkiezingsuitslagen afgewacht moesten worden en wilde uitleggen welke punten voor GroenLinks het belangrijkste zouden zijn in de coalitievorming, werd zij afgekappt door Mingelen: ‘De kans dat daar nog wat van terecht zou

⁵³ *Debat Grote Vier*, AVRO (7 september 1982).

⁵⁴ *Het Debat*, NOS (5 september 1989).

komen is het grootst als de PvdA in de regering komt, en het succes van uw partij draagt er nu juist toe bij dat de kans dat de PvdA niet de grootste wordt aanwezig is.’ Ton Verlind, de partner van Mingelen, deed nog een duit in het zakje: ‘Het is toch zo in de politiek dat het om de machtsvorming gaat?’ Waarop Beckers reageerde: ‘Volgens mij gaat het vooral om een aantal inhoudelijke items waar je vervolgens steun voor krijgt.’⁵⁵ Hoewel de woorden van Mingelen en Verlind een kern van waarheid bevatten, leken zij niet te beseffen hoezeer zulke uitspraken op een kritiek moment in de campagne de verkiezingen kunnen beïnvloeden. Verlind reduceerde de verkiezingen ongegeneerd tot een discussie om de machtsvorming, terwijl de eerste stap in het proces van de representatieve democratie, de verkiezing van de afgevaardigden op basis van politieke voorkeuren van de burgers, nog gezet moest worden. Deze gedachtegang, waarin discussies omtrent formaties boven politieke inhoud worden gesteld, bleef aanwezig in de lijsttrekkersdebatten.

De aandacht voor de coalitievorming is in de debatten van 1994 en 2003 onverminderd groot. Opmerkelijk is dat de kabinetsformatie in 1994 niet terugkwam als apart agendapunt, maar was ingevlochten in alle discussiepunten. Hierdoor werd elk besproken onderwerp overheerst door de consequenties die verschillende standpunten voor de coalitievorming zouden hebben. Nadat Frits Bolkestein van de VVD en PvdA-lijsttrekker Wim Kok in een harde discussie omtrent sociale zekerheid waren geraakt, werd D66-lijsttrekker Hans van Mierlo met betrekking tot dit vraagstuk alleen gevraagd hoe hij zich tussen deze tegenpolen in het kabinet zou zien zitten. Het was CDA-vertegenwoordiger Elco Brinkman die na Van Mierlo’s antwoord aangaf wat het resultaat is van zulke vraagstellingen: ‘Mijn collega Van Mierlo was lang aan het woord, maar nu weet ik nog steeds niet waar hij zelf staat.’⁵⁶

In het lijsttrekkersdebat van 2003 benadrukte Mingelen net als in 1989 de precare positie van GroenLinks naast de PvdA binnen het spel van de formatievorming: ‘Ik ga mevrouw Halsema een gewetensvraag stellen. Wat is erger, als uw partij wat verliest of als Bos er niet in slaagt om de grootste te worden?’ Toen Femke Halsema hierop antwoordde dat ze allebei moesten groeien, herhaalde Mingelen streng zijn vraag: ‘Ik vroeg wat erger was.’ Toen Halsema bleef proberen om een genuanceerd antwoord te formuleren gaf Mingelen het woord aan Bos, die liet weten de voortdurende verwijzingen naar de kabinetsformatie beu te zijn: ‘Ik heb nog niemand hier horen verdedigen waarom iemand op zijn of haar partij moet

⁵⁵ Ibidem.

⁵⁶ *Het Nationale Lijsttrekkersdebat 1994*, NOS (2 mei 1994).

stemmen om inhoudelijke redenen, en ik wil dat verhaal toch ook nog wel een keer horen.’ In het lijsttrekkersdebat van 2010 was deze volledige overheersing van discussies door het onderwerp van coalitievorming weer verdwenen. Net als in het debat van 1982 kwam de kabinetsformatie ter tafel, maar werd de politieke inhoud hier niet meer door overschaduwd.

Programmamakers en presentatoren kunnen wedstrijddenken hiernaast in het debat verwerken door middel van *framing*. De eerste manier waarop dit kan worden gedaan is door het gebruik van specifieke termen die de politiek een wedstrijd karakter geven. Door het gebruik van wedstrijdtaal kunnen eerder besproken onderwerpen als de peilingen en de formatie nog belangrijker worden in de beeldvorming van de kiezer.⁵⁷ In de lijsttrekkersdebatten van 1982, 1989 en 1994 was nog weinig sprake van het gebruik van wedstrijdtermen. Mingelen trapte het debat van 2003 echter af als ware het een sportwedstrijd: ‘Welkom bij de eindstrijd van deze toch zeer spannende verkiezingscampagne 2003. We hebben al heel wat voorrondes gezien, maar dit is dan eindelijk het enige echte lijsttrekkersdebat van de NOS. U weet het uit de peilingen, het is een nek-aan-nekrace.’⁵⁸ Mingelen leidde ook de uitzending van 2010 in door te zeggen dat ‘de race’ nog niet beslist was, maar van uitspattingen als in 2003 was geen sprake meer.⁵⁹

De programmamakers kunnen een wedstrijdgevoel ook *framen* door de aankleding van het debat een wedstrijduitstraling te geven. Dit werd in de bestudeerde televisiedebatten gedaan door publiek uit te nodigen bij de uitzendingen, waardoor de studio de sfeer van een sportstadion kreeg. In 1982 waren de debatleider en de lijsttrekkers nog de enige aanwezigen in de studio, maar in 1989 werd er al geëxperimenteerd met een kleine groep toeschouwers, die hadden plaatsgenomen achter de debatleiders.⁶⁰ Op wat sporadisch gelach na, hielden zij zich echter afzijdig. Dit was ook het geval in 1994, behalve dat er in deze editie af en toe een beschaafd applaus klonk vanuit het publiek, dat deze keer in iets grotere getalen was toegelaten dan voorheen.⁶¹

Hoe anders was dit in 2003, toen er voor elke deelnemende politieke partij een eigen tribune met “supporters” was gevuld. Wanneer de debatleiding aan het begin van het programma aan het publiek vroeg om zich even te laten horen, golfden er meteen sportyells

⁵⁷ Jennifer Brubaker en Gary Hanson, ‘The Effect of Fox News and CNN’s Post-debate Commentator Analysis on Viewers’ Perceptions of Presidential Candidate Performance’ 74 (2009) 4, 339-351, aldaar 350.

⁵⁸ *Nationaal Lijsttrekkersdebat 2003*, NOS (21 januari 2003).

⁵⁹ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

⁶⁰ *Debat Grote Vier*, AVRO (7 september 1982); *Het Debat*, NOS (5 september 1989).

⁶¹ *Het Nationale Lijsttrekkersdebat 1994*, NOS (2 mei 1994).

door de oude vergaderzaal van de Tweede Kamer. Tijdens het debat had het publiek moeite zich afzijdig te houden en werd de discussie meermaals verstoord door boegeroep en geklap.⁶² Waarschijnlijk had de NOS van zijn fouten geleerd, want in 2010 waren er dan wel grote tribunes opgesteld, maar zaten de aanhangers van de verschillende partijen verspreid door de zaal en werd aan het begin aan de aanwezigen gevraagd niet na elke vraag te applaudisseren. Wanneer het klappen er in de loop van het debat toch insloopte tikte Mingelen het publiek op hun vingers, waardoor het debat in 2010 niet meer klonk als een sportwedstrijd.⁶³

De grootste invloed in de stimulatie van wedstrijdretoriek door het lijsttrekkersdebat vindt meestal echter niet plaats binnen de uitzending, maar is het resultaat van de verslaggeving die naderhand over het debat wordt gedaan. Wie is de winnaar? En welke politici hebben er verloren? Dit zijn de vragen die na afloop van het debat breed worden uitgemeten in de media aan de hand van peilingen en beoordelingen van journalisten.⁶⁴ Dit ligt buiten de macht van de organisatoren en deelnemers van het debat, maar deze praktijk kan in de uitzending gestimuleerd worden. Zo kreeg de kijker aan het einde van de lijsttrekkersdebatten van 1994 en 2010 een opvallende kijktip van de presentatoren: ‘In Nova bespreken we straks ook na, met onder andere de vraag: “Wie heeft nu volgens u het debat gewonnen?”’⁶⁵ Wanneer er in de uitzending van een verkiezingsdebat expliciet wordt verwezen naar een winnaarspeiling in een actualiteitenrubriek, geeft het de indruk dat de mediawereld zich totaal niet bewust is van de invloed van wedstrijdretoriek op het stemgedrag van de kiezer.

Een zeker bewustzijn van de gevolgen van wedstrijdretoriek is de afgelopen jaren alleen maar belangrijker geworden, aangezien de nieuwe media steeds duidelijker een plek krijgen in inhoudelijke televisieprogramma’s. In het lijsttrekkersdebat van 2010 werd voor het eerst gebruik gemaakt van het *social media*-platform *Twitter*, door verslaggever Jeroen Wollaars gedurende de uitzending te laten vertellen wat er online geschreven werd. Er kwam onder andere een uitgewerkte grafiek in beeld waarin aangegeven stond hoeveel er over de verschillende partijen werd getwitterd naar aanleiding van het verloop van het debat. Welk belang de kijker aan deze informatie moest verbinden liet Wollaars in het midden, maar hij

⁶² *Nationaal Lijsttrekkersdebat 2003*, NOS (21 januari 2003).

⁶³ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

⁶⁴ Takens, ‘Media Logica and Electoral Democracy’, 103.

⁶⁵ *Het Nationale Lijsttrekkersdebat 1994*, NOS (2 mei 1994); *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

trok toch zijn conclusies: ‘Eigenlijk ging het heel lang, heel erg over de partij van Geert Wilders, maar Mark Rutte heeft de laatste paar minuten revanche genomen op *Twitter*. Er wordt verschrikkelijk veel over hem gesproken.’ Wat er precies werd gezegd over de lijsttrekkers vertelde Wollaars niet, maar de kijker werd wel aangeraden dit online op te zoeken.⁶⁶ Uit psychologisch onderzoek van Colin Davis, Jeffrey Bowers en Amina Memon blijkt dat kijkers van televisiedebatten ernstig beïnvloed kunnen worden wanneer er in het programma expliciet of impliciet een winnaar wordt aangewezen, wat betekent dat experimenten met nieuwe media zoals deze het democratisch proces mogelijk verstoren.⁶⁷

De aanwezigheid van wedstrijdretoriek kan de informatieve functie van lijsttrekkersdebatten aanzienlijk verstoren, doordat de aandacht van de politieke inhoud kan verschuiven naar discussies omtrent formaties en peilingen. Wedstrijddenken leidt af van inhoudelijke kwesties en kan kiezers ertoe aanzetten hun stem te baseren op de positie van politici en partijen in de politieke *horse race*, terwijl partijen hun gekregen stemmen zullen interpreteren als steun voor hun inhoudelijke plannen. De mate van wedstrijdretoriek in het televisiedebat wordt bepaald door de leiding van het programma, net zoals bij de andere vormen van medialogica. Wedstrijdretoriek werd gestimuleerd door overmatig te focussen op peilingen en formatievorming ten opzichte van politieke inhoud, door middel van het *framen* van een wedstrijdgevoel en door het benadrukken van externe peilingen en beoordelingen tijdens de uitzending. De negatieve invloed van wedstrijdretoriek op de informatieve functie van het debat nam vanaf 1989 duidelijk toe, maar was in 2010 weer grotendeels onder controle gebracht. Het gebruik van sociale media in 2010 brengt echter nieuwe problemen met zich mee. Het volgende hoofdstuk zal aantonen dat de inmenging van media in het politiek proces ook voor problemen zorgt buiten de drie klassieke kenmerken van medialogica.

5. Partijdiversiteit

Door slechts een deel van de politieke partijen die deelnemen aan de verkiezingen de kans te geven om hun plannen duidelijk te maken aan de kiezer, wordt de informatieve functie van het lijsttrekkersdebat ernstig beperkt. Volgens politicologisch onderzoek van Annemarie

⁶⁶ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

⁶⁷ Colin J. Davis, Jeffrey S. Bowers en Amina Memon, ‘Social Influence in Televised Election Debates: A potential distortion of democracy’, *PLoS ONE* 6 (2011) 3, 1-7, aldaar 6.

Walter en Philip van Praag spelen de voorgaande verkiezingsuitslagen en de posities van partijen in de peilingen een grote rol bij de selectie van de deelnemende partijen in lijsttrekkersdebatten.⁶⁸ Voor de editie van 1982 mochten vier partijen een vertegenwoordiger sturen: het CDA, de VVD, de PvdA en D66.⁶⁹ Dit aantal is niet groot, maar wanneer er gekeken wordt naar de uitslagen van de voorgaande Tweede Kamerverkiezingen van 1981 staken deze partijen met kop en schouders boven de anderen uit. D66 was van de deelnemende partijen het kleinst, met zeventien zetels. Hierna kwamen er vier veel kleinere partijen met allemaal slechts drie zetels.⁷⁰ De overweging om voor dit debat alleen de vier partijen uit te nodigen die gedurende de afgelopen termijn samen negentig procent van de zetels hadden bezet lijkt in dit geval niet onlogisch.

Ondanks het feit dat de vier gevestigde partijen nog steeds gezamenlijk het parlement domineerden, werd voor het lijsttrekkersdebat van 1989 één partij meer uitgenodigd dan in 1982.⁷¹ In 1989 besloten vier kleinere partijen onder de naam ‘GroenLinks’ gezamenlijk aan de Tweede Kamerverkiezingen mee te doen, waardoor er een nieuwe speler ontstond aan de linkerkant van het politieke spectrum.⁷² Hoewel de vier partijen voorafgaand aan de verkiezingen samen maar drie zetels bezetten in de Tweede Kamer, was de politieke potentie van GroenLinks reden genoeg voor de organisatoren om de nieuwe partij uit te nodigen, in tegenstelling tot andere partijen die vooralsnog precies even groot waren.⁷³ Ook in 1994 werden deze vijf partijen uitgenodigd voor het lijsttrekkersdebat.⁷⁴ Op dat moment was GroenLinks met zes zetels nog steeds de kleinste van de deelnemende partijen, tegenover de twaalf zetels van D66, de op één na kleinste deelnemer.⁷⁵

De grote verschillen in de vertegenwoordigde partijen in het lijsttrekkersdebat van 2003 ten opzichte van eerdere edities laten het duidelijkst zien hoe keuzes om bepaalde partijen wel of niet uit te nodigen de informatieve functie kunnen beïnvloeden. In 2003 deden

⁶⁸ Walter, ‘Het tv-debat als *game changer*’, 126.

⁶⁹ *Debat Grote Vier*, AVRO (7 september 1982).

⁷⁰ Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, ‘Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 1981 – Nederland’, <http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1> (29 december 2017).

⁷¹ *Het Debat*, NOS (5 september 1989).

⁷² GroenLinks, ‘Geschiedenis’, <https://groenlinks.nl/partij/geschiedenis> (3 januari 2017).

⁷³ Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, ‘Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 1986 – Nederland’, <http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1> (29 december 2017).

⁷⁴ *Het Nationale Lijsttrekkersdebat 1994*, NOS (2 mei 1994).

⁷⁵ Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, ‘Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 1989 – Nederland’, <http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1> (29 december 2017).

zes partijen mee aan het debat, één meer dan in 1989 en 1994. D66 is verdwenen en de LPF en de SP zijn de nieuwkomers.⁷⁶ Hoewel D66 in 1994 nog een persoonlijk record van 24 zetels behaalde, had de partij voorafgaand aan de verkiezingen van 2003 nog maar zeven vertegenwoordigers in de Tweede Kamer. GroenLinks en de SP waren D66 met respectievelijk tien en negen zetels voorbijgestreefd, terwijl de LPF met 26 zetels zelfs veel groter was.⁷⁷ Bovendien stond D66 in deze periode slecht in de peilingen, waardoor lijsttrekker Thom de Graaf geen uitnodigingen voor de grote debatten ontving. Dit zette D66 ertoe aan om bij een eerder lijsttrekkersdebat uit de campagne van 2003 het hele reclameblok na afloop van het debat op te kopen om De Graaf zijn verhaal te laten doen. Zijn opening zegt voldoende over hoe de partijdiversiteit van een televisiedebat zijn informatieve functie beïnvloedt: ‘Ik ben Thom de Graaf, lijsttrekker van D66. Zes collega’s van mij hebben zojuist twee uur gratis reclame achter de rug. Ik moet mijn zendtijd zelf betalen, dus ik houd het kort.’⁷⁸

In 2010 lijken er bewuste stappen te zijn ondernomen om de informatieve functie van het lijsttrekkersdebat te vergroten, aangezien er aanzienlijk meer partijen deelnemen dan in de voorgaande edities. Maar liefst acht partijen mochten deelnemen aan het debat in de hoofduitzending, en drie kleinere partijen kregen de gelegenheid om als voorprogramma op het echte werk in discussie te gaan.⁷⁹ Door de lijsttrekkers van deze elf partijen allemaal een plek te geven in de uitzending waren alle partijen die voorafgaand aan de verkiezingen een zetel bezaten vertegenwoordigd. Het verschil tussen D66, de kleinste partij die mocht deelnemen aan de hoofduitzending, en de PvdD en de SGP, de twee grootste partijen van het kleine debat, was voorafgaand aan de verkiezingen maar één zetel.⁸⁰ Hoewel de manier waarop de partijdiversiteit in 2010 werd bepaald dus nog steeds enigszins arbitrair was, zou een debat met elf deelnemers wellicht te groot zijn geworden om op een goede manier in te richten.

⁷⁶ *Nationaal Lijsttrekkersdebat 2003*, NOS (21 januari 2003).

⁷⁷ Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, ‘Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 2002 – Nederland’, <http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1> (29 december 2017).

⁷⁸ M2Media, ‘M2Media en D66 stunten samen’, <http://www.m2media.nl/m2media-en-d66-stunten-samen/> (28 december 2016).

⁷⁹ *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 1)*, NOS (8 juni 2010) <http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/3773220/false/true> (7 december 2016); *Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2)*, NOS (8 juni 2010).

⁸⁰ Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, ‘Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 2006 – Nederland’, <http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1> (29 december 2017).

De factor van partijdiversiteit benadrukt nog maar eens hoe groot de rol van de programmamakers is in het bepalen van de informatieve functie van het lijsttrekkersdebat. In een tijd waarin kiezers steeds minder gebonden zijn aan traditionele partijen moeten programmamakers zich bewust zijn van hoezeer zij door partijen wel of niet uit te nodigen een invloed hebben op de informatieve functie van het lijsttrekkersdebat, en indirect zelfs de verkiezingsuitslag. In de verschillende edities van het lijsttrekkersdebat zijn rond het vraagstuk van partijdiversiteit enkele discutabele beslissingen genomen, met name in het jaar 2003. Van 1982 tot 2010 zijn echter steeds meer partijen uitgenodigd om deel te nemen aan het lijsttrekkersdebat, waardoor een groter aantal partijen de kans heeft gekregen om zijn programma over te brengen aan de kiezer. Deze positieve ontwikkeling kent zijn hoogtepunt in 2010, toen de organisatie probeerde om de informatieve functie van het debat zo goed mogelijk in te vullen door zo veel mogelijk partijen te laten deelnemen.

Conclusie

Medialogica heeft een duidelijke invloed op de informatieve functie van Nederlandse lijsttrekkersdebatten in de periode 1982 tot 2010. De traditionele aspecten van medialogica, personalisering, conflict- en negativiteitsretoriek en wedstrijdretoriek, zijn allemaal op een bepaalde manier eigen aan een politiek televisiedebat. Wanneer zij echter een te grote rol krijgen in het programma, wordt het informatieve gehalte van het debat overschaduwed of tegengewerkt. De resultaten van dit onderzoek met betrekking tot medialogica komen in grote mate overeen met de uitkomsten van het onderzoeksprogramma “Omstreden Democratie” van het NWO. De drie aspecten van medialogica ontwikkelden zich in de televisiedebatten volgens een vergelijkbaar patroon, waardoor net als in het NWO-onderzoek te concluderen valt dat de verschillende vormen van medialogica statistisch gezien één factor vormen. De ontwikkeling van medialogica zelf is eveneens vergelijkbaar met de trend die door de NWO-onderzoekers werd geschetst. Kleinnijenhuis concludeerde dat de aanwezigheid van medialogica sinds 2002 was afgenomen. In televisiedebatten is een soortgelijke trend waarneembaar, aangezien de aanwezigheid van medialogica in de debatten van 1989, 1994 en 2003 over het algemeen hoog was, maar in 2010 zichtbaar was gedaald.

De belangrijkste conclusie die naar aanleiding van dit onderzoek getrokken kan worden is dat programmamakers en debatleiders grotendeels bepalen in welke mate medialogica de informatieve functie van televisiedebatten aantast. Door personalisering, conflict- en

negativiteitsretoriek en wedstrijdretoriek te stimuleren, en de partijdiversiteit te beperken beïnvloeden programmamakers de informatieve functie, doordat er minder ruimte is voor politieke standpunten en de kiezer aanleiding wordt gegeven om zijn stem te baseren op andere gronden dan de politieke inhoud. Dit kan worden gedaan door directe uitspraken die aspecten van medialogica benadrukken, maar ook door middel van *framing* in de opzet van het programma. Hoezeer de informatieve functie van een lijsttrekkersdebat afhankelijk is van zijn leiding wordt onderstreept door de factor van partijdiversiteit, die in dit onderzoek als vierde aspect van medialogica is behandeld en volledig in handen is van de organisatoren van het debat. De algemene ontwikkeling van de informatieve functie van het lijsttrekkersdebat is echter positief, aangezien de mate waarin medialogica dit beïnvloedde in 2010 zichtbaar gedaald is ten opzichte van voorgaande onderzochte edities. Dit is een zeer interessante trend, die de vraag opwerpt waarom de mate van medialogica juist nu afneemt. Hoewel hiervoor in dit onderzoek geen concrete bewijzen aangeleverd kunnen worden, lijkt het aannemelijk dat dit verband houdt met de opkomst van het populisme. Juist op het moment dat bepaalde partijen en politici zich het gebruik van personalisering en conflict- en negativiteitsretoriek in de media eigen hebben gemaakt, lijken de programmamakers van het lijsttrekkersdebat zich toe te leggen op een striktere informatieve aanpak. Het zou kunnen dat de angst voor het populisme, dat in de periode tussen de lijsttrekkersdebatten van 2003 en 2010 is toegenomen, ervoor heeft gezorgd dat de NOS zijn rol in het politieke bestel heeft gerevalueerd.

Hoewel de organisatoren van televisiedebatten zich tegenwoordig bewuster lijken te zijn van de negatieve gevolgen van medialogica, is het belangrijk dat politiek informeren het centrale streven in lijsttrekkersdebatten is en blijft. Ook in het meest recente onderzochte debat zijn genoeg tekenen van medialogica te herkennen die zijn informatieve functie verzwakken, en het is niet gezegd dat fouten die in het verleden werden gemaakt zich niet zullen herhalen. Bovendien dienen zich met de opkomst van de sociale media, die in het televisiedebat van 2010 een plek hebben gekregen, nieuwe problemen aan. Het is daarom belangrijk dat zowel onderzoekers als de media zelf de rol van de media in de politieke informatievoorziening kritisch blijven benaderen. Vooral in het geval van het lijsttrekkersdebat, waar een kleine groep organisatoren de mate van medialogica bepaalt, moet geprobeerd worden om de informatieverstrekende functie van de media op de ideale manier in te vullen. Wanneer je je realiseert dat het lijsttrekkersdebat aan de vooravond van de verkiezingen al sinds 1989 wordt georganiseerd door de NOS, een publieke omroep die pretendeert 'de hoogste journalistieke eisen van zorgvuldigheid, betrouwbaarheid,

ongebondenheid, pluriformiteit en objectiviteit' te hanteren, is dat niet eens te veel gevraagd.⁸¹

Er is nog genoeg ruimte voor vervolgonderzoek naar de invloed van medialogica op de informatieve functie van het politieke televisiedebat, omdat een aantal zaken om uiteenlopende redenen onderbelicht is gebleven in dit onderzoek. Ten eerste zou een exacte analyse van de manier waarop politici reageren op de vragen van de debatleiders en andere deelnemers verhelderende inzichten kunnen opleveren in de ontwikkeling van de debatterstijl van politici. In de kwalitatieve inhoudsanalyse die in dit onderzoek is toegepast was geen ruimte om hier op een kwantitatieve manier mee om te gaan, wat hardere resultaten zou kunnen opleveren in het onderzoek naar de gevolgen van populisme in de politieke media. Hierbij zouden ook resultaten van *factchecking*-onderzoeken van verschillende televisiedebatten kunnen worden vergeleken, aangezien onware opmerkingen ook een negatieve invloed hebben op de informatieve functie van een debat. Vervolgonderzoek zou zich daarnaast kunnen focussen op de ontwikkeling van het gebruik van *social media* in televisiedebatten. Dit lijkt de meest reële uitdaging voor de toekomst te zijn, waarvan nog moet blijken hoe debatorganisatoren hiermee om zullen gaan. Voor alle aspecten van medialogica die in dit onderzoek zijn behandeld geldt echter dat zij het waard zijn om nader bestudeerd te worden, aangezien er aan de hand van het beperkte aantal casussen en de niet alomvattende benaderingswijze in dit onderzoek geen definitieve conclusies kunnen worden getrokken. De resultaten zijn niettemin interessant en benadrukken nog maar eens dat streven naar een ideaal functionerende electorale democratie in onderzoek en praktijk geen utopische bezigheid is, maar dat er tastbare verbeteringen geboekt kunnen worden.

⁸¹ NOS, 'Taken en missie', <https://over.nos.nl/organisatie/taken-visie> (3 januari 2017).

Literatuurlijst

Primaire bronnen

Debat Grote Vier, televisie, AVRO (7 september 1982)

<http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/101709/false/true> (29 november 2016).

Het Debat, televisie, NOS (5 september 1989)

<http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/102900/false/true> (6 december 2016).

Het Nationale Lijsttrekkersdebat 1994, televisie, NOS (2 mei 1994)

<http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/118272/false/true> (6 december 2016).

Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, 'Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 1981 – Nederland',

<http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1>
(29 december 2017).

Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, 'Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 1986 – Nederland',

<http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1>
(29 december 2017).

Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, 'Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 1989 – Nederland',

<http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1>
(29 december 2017).

Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, 'Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 2002 – Nederland',

<http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1>
(29 december 2017).

Kiesraad - Databank Verkiezingsuitslagen, 'Verkiezingsuitslagen Tweede Kamer 2006 – Nederland',
<http://www.verkiezingsuitslagen.nl/Na1918/Verkiezingsuitslagen.aspx?VerkiezingsTypeId=1>
(29 december 2017).

Nationaal Lijsttrekkersdebat 2003, televisie, NOS (21 januari 2003)
<http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/27558/false/true> (7 december 2016).

Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 1), NOS (8 juni 2010)
<http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/3773220/false/true> (7 december 2016).

Verkiezingsdebatten Verkiezingen Tweede Kamer 2010 (Deel 2), televisie, NOS (8 juni 2010)
<http://in.beeldengeluid.nl/collectie/details/expressie/3773316/false/true> (7 december 2016).

Secundaire literatuur

Aelst, Peter van (e.a.), 'Personalization' in Claes de Vreese, Frank Esser en David Nicolas Hopmann (red.), *Comparing Political Journalism* (New York 2017) 112-130.

Aerts, Remieg, 'Omstreden democratie: over de studie van een complex bestel' in: Remieg Aerts en Peter de Goede (red.), *Omstreden Democratie. Over de problemen van een succesverhaal* (Amsterdam 2013) 263-293.

Bos, Linda en Kees Brants, 'Wilders en de golfslag van het populisme', in: Philip van Praag en Kees Brants (ed.), *Media, macht en politiek. De verkiezingscampagne van 2012*, 187-206.

Broersma, Marcel, 'Omstreden democratie: keurig binnen de lijntjes', *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* <http://www.tmgonline.nl/index.php/tmg/article/view/86/143>.

Brubaker, Jennifer en Gary Hanson, 'The Effect of Fox News and CNN's Post-debate Commentator Analysis on Viewers' Perceptions of Presidential Candidate Performance' 74 (2009) 4, 339-351.

Dalton, Russel J., *Citizen Politics in Western Democracies. Public Opinion and Political Parties in the United States, Great Britain, West Germany, and France* (London 1988).

Davis, Colin J., Jeffrey S. Bowers en Amina Memon, 'Social Influence in Televised Election Debates: A potential distortion of democracy', *PloS ONE* 6 (2011) 3, 1-7.

Groen, Maaike en Natascha van der Zwan, 'Tussen feit en interpretatie. Frames in het NOS-journaal en het RTL-nieuws' in: Kees Brants en Philip van Praag (red.), *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (Amsterdam 2005) 92-110.

Hahn, Kyu, Shanto Iyengar en Helmut Norpoth, 'Consumer Demand for Election News: The Horserace Sells', Paper gepresenteerd bij de jaarlijkse bijeenkomst van de *American Political Science Association*, 28 augustus 2002.

Kaal, Harm, 'De cultuur van het televisiedebat. Veranderende percepties van de relatie tussen media en politiek, 1960-heden' in: *Tijdschrift voor Geschiedenis* 127 (2014) 2, 293-316.

Kleinnijenhuis, Jan en Otto Scholten, *Nederland Vijfstromenland. De rol van media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006* (Amsterdam 2007).

Kleinnijenhuis, Jan, (e.a), 'Gevaren van medialogica voor de democratie?', in: Remieg Aerts en Peter de Goede (red.), *Omstreden Democratie. Over de problemen van een succesverhaal* (Amsterdam 2013) 111-130.

Kleinnijenhuis, Jan, Dirk Oegema en Janet Takens, 'Personalisering van de politiek' in: *Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen Jaarboek 2007* (Groningen 2009) 101-127.

Lau, R. R. & Pomper, G.M., 'Negative Campaigning by US Senate Candidates', *Party Politics* 7 (2001) 1, 69-87.

Nord, Lars W. en Jesper Strömbäck, 'Making Sense of Different Types of Crises. A Study to the Swedish Media Coverage of the Terror Attacks against the United States and the U.S. Attacks in Afghanistan' in: *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 54 (2003) 8, 54-75.

Sanders, David en Pippa Norris, 'The impact of political advertising in the UK general election', *Political Research Quarterly* 58 (2006) 4, 525-536.

Schuyt, Kees, 'Kiezers als stuifzand', *de Volkskrant*, 15 januari 2003, <http://www.volkskrant.nl/archief/kiezers-als-stuifzand~a751110/>.

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

Takens, Janet, *Media Logic and Electoral Democracy* (Amsterdam 2013) 95.

Thomassen, Jacques, 'De permanente crisis van de democratie' (Afscheidsrede Universiteit Twente) 24 september 2010.

Velde, Henk te, *Stijlen van leiderschap. Persoon en politiek van Thorbecke tot Den Uyl* (Amsterdam 2002).

Walter, Annemarie en Philip van Praag, 'Het tv-debat als *game changer*' in: Philip van Praag en Kees Brants (red.), *Media, macht en politiek. De verkiezingscampagne van 2012* (Diemen 2014) 125-144.

Websites

GroenLinks, 'Geschiedenis', <https://groenlinks.nl/partij/geschiedenis>.

M2Media, 'M2Media en D66 stunts samen', <http://www.m2media.nl/m2media-en-d66-stunten-samen/>.

NOS, 'Taken en missie', <https://over.nos.nl/organisatie/taken-visie>.