

# Opinie & Analyse

## WELKE POLITICUS KWAM ER HET VAAKST IN DE KRANT?

Sommige politici klagen dat ze geen media-aandacht krijgen, de cijfers bewijzen hun ongelijk. Maar de cijfers tonen volgens een onderzoek van **MARC HOOGHE** en **KNUT DE SWERT** nog iets: dat alle kranten zich heel gewillig hebben laten meeslepen in de mediahype rond de N-VA.

# Bart De Wever alomtegenwoordig



**MARC HOOGHE** en **KNUT DE SWERT**

**Wie?** Politicoloog aan resp. KU Leuven en UA.

**Wat?** De media-aandacht tijdens deze campagne lag anders dan anders.

**Waarom?** De aftredende regering liet het afweten en Bart De Wever maakte handig gebruik van dat vacuüm.

Tijdens verkiezingscampagnes is media-aandacht van levensbelang voor politici. Via de media bereiken ze potentiële kiezers, en proberen ze zichzelf zo goed mogelijk te verkopen. Niets is erger dan doodgezwegen worden. Een verkiezingscampagne leidt dan ook tot de nodige zenuwachtigheid. Jean-Marie Dedecker maakte er zijn beklag over dat hij nauwelijks nog aan bod komt in de media; Alexandra Colen verscheurde 'partijdige' kranten en tijdschriften en ook Filip Dewinter heeft het zonder meer over een mediaboycot. Maar kloppen deze beschuldigingen wel?

In normale tijden hebben de media de neiging de meeste aandacht te besteden aan de regeringspartijen. Zo verzeilen oppositiepartijen vanzelf een beetje in een vergeethoekje, hoe goed het rapport van individuele parlementsleden ook moge zijn in de kranten. Maar tijdens een verkiezingscampagne zien we een ander patroon. Ten eerste wordt er toch niet zoveel meer bestuurd, en ten tweede lopen de media meestal op eieren om het evenwicht te bewaren. Redacties proberen de vinger aan de pols van de campagne te houden, en ze evalueren van dag tot dag de nieuwswaarde van partijen en kandidaten. De gevaren van een dergelijke strategie zijn duidelijk: de kandidaten worden zelf nieuws (in plaats van hun boodschap) en de media reageren voortdurend op elkaars berichtgeving waardoor mediahypes een eigen leven gaan leiden. De centrale vraag is of de media op die manier er in inderdaad in slagen om het publiek te informeren over de boodschap van alle relevante politieke partijen.

Om dat na te gaan, turfden we bij deze campagne alle media-optredens van de partijvoorzitters en de lijsttrekkers sinds het indienen van de lijsten op 18 mei. Die toppolitici kwamen in totaal 6.354 keer aan bod in de vier Vlaamse kranten die we hieronder bespreken. De resultaten zijn misschien niet echt verrassend: de N-VA domineert de berichtgeving bij alle kranten, met 31 procent van de aandacht bij *De Standaard*, tot maar liefst 36 procent bij *Het Laatste Nieuws*. Voor de rest ontlopen de resultaten van de verschillende kranten elkaar niet veel. CD&V krijgt iets meer aandacht bij *De Morgen* en *De Standaard*, terwijl Open VLD het goed doet bij *Het Laatste Nieuws*. Opvallend is dat de progressieve partijen zo goed als afwezig blijven in het stuk. Bij *De Standaard* zijn SP.A en Groen! samen nog goed voor 19 procent, bij *Het Laatste Nieuws* is dat niet meer dan 12 procent. Echt groot of indrukwekkend zijn al die verschillen tussen de kranten echter niet. Het feit dat de cijfers voor de vier kranten zo dicht bij elkaar liggen, wijst er dan ook op dat het hier om een algemene campagnedynamiek gaat, en redacties doen niet veel meer dan die trend volgen. Populaire kranten laten iets extremere cijfers optekenen dan de kwaliteitskranten. Van grote mediacomplotten, zoals Jean-Marie Dedecker poneert, vinden we echter weinig sporen terug.

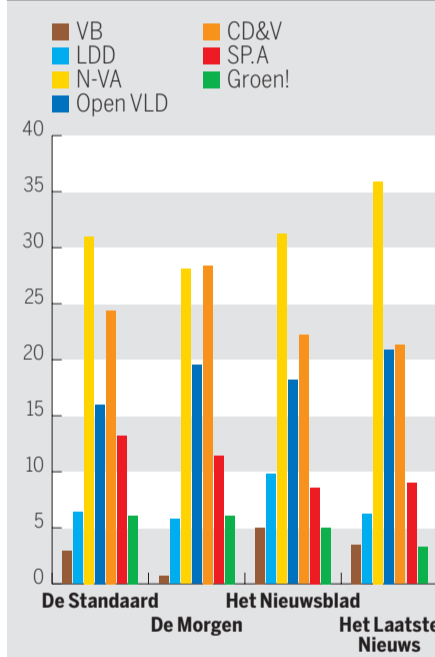
### Boegbeelden

Die enorme score van de N-VA is uiteraard vooral het werk van de voorzitter van die partij: Bart De Wever is in zijn eentje goed voor 20,3 procent van alle vermeldingen van politici in de vier onderzochte kranten, dat is dubbel zoveel als Yves Leterme (CD&V) of Alexander De Croo (Open VLD). Dat enorm hoge aantal heeft er natuurlijk mee te maken dat ook de andere partijen het bijna voortdurend over De Wever hadden. Maar zelfs als we strenger coderen, en de vermeldingen van De Wever door politici van andere partijen, experts, bekende Vlamingen of mensen in de straat eruit laten, haalt hij nog altijd 896 vermeldingen, en blijft de N-VA-voorzitter onbetwist de nummer één.

Dat betekent echter ook dat de N-VA heel erg afhankelijk is van de media-aandacht voor dat ene boegbeeld. Voor elke partij codeerden we zeven lijsttrekkers, eventueel aangevuld met een voorzitter als die zelf geen lijsttrekker is. Bij drie partijen

### Vermeldingen van politici\* in de Vlaamse kranten

19 mei-10 juni



(\*) Beperkt tot lijsttrekkers en partijvoorzitters

Politici	Procent van alle aandacht	Aandeel van de aandacht voor eigen partij
Bart De Wever	20,3	64,9
Yves Leterme	9,4	38,3
Alexander De Croo	9,3	49,6
Marianne Thyssen	7,9	32,4
Geert Bourgeois	5,1	16,1
Jean-Marie Dedecker	4,7	68,3
Siegfried Bracke	4,2	13,4
Caroline Gennez	3,5	33,0
Johan Vande Lanotte	3,2	29,6
Pieter De Crem	3,2	13,0
Annemie Turtelboom	2,7	14,3
Steven Vanackere	2,1	8,8
Guy Vanhengel	2,1	11,4
Vincent Van Quickenborne	2,0	10,4
Wouter Van Besien	1,8	34,0
Filip Dewinter	1,5	52,8

DS-Infografiek | Bron: De Swert/Hooghe 2010

## De media reageren voortdurend op elkaars berichtgeving waardoor mediahypes een eigen leven gaan leiden

trekt één boegbeeld meer dan de helft van de aandacht naar zich toe: bij LDD, N-VA en Vlaams Belang. Bij de N-VA zijn twee derde van alle mediavermeldingen gericht op de voorzitter, en dat is bijna evenveel als bij LDD. Opvallend bij de N-VA is verder dat Siegfried Bracke vaak aan bod komt bij de kwaliteitskranten, maar veel minder aandacht krijgt bij *Het Nieuwsblad* en *Het Laatste Nieuws*.

Ook het Vlaams Belang heeft een soortgelijk probleem: er gaat heel veel aandacht

naar Filip De Winter, en enkel *De Standaard* en *De Morgen* vermelden ook nog af en toe voorzitter Valkeniers. Opmerkelijk is dat het Vlaams Belang maar liefst vier lijsttrekkers heeft (in Limburg, West-Vlaanderen, Leuven en Brussel) die volstrekt onzichtbaar gebleven zijn tijdens de campagne.

Tegenover deze groep van partijen waarbij de aandacht heel sterk op één kopstuk is gericht, staan er drie andere partijen waar de media-aandacht veel meer verdeeld