



De Amerikaanse verkiezingen in de Nederlandse dagbladen

Onderzoek naar de aandacht voor het spel en de knikers

Otto Scholten
Nel Ruigrok
Joep Schaper
Martijn Krijt
Kasper Welbers
Kristiaan Kiwitz



Aandacht

De Amerikaanse verkiezingen in de Nederlandse dagbladen

De verkiezingen van de 44^e president van de Verenigde Staten werden al snel historisch genoemd toen bekend werd dat óf een vrouwelijke democraat óf een Afro-Amerikaanse democraat het op zou nemen tegen John McCain in de strijd om het Witte Huis. De verkiezingscampagne was lang, maar begon eigenlijk pas goed na de conventies van beide partijen eind augustus en begin september toen ook de running mates bekend waren: Joe Biden voor de Democraten en Sarah Palin voor de republikeinen. Waar het heel stil bleef rond Biden als mogelijke vice-president van de Verenigde Staten, ging veel media-aandacht uit naar Sarah Palin. Binnengehaald om de teleurgestelde Hillary kiezers voor het republikeinse kamp te winnen, maakt Palin een stormachtig debuut als frisse wind in de Grand Old Party. Deze wind gaat echter snel liggen en de republikeinen komen achter te liggen in de peilingen. Een situatie die noch McCain, noch Palin kan doen veranderen tijdens de debatten met Obama en Biden. Wat velen niet voor mogelijk hadden gehouden, wordt bewaarheid, zoals de *New York Times* op 5 november opent: "OBAMA – Racial barrier falls in decisive victory."

In dit onderzoek gaan we in op de berichtgeving over de Amerikaanse presidentsverkiezingen in de volgende dagbladen: *de Volkskrant*, *De Telegraaf*, *NRC Handelsblad*, *Trouw*, *Algemeen Dagblad*, en de gratis kranten *Spits*, *Metro* en *Dag*. Alle artikelen in de periode van 25 augustus tot en met 4 november 2008 waarin een van de presidentskandidaten of hun running mates worden genoemd, zijn in het onderzoek opgenomen. In totaal gaat het om 870 artikelen.

Methode

De inhoud van de koppen en leads van de artikelen is geanalyseerd volgens de NET-methode (Network Analysis of Evaluative texts). Deze methode is gebaseerd op het idee dat de impliciete of concrete inhoud van een tekst weergegeven kan worden als een netwerk van positieve of negatieve relaties tussen de actoren en issues zoals genoemd in de tekst. Deze relaties worden beschreven in gecodeerde zinnen (Van Cuilenburg et al., 1986; De Ridder & Kleinnijenhuis, 2001) en zijn samenstellingen van een subject, een predicaat en een object. Het subject en het object worden benoemd op basis van een vooraf gedefinieerde lijst met concepten (ontologie).¹ De inhoudsanalyse van de artikelen over de Amerikaanse verkiezingen in de periode van 25 augustus tot en met 4 november 2008 heeft in totaal 5890 gecodeerde uitspraken opgeleverd.

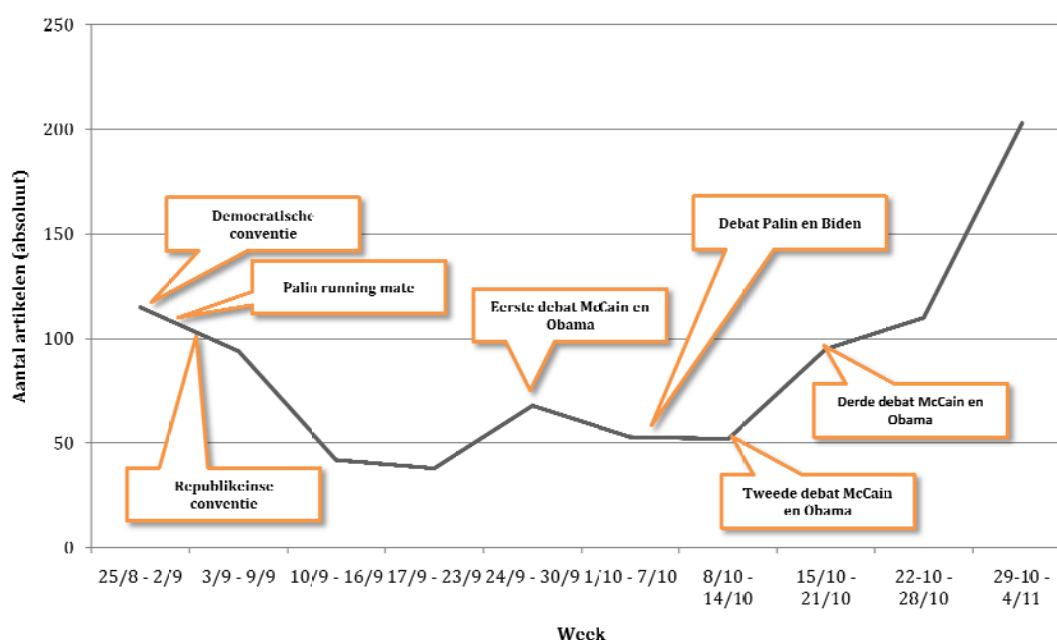
In dit rapport onderzoeken we de media-aandacht rond de aanloop naar de verkiezingen in Amerika. We zullen hierbij antwoord geven op de vraag hoeveel aandacht de Nederlandse dagbladen besteedden aan de verschillende kandidaten, over welke onderwerpen er werd gedebatteerd, wie kritiek uitte op wie of wat, en in hoeverre de dagbladen de verschillende presidentskandidaten en hun running mates in hun berichtgeving hebben neergezet en geëvalueerd.

¹ Voor een uitgebreide toelichting op de methodologie voor de analyses verwijzen we naar www.nieuwsmonitor.net/methode

De campagne in beeld

De echte campagne begint met de democratische conventie eind augustus. Deze gebeurtenis krijgt veel aandacht van de dagbladen, waarbij men zich vooral afvraagt hoe het gaat tussen het Obama- en Clinton-kamp. "Clintons schaduw ligt over conventie", kopt *De Telegraaf* op 26 augustus. Het eindigt goed voor Obama zo kunnen we lezen in *NRC Handelsblad* twee dagen later: "Clintons schikken zich naar Obama's nieuwe leiderschap; Derde dag conventie begint voor Obama in onzekerheid, maar eindigt met opzweepende steunbetuiging van Bill Clinton. De toespraak van Obama op de conventie ("Barack Obama zet historische mijlpaal", *Metro*, 29 augustus 2008) ondervindt stevige concurrentie van de introductie van Sarah Palin als running mate voor de republikeinen. Zij wordt positief ontvangen in diverse media: "McCain doet meesterzet tegen Obama" (*Trouw*, 30 augustus 2008) en "Running mate van McCain steelt de show" (*de Volkskrant*, 30 augustus 2008).

Figuur 1 Aantal artikelen per week (N=870)



De Republikeinse conventie is van 1 september tot en met 4 september en wordt overschaduwed door orkaan Gustav "Bidden, bidden en nog eens bidden"; Sfeer bedrukt op Republikeinse conventie" (*De Telegraaf*, 1 september). Palin blijft intussen de gemoederen bezighouden, onder andere door haar zwangere, ongehuwde dochter van 17. Hierbij rijst ook direct de vraag of zij niet de moeder zou zijn van de in april geboren zoon van Palin, Tray ("Palin druk met ontkennen geruchten", *Algemeen Dagblad*, 3 september).

Na de conventies zakt de aandacht voor de Amerikaanse verkiezingen in de Nederlandse dagbladen, om eind september weer toe te nemen. De reden hiervoor ligt vooral in de economische crisis die rond deze periode haar hoogtepunt bereikt. John McCain besluit op woensdag 24 september zijn campagne voorlopig te staken, om zo al zijn aandacht aan het oplossen van de crisis te kunnen besteden "McCain wil campagne staken, Obama gaat door" (*Algemeen Dagblad*, 25 september 2008). McCain wil ook het eerste debat met Barack Obama uitstellen vanwege de ernst van de crisis. Het debat vindt uiteindelijk wel plaats ("Zeperd voor John McCain; Ondanks hoog spel over crisis toch eerste debat met Obama", *De Telegraaf*, 27 september 2008). McCains actie wordt

in de dagbladen slecht ontvangen (“McCains cavalerie-charge om heldenrol op te eisen liep mis”, *de Volkskrant*, 27 september 2008). Gevolg van de gebeurtenissen is daarentegen wel dat “Campagne en crisis zijn met elkaar verstrikt geraakt” (*de Volkskrant*, 27 september).

Een week later volgen de twee vice-presidentskandidaten in hun onderlinge debat. Beide kandidaten maken geen grote fouten, zo stelt *NRC Handelsblad* en “Palin en Biden scoren allebei” (*NRC Handelsblad*, 3 oktober 2008). Desalniettemin blijkt Palin haar eerste glans te hebben verloren, zakt ze in de peilingen en, zo stelt *Spits* daags na het debat, “Sceptis over Sarah Palin groeit.”

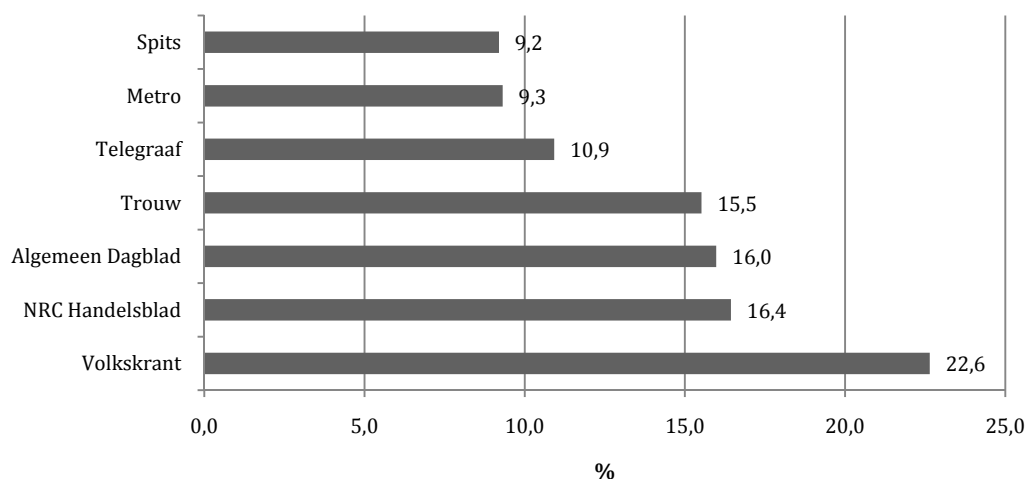
Na dit debat lijkt de campagne echt op stoom te komen. “Moddergevecht VS begonnen”, kopt *De Telegraaf* op 7 oktober 2008. Dit moddergooien komt vooral voor rekening van Palin die hard uithaalt naar Obama: “Palin zegt dat Obama ‘vriendjes is met terroristen’” (*de Volkskrant*, 6 oktober 2008). Het blijkt echter een storm in een glas water en ook het tweede presidentiële debat lijkt voor Obama goed uit te pakken, volgens de krantenkoppen: “McCain bij tanden stuk op Obama” (*De Telegraaf*, 9 oktober 2008). In een continue, geldverslindende campagne worden alle middelen aangewend om kiezers te trekken: “Obama adverteert in computerspellen” (*NRC Handelsblad*, 16 oktober 2008) “Obama krijgt meeste geld van rijke donateurs” (*de Volkskrant*, 23 oktober 2008). Obama blijft hierin op voorsprong en ook het derde debat tussen de kemphanen kan hier geen verandering in aanbrengen. Uiteindelijk wordt het nieuws vooral beheerst door wie er wel en wie er niet openlijk steun betuigt aan Obama: “Powell achter Obama” (*De Telegraaf*, 20 oktober 2008) “Obama of McCain? Al-Qaida heeft geen voorkeur” (*Spits*, 24 oktober 2008).

Nieuws per dagblad

Na de algemene schets van de aandacht voor de verkiezingscampagne is het interessant om te kijken hoe het met de aandacht voor de strijd om het Witte Huis zit in de afzonderlijke kranten. Figuur 2 laat die verdeling zien.

Een aantal zaken valt hierbij op. In totaal neemt *de Volkskrant* de meeste artikelen voor haar rekening. Ruim 20% van het nieuws is in deze krant te vinden, op enige afstand gevolgd door *NRC Handelsblad* (16,4%) en *Algemeen Dagblad* (16%). Verder is het opvallend dat de beide gratis dagbladen vrijwel evenveel aandacht aan de verkiezingen besteden. Ook opvallend is hoe weinig artikelen *De Telegraaf* publiceert. Deze krant is duidelijker dan de andere traditionele dagbladen gericht op binnenlands nieuws.

Figuur 2 Aantal artikelen per dagblad (N=870)



Inhoud van het verkiezingsnieuws

Soorten nieuws

*“Media hebben vooral aandacht voor het spel in de Amerikaanse verkiezingen.
Maar het gaat om de knikkers.”*

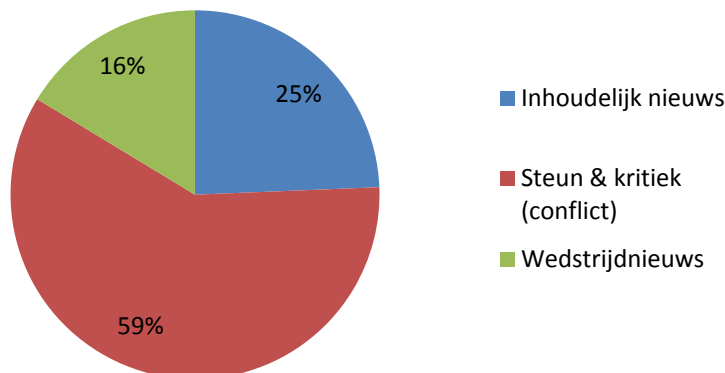
(Van Holsteyn in *de Volkskrant*, 5 november 2008)

Niet alleen de frequentie, ook de context waarbinnen de presidentskandidaten in het nieuws voorkomen, is van belang. Bespreken de journalisten in hun artikelen voornamelijk het spel zoals Van Holsteyn, de Leidse bijzonder hoogleraar kiezersonderzoek, beweert óf gaan zij in hun berichtgeving ook in op de inhoudelijke aspecten? In deze paragraaf gaan we in op deze verschillende invalshoeken van het nieuws. We maken onderscheid tussen:

1. *inhoudelijk nieuws* over het onderwerp, het zogenaamde issuenieuws;
2. nieuws over *steun en kritiek*, ofwel zinnen waarin actoren steun dan wel kritiek uiten richting andere actoren;
3. nieuws met *positieve of negatieve evaluatieve uitspraken* van de betrokken actoren;
4. nieuws over *succes en falen* van de betrokken actoren en

Uit het cirkeldiagram in figuur 3 spreekt dat ruim de helft van het nieuws gaat over uitspraken die een steunbetuiging danwel een kritische noot bevatten in de richting van een van de hoofdrolspelers in de campagne. In deze categorie zijn ook de evaluatieve uitspraken die voor rekening komen van de dagbladen meegenomen. Precies een kwart van het nieuws bevat inhoudelijke standpunten terwijl een op de zes zinnen betrekking heeft op het wedstrijd element van de campagne.

Figuur 3 **Verdeling van soorten nieuws (N=5890 kernzinnen)**



De inhoudelijke verschillen tussen de dagbladen

In onderstaande tabel 1 geven we de verschillen tussen de dagbladen weer. Wat opvalt is dat de beide gratis dagbladen vooral veel aandacht besteden aan inhoudelijke standpunten, terwijl *Algemeen Dagblad* en *de Volkskrant* het minst aandacht hebben voor inhoudelijke standpunten. In het algemeen kun je stellen dat naarmate het nieuws toeneemt, de inhoudelijke aspecten van het nieuws afnemen. Van de traditionele dagbladen is *Trouw* het meest inhoudelijk en legt op *Metro* na het minste nadruk op steun en kritiek in haar berichtgeving. In *NRC handelsblad* vinden we juist de meeste uitspraken over steun en kritiek terug. *Trouw* daarentegen heeft – samen met *de Volkskrant* – relatief veel aandacht voor het wedstrijdnieuws, oftewel de peilingen.

Tabel 1 Verdeling soorten nieuws per krant²

	Inhoudelijk nieuws		Steun & kritiek		Wedstrijdnieuws		Totaal	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Volkskrant	251	22,3	670	59,4	206	18,3	1127	100
NRC Handelsblad	204	23,1	552	62,5	127	14,4	883	100
Telegraaf	125	24,9	296	59,0	81	16,1	502	100
Trouw	193	25,4	420	55,3	146	19,2	759	100
Alg. Dagblad	230	20,5	705	62,9	186	16,6	1121	100
Spits	172	30,7	322	57,5	66	11,8	560	100
Metro	191	29,1	361	55,0	104	15,9	656	100
Totaal	1366	24,4	3326	59,3	916	16,3	5608	100

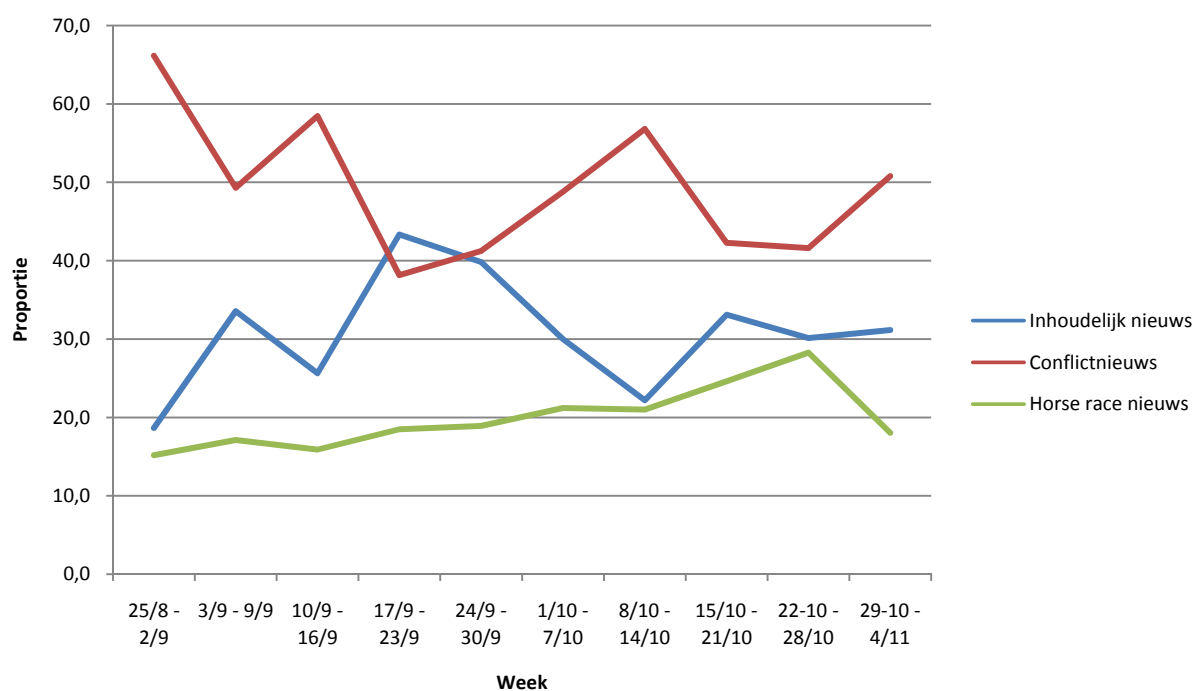
In vergelijking met eerder (verkiezings)onderzoek is deze aandacht voor conflictnieuws hoog te noemen. De afgelopen jaren bedroeg het inhoudelijke nieuws tijdens verkiezingscampagnes in Nederland tussen de 28% (in 2002) en 35% (in 2006), terwijl de aandacht voor steun en kritiek onder de 50% bleef steken.

Soorten nieuws tijdens de campagne

Waar de verschillen tussen de kranten onderling niet groot zijn, zien we wel grote fluctuaties als we kijken naar de vormen van het nieuws tijdens de campagne (zie onderstaande figuur 4). In de eerste weken is er vooral aandacht voor steun en kritiek wanneer de kandidaten door de conventies worden gekozen tot presidentskandidaat danwel vice-presidentskandidaat. In de weken die volgen, neemt het inhoudelijke nieuws meer ruimte in in de dagbladen. Echter, wanneer de debatten tussen de kandidaten van start gaan, neemt het inhoudelijke nieuws af en is er een gestaag opgaande lijn te zien van het wedstrijdnieuws, terwijl het nieuws over steun en kritiek eerst een piek laat zien, daarna daalt om vervolgens weer te stijgen.

² Het total aantal uitpraken bedraagt in deze analyse 5608. Dit is 282 uitspraken minder dan het totaal aantal uitspraken. Dit komt omdat we bij deze analyse de inkleuring van het nieuws, de labels en eigenschappen die men meegeeft aan de hoofdpersonen niet meenemen.

Figuur 4 Soorten nieuws per week (N=5890 kernzinnen)



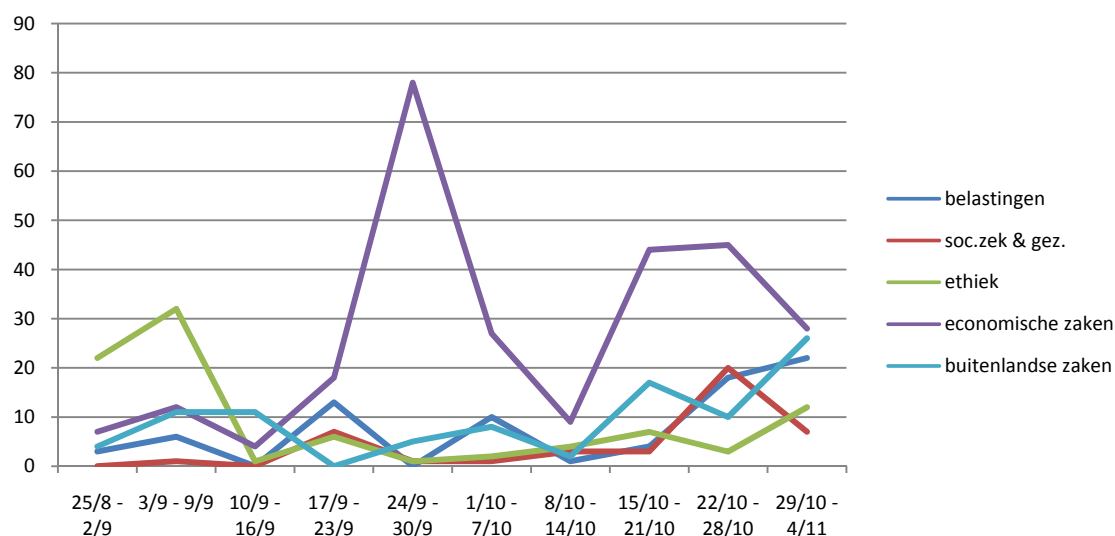
Met Nederlandse media als rol van informant voor het Nederlandse publiek is deze verdeling over tijd eigenlijk een patroon dat geen verbazing wekt. In feite doen de media allereerst verslag van het kiezen en voorstellen van de kandidaten, hetgeen gepaard gaat met veel nieuws over steunbetuigingen danwel kritische kanttekeningen. Vervolgens worden de standpunten van de kandidaten breed uitgemeten in de kranten, waarna men vooral de focus legt op welke andere belangrijke personen die steun uitspreken voor de kandidaten en hun visies (die zijn immers al bekend) en de gevolgen van al deze steunbetuigingen, namelijk de posities van de kandidaten in de peilingen.

Inhoudelijk nieuws

In de vorige paragraaf zagen we dat een kwart van alle berichtgeving gaat over inhoudelijke zaken. Aanzienlijk minder dan we in Nederlandse verkiezingscampagnes gewend zijn. Niettemin is het interessant te kijken waarover de media schreven wanneer zij de inhoudelijke aspecten bekeken. In feite kunnen we het inhoudelijke nieuws opdelen in een vijftal belangrijke onderwerpen: belastingen, sociale zekerheid en gezondheidszorg, ethische onderwerpen (normen en waarden), economische zaken en buitenlandse zaken. Andere thema's zoals het milieu, infrastructuur, administratieve hervormingen enzovoorts krijgen wel aandacht, maar aanzienlijk minder dan deze thema's.

Wanneer we het nieuws over de vijf belangrijkste thema's bekijken tijdens de campagne, dan springt de piek eind september direct in het oog (zie figuur 5). Vanaf het moment dat de crisis in alle hevigheid losbarst en McCain zijn campagne wil onderbreken, is de economie het belangrijkste thema in de berichtgeving.

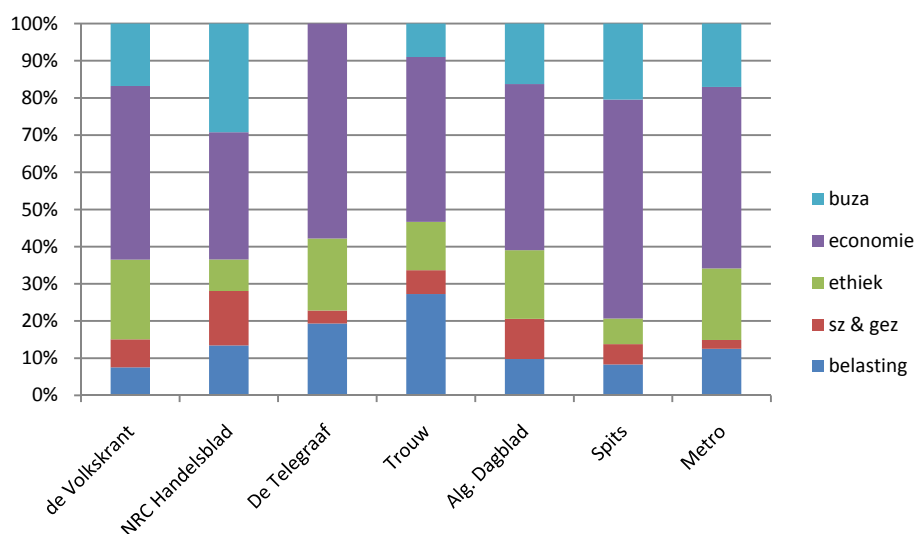
Figuur 5 Soorten issues per week (N=580 uitspraken)



In de weken voor het eerste debat ging het inhoudelijke nieuws vooral over ethische vraagstukken. Gevoed door de benoeming van Palin werd dat een belangrijk thema ("Palin is tegen ruimte voor ijsbeer en homo's," *Trouw*, 30 augustus 2008). En een kleine piek is er te zien in de week voor het eerste debat waarbij naast economische de onderwerpen belastingen en gezondheidszorg een belangrijke rol spelen. Naast de crisis spelen aan het einde van de campagne de belastingen, sociale zekerheid en gezondheid en buitenlandse zaken (oorlog in Irak) een belangrijke rol. Met name in de laatste week van de campagne is er iets meer aandacht voor de andere onderwerpen dan de economische crisis.

Eerder zagen we al dat de gratis dagbladen het minste nieuws over de verkiezingen publiceren en dat zij hierbij wel het meest inhoudelijk waren. Wanneer we kijken naar het aantal onderwerpen dan valt op dat de gratis dagbladen over slechts een klein aantal onderwerpen schrijven. In *de Volkskrant* – de krant die het meeste nieuws publiceert en hierbij aanzienlijk minder inhoudelijk is dan de gratis dagbladen - zien we wel het breedste scala aan onderwerpen terug. Zo besteedt de krant ook aandacht aan het milieu, aan hervormingen op administratief niveau en aan infrastructurele onderwerpen. Onderwerpen die bij de andere dagbladen aanzienlijk minder zijn terug te vinden. Wanneer we kijken naar de verschillen tussen de dagbladen in hun berichtgeving over de vijf belangrijkste onderwerpen, dan is het meest in het oog springende verschil dat in de koppen en leads van *De Telegraaf* niet wordt gesproken over buitenlandse zaken. Dit onderwerp vinden we relatief het meeste terug in *NRC Handelsblad*, terwijl ook in *Trouw* relatief weinig over buitenlands nieuws te lezen is. In *Trouw* en ook in *De Telegraaf* vinden we relatief veel aandacht voor economische onderwerpen en over belastingen. Ethische onderwerpen vinden we relatief veel in *de Volkskrant*, *Algemeen Dagblad* en *Metro*, terwijl gezondheidszorg en sociale zekerheid in *NRC Handelsblad* en *Algemeen Dagblad* relatief de meeste aandacht krijgen (zie figuur 6).

Figuur 6 Verdeling centrale issues per krant



Steun en Kritiek

Het grootste gedeelte van het nieuws is gericht op steun en kritiek. Bijna 60% van het totaal aantal uitspraken gaat over steunbetuigingen danwel kritiek richting de hoofdpersonen in deze campagne, of over andere betrokkenen, zoals maatschappelijke organisaties, burgers of buitenlandse politici. In deze paragraaf gaan we nader in op deze vorm van nieuws. Hierbij richten we ons op de hoofdrolspelers tijdens de campagne: de democraten, de republikeinen, de maatschappelijke actoren en de betrokkenen uit het buitenland (hieronder vallen zowel politici, media als burgers die niet Amerikaans zijn).

Wie heeft er kritiek op wie?

In onderstaande tabel 2 geven we weer wie van de hoofdrolspelers kritiek uit op danwel steun betuigt aan wie. In de kolommen vinden we de hoofdrolspelers die kritiek uiten en in de rijen staan degenen die de kritiek danwel de lof ontvangen.

Tabel 2 Overzicht welke actoren elkaar steunen of bekritisieren

	Democraten		Republikeinen		Maatschappij		Buitenland		Totaal richtin g	
	N	richting	N	richting	N	richting	N	richting	N	richting
Democraten	257	0,61	191	-0,61	318	0,34	128	0,82	894	0,28
Republikeinen	133	-0,62	368	0,35	278	-0,01	54	-0,10	833	0,05
Maatschappij	98	0,61	108	0,43	97	0,23	20	-0,33	323	0,38
Buitenland	15	0,40	11	0,14	13	0,50	14	-0,25	53	0,20
Totaal	503	0,28	678	0,09	706	0,19	216	0,42	2103	0,20

Leesvoorbeeld: de democraten hebben 257 maal iets gezegd over een andere democraat en de richting van die uitspraak was gemiddeld zeer positief, 0.61 op een schaal van -1 (uiterst negatief) tot + 1.0 (uiterst positief).

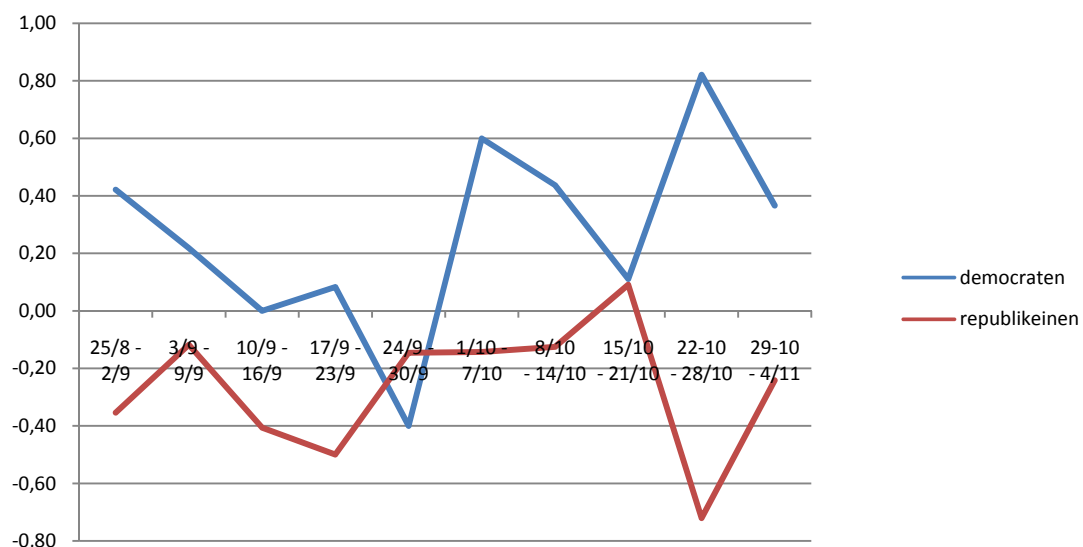
Uit de tabel blijkt duidelijk dat de meeste steun uitgaat naar de democraten. In totaal vinden we 894 uitspraken die gemiddeld redelijk positief van toon zijn (+.28). De Republikeinen krijgen ook veel aandacht (833 uitspraken), maar deze aandacht is

aanzienlijk minder positief, eigenlijk neutraal (+.05) Opvallend is verder vooral dat de maatschappelijke actoren en ook het buitenland veel positiever zijn over de Democraten dan over de Republikeinen. Dit is vooral bij buitenlandse betrokkenen extreem met 128 uitspraken die gemiddeld een richting laten zien van 0,82. Minder dan de helft van dergelijke uitspraken vinden we terug voor de republikeinen waarin bovendien gemiddeld lichte kritiek tot uitdrukking komt (-0,1).

Evaluaties

Een speciale vorm van kritiek zijn de evaluatieve uitspraken. Bij steun en kritiek gaat het om uitspraken in het nieuws waarin bijvoorbeeld staat dat Obama zich niet kan vinden in de standpunten van McCain. Bij evaluaties gaat deze kritiek een stap verder. Er wordt immers een vergelijking getrokken met een 'ideaal'. Het is een moreel geladen uitspraak. Een uitspraak als "Palin te open over Pakistan" (*NRC Handelsblad*, 29 september 2008) is een voorbeeld van een dergelijke uitspraak. Hieronder een overzicht van de evaluatieve uitspraken die voor rekening komen van de krant zelf.

Figuur 7 Positieve en negatieve evaluaties van McCain en Obama door kranten



De figuur laat duidelijk zien wat Jan Tromp in *De Leugen Regeert* van 7 november 2008 ook al zei: "Er was veel meer aandacht voor Obama, maar dat was ook onze darling vanaf het prille begin. We zagen die man en we hielden van die man." De democraten liggen op kop (van de 125 uitspraken gaan er 80 naar Obama) en alleen in de eerste week van oktober zijn de Nederlandse dagbladen negatiever over de democraten dan over de republikeinen. De republikeinen komen zoals gezegd veel negatiever en veel vaker voor in de evaluaties van de dagbladen. In totaal 257 maal, waarbij 96 uitspraken gericht zijn op de McCain en 115 evaluaties op het conto van Sarah Palin kunnen worden geschreven (zie box 1 op de volgende pagina).

Wanneer we kijken naar de dagbladen dan zien we dat alleen in *Trouw* de democraten licht negatief worden geevalueerd (-0,04). In de overige dagbladen worden de democraten licht positief (0,13 in *De Telegraaf*) tot uiterst positief (1,0 in *Spits*) geevalueerd. De republikeinen komen er een stuk minder goed vanaf, met een

gemiddelde evaluatie van -0,29. *De Volkskrant* is het mildst over de Grand Old Party (-0,08) terwijl in *Algemeen Dagblad* en *Spits* de evaluaties gemiddeld het negatiefst zijn (-0,43). Overigens wordt McCain in *Trouw* en de gratis dagbladen wel positief geëvalueerd, maar komt Palin zo negatief in het nieuws, dat het gemiddelde ernstig daalt (zie onderstaande box 1).

Tabel 3 Evaluaties van beide partijen per krant

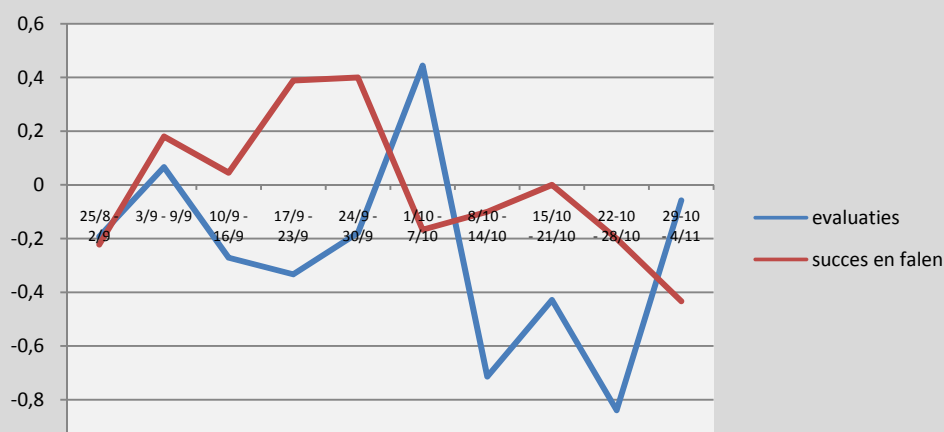
	Democraten		Republikeinen	
	<i>N</i>	<i>richting</i>	<i>N</i>	<i>richting</i>
Volkskrant	45	0,32	50	-0,08
NRC Handelsblad	17	0,56	39	-0,36
Telegraaf	8	0,13	15	-0,23
Trouw	13	-0,04	42	-0,29
Algemeen Dagblad	33	0,41	63	-0,43
Spits	6	1	21	-0,43
Metro	3	0,5	27	-0,15
Totaal	125	0,36	257	-0,29

Box 1. Palin in het nieuws

Palin, ‘van modelpolitica tot miskleun’

“Van modelpolitica tot miskleun”, kopt *Algemeen Dagblad* op 4 september 2008. Jaqueline Nienhuis beschrijft in haar artikel Palin als een “blind date die je na een avondje stappen liever niet terugbelt.”

In onderstaande grafiek komt deze val van Palin ook heel duidelijk naar voren. In het begin krijgt de politica nog lof toegezwaid van de dagbladen zelf, maar al snel wordt dat minder en worden de evaluaties vooral negatief geladen. Waar het gaat om het nieuws over haar succes danwel haar falen zien we in het begin nog een ander beeld. Eerst lijkt ze het niet goed te doen in de peilingen, maar na haar debat met Biden stijgt ze in de peilingen. Deze opleving is echter van korte duur. In oktober stijgt het nieuws over haar falen ver uit boven haar succesverhalen.



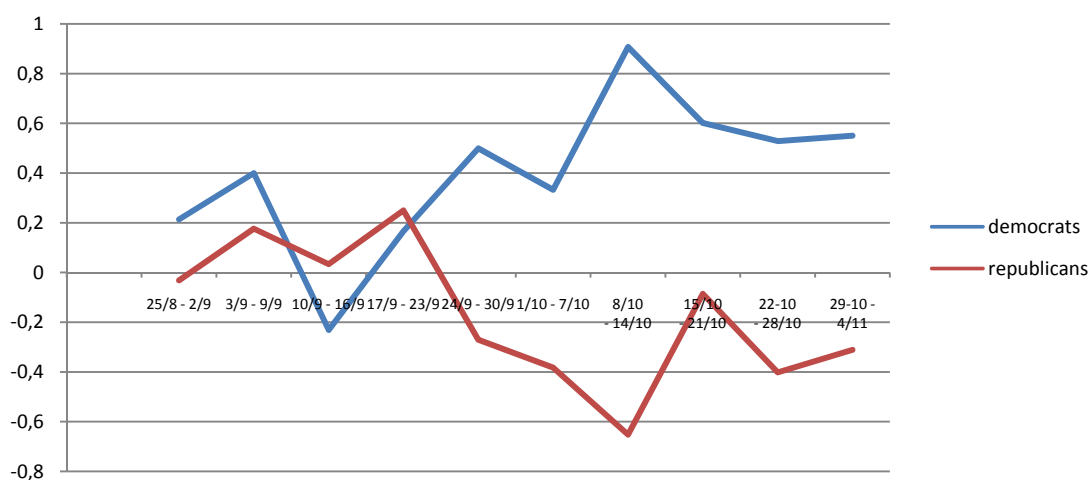
Wedstrijdnieuws

‘Amerika is dol op paardenraces’

(*de Volkskrant*, 25 oktober 2008)

Bij het wedstrijdnieuws gaat het om uitspraken die het succes danwel het falen van de hoofdpersonen in het nieuws beschrijven. Hierbij valt te denken aan de stand van de partijen in de peilingen “Gat wordt steeds groter” (*Metro*, 16 oktober 2008), maar ook aan uitspraken over het gevoerde debat “Eerste ‘winst’ Obama” (*De Telegraaf*, 28 september 2008). Hieronder een overzicht over tijd van het nieuws over het succes en falen van de beide partijen.

Figuur 8 Succes en falen van democraten en republikeinen



In eerste instantie zijn beide partijen volgens de berichtgeving nog licht succesvol. Halverwege september gaat het even beter met de republikeinen dan met de democraten maar na het eerste debat, wanneer ook de economische crisis de berichtgeving gaat beheersen, gaat het met de democraten beter dan met de republikeinen. De laatsten zakken weg in een negatieve sfeer, waarbij er voornamelijk nog maar nieuws over hun falen danwel hun achterstand in de peilingen in de berichtgeving naar voren komt.

Box 2. Inkleuring van het nieuws

Inkleuring van het nieuws

Eerder zagen we dat 282 uitspraken in dit onderzoek buiten beschouwing werden gelaten toen we keken naar inhoudelijk nieuws, steun en kritiek nieuws en wedstrijdnieuws. Het gaat hierbij om uitspraken die de hoofdpersonen tekenen, de labels en eigenschappen die aan hen worden toegekend in het nieuws, zoals *de Volkskrant* kopt op 29 augustus “De politicus die, o ja, zwart is.” In totaal vinden we de meeste labels terug voor Obama, waarbij zijn zwart zijn voornamelijk wordt genoemd (40 maal) gevolgd door de aantijgingen dat hij een ‘terrorist’ is. McCain wordt minder geassocieerd en als het gebeurt gaat het over zijn voorganger Bush (15 maal) over zijn ouderdom (12 maal) of over zijn ervaring (10 maal). Voor Biden vinden we nauwelijks labels en eigenschappen, voor Palin des te meer. Zij wordt voornamelijk met neo-conservatisme (8 maal) en onervarenheid (7 maal) geassocieerd.

In onderstaande tabel staan de verschillen tussen de dagbladen. Het beeld is overal redelijk gelijk. Alleen in *Trouw* gaat het het minst goed met de democraten in de peilingen en lijkt het met de republikeinen minder erg te gaan dan in de andere dagbladen; met uitzondering van *de Volkskrant* die ook nog redelijk aandacht heeft voor succesjes van van de Grand Old Party. Opvallend is overigens wel dat in *de Volkskrant* en *Algemeen Dagblad* meer aandacht is voor de democraten dan voor de republikeinen. In alle andere dagbladen is dat andersom.

Tabel 4 **Wedstrijdnieuws per krant**

	Democraten		Republikeinen	
	<i>N</i>	<i>richting</i>	<i>N</i>	<i>richting</i>
Volkskrant	95	0,61	83	-0,04
NRC Handelsblad	34	0,19	58	-0,33
Telegraaf	33	0,55	44	-0,49
Trouw	39	0,04	89	-0,07
Algemeen Dagblad	63	0,49	102	-0,36
Spits	42	0,48	20	-0,25
Metro	45	0,78	48	-0,19
Totaal	351	0,48	444	-0,23

Conclusies

Was er sprake van een “Obamania” in het nieuws en was er vooral aandacht voor de poppetjes en niet voor de inhoudelijke aspecten van de campagne? Het antwoord op de laatste vraag is ‘ja’. Echter, enige nuancering is hierbij geboden. Het gaat immers om een verkiezing in het buitenland, in een land met een tweepartijstelsel waarbij de keuze sowieso al meer uitgaat naar een persoon die het land kan leiden, dan naar een partij die een coalitie zal aangaan met andere partijen om een regering te vormen. Iets wat in Nederland gebruikelijk is. De “machtigste man van de wereld” moet in staat zijn een land te leiden. Een vereiste waar Philip Kunhardt, hoogleraar geschiedenis aan de Howard Universiteit in Washington, drie eigenschappen aan koppelt: (1) Visie hebben, (2) Pragmatisch zijn en (3) Charisma hebben. In tegenstelling tot wat de Leidse hoogleraar Van Holsteyn beweert in zijn kritiek dat media te veel zijn gericht op het spel en niet op de knikers, heeft de geschiedenis geleerd dat het wel degelijk ook gaat om het spel (en de poppetjes), omdat een president pas succesvol kan zijn als hij het politieke spel (pragmatisme) goed beheerst en een charismatisch leider is, die de partijen en het volk kan verenigen. Van media mag het publiek verwachten dat zij aandacht schenken aan juist die punten die belangrijk zijn voor het kiezen van een leider, zeker wanneer het niet het eigen land betreft. In de opbouw van de vormen van nieuws zagen we heel duidelijk een patroon terugkomen. Na de introductie van de kandidaten, gepaard gaande met veel nieuws over steun en kritiek, zagen we een tijdelijke focus op het inhoudelijke nieuws, de visie die de kandidaten voor ogen staat.

Hierna richt het nieuws zich wederom op het politieke spel met een focus op voornamelijk het wedstrijdelement en de steun en kritiek van andere betrokkenen.

Blijft over de vraag: was er sprake van een Obamania in de Nederlandse dagbladen? Ook deze vraag kan bevestigend worden beantwoorde, zij het met enige nuancering. De dagbladen waren over het algemeen heel positief over Obama. De uitspraken van andere hoofdrolspelers tijdens de campagne waren vooral lovend in de berichtgeving. Daarnaast kwamen de Democraten, met Obama voorop, vooral met succesverhalen in het nieuws. Tenslotte deden de dagbladen zelf ook nog een duid in het zakje. Zij waren over het algemeen (erg) positief in hun oordeel over Obama. Alleen in *Trouw* vonden we nog enige scepcis terug in de berichtgeving, maar de rest van de dagbladen beoordeelden Obama zeer positief. De nuance ligt bij het nieuws over de Republikeinen. Waar sommige dagbladen in hun eigen oordelen nog positief waren over McCain, werd dit gemiddelde danig naar beneden gehaald door de beoordelingen van Palin. Dit was met name te zien in *Trouw* en de gratis dagbladen. Palin werd in het begin nog onthaald als belangrijke troef voor de republikeinen maar al snel werd zij als schlemiel neergezet in de verschillende kranten. Opvallend was ook dat de beoordelingen van Palin getalsmatig de beoordelingen van McCain overtroffen, waardoor het totale plaatje voor de Republikeinen negatief uitkwam. Een zelfde tendens is te zien bij het nieuws over het succes en het falen van de partij en haar individuele leden.

“Obama is blij met media, McCain niet” kopt *Algemeen Dagblad* op 5 november 2008 boven een artikel over de rol van de Amerikaanse media tijdens de verkiezingscampagne. Obama mag ook niet klagen over de Nederlandse dagbladen. Op hun steun kon hij in ieder geval rekenen.