

400 DAGEN VOOR 400 VRAGEN

De Rijksuniversiteit Groningen viert in 2014 haar vierde eeuwfeest. Voor het project *400 dagen voor 400 vragen* verzamelt de universiteit vragen. Vandaag de vraag van Kees Stada uit Kropswolde.



▲ „In talkshows speelt de persoonlijkheid van de presentator en de aanwezigheid van andere gasten een grote rol.” Foto Evert Elzinga

‘Media kunnen politici maken of breken’

Mannus van der Laan

Vraag: Hoe wordt je politieke mening door de media beïnvloed?

Simon Otjes, onderzoeker Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen:

„De media beïnvloeden de meningen van lezers door agendasetting, framing en priming.”

„Agendasetting betekent dat de media bepalen wat lezers belangrijk vinden. Onderwerpen die groot in de krant staan, worden door lezers belangrijker gevonden dan items die weinig aandacht krijgen. Dat is ook logisch: als onderwerpen niet in de media komen, hoe kunnen grote groepen burgers er anders van kennisnemen?”

„Framing betekent dat de manier waarop een onderwerp wordt benaderd door de media, door lezers wordt overgenomen. Als een krant Europese integratie voortdurend behandelt in termen van meer of minder macht naar Brussel, dan nemen kiezers die manier van denken over. Maar er zijn ook andere manieren om Europese integratie te bespreken, bijvoorbeeld een keuze tussen meer of minder vrije markt.”

„Priming betekent dat burgers het optreden van politici evalueren op de onderwerpen die in de media centraal staan. Als een krant voortdurend schrijft over economische onderwerpen, dan zullen lezers die gevraagd wordt het optreden van de premier te evalueren, dat doen op economische termen (groeit de economie?); als een krant juist veel aandacht besteedt aan het milieu, dan kijken ze daarnaar (verandert het klimaat?). Op deze drie wijzen beïnvloedt de media de politieke mening van kiezers, al is de ene er meer vatbaar voor dan de andere.”

‘De media bepalen wat lezers belangrijk vinden’

vloeden de media de politieke mening van kiezers, al is de ene er meer vatbaar voor dan de andere.”

Birte Schohaus, promovenda journalistieke cultuur en media van de RUG:

„De media zijn de belangrijkste bron die mensen informeren over politiek. Wat dat betreft hebben media veel macht. Hoe politiek in beeld wordt gebracht, beïnvloedt immers de mening van de kijker. In mijn onderzoek beperk ik me tot de televisie. Dit medium heeft een bijzondere invloed op de beeldvorming, omdat het heel direct is en snel emoties kan aanspreken. In talkshows speelt de persoonlijkheid van de presentator een grote rol. Ook de aanwezigheid van andere gasten of het gebruik van beeldfragmenten kan het gesprek met een politicus beïnvloeden. In een nieuwsuitzending wordt een heel andere reactie verwacht dan in een luchtig praatprogramma. Je moet als politicus in staat zijn mee te gaan met de stijl van deze programma’s, anders val je door de mand. Er wordt daarom wel eens gezegd dat media politici kunnen maken of breken.”



▲ Kees Stada

„De politicus heeft echter ook een actieve rol in deze media-optredens. Hij wordt er tot in de puntjes op voorbereid en heeft het liefst een hapklaar verhaal. Zijn adviseurs proberen in te spelen op de verwachtingen van een bepaald programma. Je zou dus ook kunnen zeggen dat media een belangrijke functie vervullen in het doorprikken van deze voorgekauwde verhalen.”

„Ik ben het eens wat Birte Schohaus zegt. De politici zijn getraind, maar ook de presentatoren. Soms lijkt het een kat-en-muisspel. Ik merk dat ze goed getraind worden om zelf een wending te geven aan het onderwerp.”

Reactie Kees Stada:

„Wat ik echter mis in het antwoord van Schohaus is de invloed van de gasten in talkshows. Ze gaan dan vaak door voor deskundig en worden qua kennis hoger ingeschat dan in werkelijkheid het geval is. Een gevaarlijke trend! Mijn persoonlijke mening is dat ex-bankier Peter Verhaar er een handje van heeft.”