



Spicing Up Politics: How Soft News and Infotainment Form Political Attitudes
M. Boukes

Spicing Up Politics: *How Soft News and Infotainment Form Political Attitudes*

Academisch proefschrift ter verkrijging van de graad van doctor aan de Universiteit van Amsterdam in het openbaar te verdedigen in de Agnietenkapel op donderdag 22 januari 2015, te 10:00 uur

Door Mark Boukes

Nederlandse samenvatting

Televisie is nog steeds verreweg de belangrijkste bron van nieuws voor de meeste burgers. Hoe de berichtgeving over politieke onderwerpen er op televisie uitziet is daarom van groot belang voor de manier waarop de democratie functioneert. Door het grote media-aanbod van tegenwoordig zijn veel minder mensen de traditionele nieuwsmedia (kranten en televisiejournals) gaan volgen. Daarentegen zijn er entertainende alternatieven in opmars. Denk bijvoorbeeld aan “soft news” verslaggeving die zich vooral richt op persoonlijke verhalen achter het nieuws (bijv. *Hart van Nederland* of *EditieNL*) of opiniërend nieuws dat nadrukkelijk de mening van de journalist naar voren schuift (bijv. *PomNews*). Niet alleen zijn er meer van zulke soorten “soft news” bijgekomen; entertainmentprogramma’s zijn zich tegelijkertijd namelijk in toenemende mate gaan richten op politieke zaken. Dit wordt infotainment genoemd. Als gevolg kunnen burgers nu ook met de politiek in aanraking komen zonder daadwerkelijk de serieuze nieuwsmedia te volgen.

Vaak wordt verondersteld dat deze vermakelijke manieren waarop media met de politiek omgaan de kwaliteit van het democratische proces in gevaar brengen. Een dergelijke veronderstelling ziet echter over het hoofd dat de traditionele manier waarop de media verslag doen van de politiek – serieus, feitelijk, en rationeel – ook verre van perfect is als je het beschouwt vanuit democratische idealen. Er is namelijk altijd een gebrek geweest aan kennis over en betrokkenheid bij de politiek onder het brede publiek. Dit was ook het geval toen de serieuze nieuwsmedia nog een monopolie hadden op de politieke berichtgeving.

Wanneer we streven naar een democratie waarin niet alleen de elite meedoet aan de politiek zal het mogelijk moeten zijn om op andere manieren deel te nemen aan het publieke debat dan alleen op een rationele en onpersoonlijke wijze. Deze traditionele manier van communiceren sluit alleen aan op de kennis en capaciteiten van een relatief kleine groep burgers en laat veel mensen onbewogen. Voor een bredere betrokkenheid bij de politiek moet het daarom mogelijk zijn om te communiceren in de stijl en over de onderwerpen die aansluiten bij de belevingswereld van het grote publiek. “Soft news” en infotainment nieuwsverslaggeving kan goed op dit ideaal aansluiten, omdat dit abstracte politieke onderwerpen relevant kan maken voor een breder en aanvankelijk ongeïnteresseerd publiek. Zo kan entertainment dus een democratiserende rol spelen in de maatschappij.

Om de bijdrage van “soft news” en infotainment aan de democratie te bestuderen wordt in deze dissertatie onderzocht of en hoe deze soorten van nieuws de vorming van de publieke opinie beïnvloeden. Daartoe wordt onderzocht welke effecten de drie meest prominente vormen van entertainment-georiënteerde nieuwsvormen hebben op politieke attitudes: (1) nieuws dat op een human-interest manier wordt geframed, (2) opiniërend nieuws dat expliciet de mening van de journalist naar voren brengt, en (3) satire als het meest opvallende voorbeeld van entertainmentprogramma’s waarin politieke onderwerpen aan bod komen. Op deze manier worden zowel de entertainisering van politieke nieuwsverslaggeving als

de toenemende aandacht voor politieke zaken van entertainmentprogramma's meegenomen in de onderzoeksopzet van de dissertatie.

Om te onderzoeken hoe deze nieuwsgenres de vorming van politieke attitudes beïnvloeden zijn drie experimenten uitgevoerd. Experimenteel onderzoek is de methode waarmee media-effecten het beste te bestuderen zijn, omdat met experimenten door willekeurige toewijzing aan condities goed gecontroleerd kan worden aan welke media-inhoud mensen zijn blootgesteld en de invloed van bestaande meningen grotendeels kan worden uitgesloten. Voor de studies van dit proefschrift zijn nauwkeurig bepaalde aspecten van nieuwsverslaggeving gemanipuleerd die kenmerkend zijn voor "soft news" en infotainment. Vervolgens werd vastgesteld hoe mensen reageerden op nieuws met deze kenmerken en nieuws zonder deze kenmerken (regulier nieuws). De video's waaraan mensen werden blootgesteld zijn vervaardigd met de hulp van een professionele journalist en, voor het laatste experiment, met de maker van de populaire *LuckyTV*-filmpjes Sander van de Pavert.

Het eerste onderzoek focust zich op de vraag hoe human-interest-geframed nieuws in het *NOS Journaal* de politieke attitudes van kijkers beïnvloedt. Een nieuwsitem met een human-interest-frame legt een (politiek) onderwerp met de hulp van een concreet voorbeeld van één of meerdere personen die persoonlijk betrokken zijn bij dit onderwerp. Op deze manier kunnen "harde" politieke onderwerpen "verzacht" worden, zodat mensen zich kunnen identificeren met de personen in het item. Als gevolg daarvan zullen deze abstracte onderwerpen relevanter lijken voor het publiek en gemakkelijker te begrijpen zijn.

Deze studie naar human-interest-framing heeft aangetoond dat zulk gepersonaliseerd nieuws ervoor zorgt dat kijkers meer verantwoording voor politieke problemen aan de regering toewijzen dan aan de getroffen personen. De proefpersonen die een negatieve reactie van een moeder zagen in een nieuwsitem over het voorgenomen plan van de regering om de vergoeding van ADHD-medicijnen te korten hadden sterker de gedachte dat door ADHD veroorzaakte problemen de verantwoordelijkheid zijn van de regering dan van de betrokken individuen. Proefpersonen die een ongepersonaliseerd, regulier nieuwsitem zagen met daarin een vergelijkbare negatieve reactie van een politicus in plaats van de moeder beschouwden de overheid relatief minder verantwoordelijk voor deze problemen. Hoe mensen de verantwoordelijkheid voor dit probleem toekenden had vervolgens weer een sterke invloed op hoezeer mensen het bezuinigingsplan van de regering steunden of afkeurden.

Het tweede experiment onderzocht hoe opiniërende nieuwsverslaggeving (*PowNews*) de politieke attitudes van mensen beïnvloedt. Opiniërend nieuws wijkt af van traditioneel nieuws, nog veel meer dan human-interest-geframed nieuws, door zich niet te houden aan journalistieke principes als objectiviteit, accuraatheid, en hoor en wederhoor. Hoewel zulke media zichzelf doorgaans graag betitelen als "nieuws" (denk aan *FoxNews* of *PowNews*) wordt in deze dissertatie beargumenteerd dat deze vorm van journalistiek beter begrepen kan worden als een vorm van politieke entertainment.

Het experiment toonde aan dat kijkers meegaan met de (positieve) mening van de *PowNews*-journalist over de verbreding van snelweg A27 door een "invloed van een veronderstelde invloed." Dit betekent dat proefpersonen na het zien van het opiniërende nieuwsitem dachten dat andere mensen hierdoor positief beïnvloed zouden worden en vervolgens de neiging hadden om de mening van deze mensen te volgen. Echter wekte de subjectiviteit van het nieuwsitem bij veel proefpersonen zoveel wrevel dat hun attitude tegelijkertijd ook negatief beïnvloed werd. Dit was voornamelijk het geval met mensen die een linkse politieke voorkeur hebben en daarom waarschijnlijk een slechte impressie hadden van *PowNews*.

of het gewoon oneens waren met dit specifieke item. De attitude van deze groep mensen werd door de gelijktijdige positieve en negatieve invloed gemiddeld genomen niet beïnvloed.

Het derde en laatste experiment illustreert hoe politieke satire (*LuckyTV*) de attitude van kijkers kan beïnvloeden. Vergeleken met de andere twee onderzochte nieuwsgenres wijkt satire het meeste af van traditionele nieuwsverslaggeving. De makers ervan zijn het hiermee meestal volkomen eens en ontkennen vaak enige invloed te (willen) hebben op het politieke proces. Toch vindt deze studie dat satire wel degelijk een invloed kan hebben op de politieke attitudes van vooral jongere mensen als je het vergelijkt met regulier nieuws.

Omdat satire, net zoals veel andere vormen van entertainment, de kijker opzuigt in het verhaal heeft het publiek een verminderd kritische vermogen om de boodschap van het item te weerspreken. Vergeleken met traditionele nieuwsverslaggeving lijkt dit vooral het geval onder jongeren (<30 jaar). Ouderen daarentegen leken juist meer op te gaan in de traditionele vorm van nieuwsverslaggeving en werden dus minder beïnvloed door de satire. Net als in de studie met opiniërend nieuws werd hier echter ook een tegenwerkende invloed gevonden. Naarmate mensen de satire grappiger vonden bleken zij de boodschap minder serieus te nemen en werden hun attitudes minder sterk of helemaal niet beïnvloed. Niet alle mensen vonden de satire echter grappig. Proefpersonen die het qua inhoudelijke boodschap oneens waren met het *LuckyTV*-filmpje (er moet niet bezuinigd worden op de publieke omroep) en van tevoren een artikel hadden gelezen over dit onderwerp waren zich waarschijnlijk bewust van dit verschil van inzicht en vonden het filmpje daarom niet leuk.

Op basis van deze drie studies lijkt de conclusie gerechtvaardigd dat “soft news” en infotainment geen schade toebrengen aan het functioneren van de democratie, maar burgers juist de mogelijkheid bieden om politieke attitudes te ontwikkelen. Door politieke onderwerpen te personaliseren, nieuws vergezeld te laten gaan van de opinie van de journalist, of door een satirische laag over het nieuws aan te brengen wordt de politiek aantrekkelijker om te volgen voor mensen die zich normaliter niet betrokken voelen bij de politiek. De drie experimenten vonden verschillende mechanismen die impliceren dat burgers na het zien van vermakelijke vormen van politieke verslaggeving daadwerkelijk politieke attitudes (verder) ontwikkelen.

In de huidige tijd waarin mensen minder dagbladen lezen en minder vaak naar televisiejournals kijken kunnen de onderzochte alternatieven voor de serieuze nieuwsmedia mogelijke “afvalligen” betrokken houden bij de democratie en hen toch enigszins politieke attitudes laten vormen. Dit zal een concrete bijdrage leveren aan het functioneren van de democratie, want dit politieke systeem werkt beter naarmate meer burgers de politiek volgen en daardoor politieke attitudes hebben, zodat zij zich kunnen mengen in discussies over de politiek en hun voorkeuren kunnen uiten.