

# *U kent ze vast wel*

Gepersonaliseerd schrijven over politiek in de Nederlandse dagbladen.

**Bachelor onderzoek – Deel A**

**9 juni 2008**

*Tomas Zwinkels  
Carolina Macgillavrylaan, 800  
1098 XC, Amsterdam  
tel. +31(0) 642205920  
Tomas.Zwinkels@student.UvA.NL*

## ***Inhoudsopgave***

<i>Inleiding</i> .....	3
<i>Methode en Materiaal</i> .....	4
<i>Operationalisering</i> .....	5
<i>Automap: Tellen van frequentie lijsttrekkers en partijnamen</i> .....	6
<i>Analyse</i> .....	7
<i>Resultaten</i> .....	8
<i>Resultaten verschilanalyse LT en PN</i> .....	8
<i>Lijsttrekkers &amp; Partijnamen</i> .....	9
<i>Discussie</i> .....	11
<i>Literatuur</i> .....	12
<hr/>	
<i>Bijlage 1: Verschil tussen kranten</i> .....	13
<i>Bijlage 2: Variatie in artikellengtes</i> .....	15
<i>Bijlage 3: Verschil tussen kranten rekening houdend met artikellengtes</i> .....	18
<i>Bijlage 4: Impliciteringseffect</i> .....	21
<i>Bijlage 5: Relatie tussen noemen partijnamen en lijsttrekkers op artikelniveau</i> .....	23
<i>Bijlage 6: Controle en nuances: krantniveau en constant houden van artikellengtes</i> .....	24

## Inleiding

In dit paper wordt verslag gedaan van een 'content analyse'<sup>1</sup> van artikelen die betrekking hebben op de Tweede Kamer verkiezingen van 1998, 2002 en 2006. Deze analyse is uitgevoerd om inzicht te krijgen in de eventuele invloed van het verkiezingsjaar 2002 op een 'gepersonaliseerde politieke schrijfstijl' in Nederlandse dagbladen.

De verkiezingsmaanden eind 2002 hebben volgens enkele politicologen tot een omslag in electorale stijl geleid (Van Praag, 2003). Deze periode is bekend geworden als het 'omslagmoment Fortuyn'. Nadat Wim Kok in september 2001 zijn vertrek als premier aankondigde, daalde de publieke steun voor het Paarse kabinet sterk<sup>2</sup> (TNS NIPO 2001). De regerende partijen waren in de ogen van veel stemmers niet meer van elkaar te onderscheiden, wat bij veel kiezers het gevoel op riep niet meer vertegenwoordigd te worden (Pennings & Keman, 2002). De reactie op deze onvrede kwam allereerst in de vorm van de partij Leefbaar Nederland en vervolgens in de vorm van 'de persoon Fortuyn' (Van Praag, 2003). Pim Fortuyn is sindsdien symbool geworden voor een nieuwe politieke stijl. Van Aelst zegt hierover: *"Mensen kiezen steeds meer voor mensen. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de politiek steeds meer wordt opgehangen aan individuele politici en dat hun imago en hun persoonlijke kwaliteiten steeds belangrijker worden. Het recent succes van de vermoorde Nederlandse politicus Pim Fortuyn mag hiervan als een schoolvoorbeeld worden beschouwd maar zeker niet als uitzondering"*. (Van Aelst, 2002, 1)

Pim Fortuyn is symbool geworden van de 'gepersonaliseerde' politieke stijl. Kern van deze stijl is het 'denken in mensen' in plaats van 'denken in partijen' (Van Aelst, 2002). Deze these wordt veelal gegrond in het werk van politicologen zoals Dalton en Wattenberg. In 'Parties Without Partisans' (Dalton & Wattenberg, 2000) zetten zij uiteen dat er sprake is van een sterke terugloop in de 'identificatie factor' tussen partijen en individuen. Zij stellen dat er tijdens de tweede helft van de 21<sup>e</sup> eeuw sprake is van een terugloop in de affectieve bindingen tussen individu en partij (om in termen van de Amsterdamse school te spreken). Personalisering wordt door deze denkers verklaard als een poging van politieke partijen om de *traditionele* (ideologische) affectieve bindingen te vervangen door een *persoonlijke* affectieve binding tussen kiezer en 'politiek persoon' (bijvoorbeeld de lijsttrekker).

Hieronder wordt verslag gedaan van een empirische toetsing van deze 'personaliseringsthesen'.

In dit paper treft u de kernanalyse van een gedetailleerd onderzoek aan. De meer gedetailleerde analyses zijn opgenomen in de uitvoerige bijlagen.

---

<sup>1</sup> Bij content analyse worden documenten en teksten geanalyseerd met gebruik van kwantitatieve methodes waarin de inhoud wordt weergegeven op basis van vooraf vastgestelde categorieën op een systematische en reproduceerbare manier (Bryman, 2004; p. 181).

<sup>2</sup> In april 2001 gaven stemmers premier Kok en zijn kabinet een 7 (op een schaal van 10), in februari 2002 scoorde het kabinet een 5,3 op dezelfde schaal. (TNS Nipo, 2001, in van Praag, 2003)

## Methode & Materiaal

Om antwoord te krijgen op dit vraagstuk heb ik in totaal, verspreid over vier verschillende dagbladen, 1241 krantenartikelen verzameld. De krantenartikelen zijn verzameld via Lexis Nexis<sup>3</sup> (voormalige krantenbank).

De geanalyseerde artikelen zijn geselecteerd omdat zij betrekking hadden op de Tweede Kamer verkiezingen van het desbetreffende jaar. De krantendatabase (Lexis Nexis) is opdracht gegeven te komen met een lijst waarin zowel de woorden 'verkiezingen' als 'Tweede Kamer' voorkwamen. Dit laatste om te voorkomen dat ook artikelen over de 'geelste kanarie van 1998' verkiezingen in de resultaten werden meegenomen. Het bleek dat het weglaten van 'Tweede Kamer' in de zoekopdracht inderdaad tot gevolg had dat er teveel artikelen die geen betrekking hadden op de Nederlandse parlementsverkiezingen in de dataset werden opgenomen. Als gevolg van deze keuze zijn waarschijnlijk wel enkele artikelen die betrekking hadden op de parlementsverkiezingen gemist. Ik neem aan dat dit effect over de verschillende geanalyseerde jaren min of meer stabiel is en daarmee geen relevant effect heeft op de resultaten. Naar deze artikelen, die met bovenstaande zoekopdracht verkregen zijn, zal in de rest van dit stuk verwezen worden als de 'verkiezingsartikelen'.

Aangezien mijn interesse uitgaat naar de verkiezingen *voor* en *na* 'het omslag moment Fortuyn' zijn er voor de verkiezingen in 1998, in 2002 en in 2006 verkiezingsartikelen verzameld. De geselecteerde artikelen zijn allemaal geschreven in de 3 maanden voorafgaand aan de Nederlandse Tweede Kamer verkiezingen van het vermelde jaar. De keuze voor deze periode was enerzijds praktisch gemotiveerd; in deze periode zal er naar verwachting meer over de verkiezingen en dus over partijen en lijsttrekkers geschreven worden. Anderzijds was er ook een theoretische motivatie: als burgers en journalisten meer in personen dan in partijen gaan denken, dan is dat vooral in electoraal opzicht van belang. De drie maanden voor de verkiezing zijn belangrijk omdat in deze periode 'de stemmen gewonnen worden'.

De specifieke dagbladen zijn geselecteerd omdat van de artikelen in deze dagbladen digitale versies beschikbaar waren. De totale dagelijkse oplagen van deze dagbladen betreft ongeveer 1.133.000 kranten<sup>4</sup>. De opbouw van de verzamelde data is hieronder weergegeven in tabel 1.

	Verkiezingen 1998 <i>06 feb 1998 t/m 06 mei 1998</i>	Verkiezingen 2002 <i>16 feb 2002 / 15-mei 2002</i>	Verkiezingen 2006 <i>22 aug 2006 t/m 22 nov 2006</i>	$\Sigma$
<b>De Volkskrant</b>	79	111	126	316
<b>Het Parool</b>	70	154	83	307
<b>De Telegraaf</b>	n.b.	48	43	91
<b>NRC</b>	151	186	190	527
$\Sigma$	300	499	442	<b>1241</b>

Tabel 1 | De verdeling van geanalyseerde kranten artikelen over de tijd en over de verschillende dagbladen.

Van de Telegraaf waren in 1998 geen digitale artikelen beschikbaar.

<sup>3</sup> <http://www.lexisnexis.nl/home>

<sup>4</sup> Telegraaf: 621.630, de Volkskrant: 241.897, Het Parool: 62.533, NRC 206940. Totale oplage = 1.133.000 (<http://www.persmediamonitor.nl> [maandag 12 mei 2008] cijfers voor derde kwartaal 2006)

Aangezien de verzamelde data een volledige populatie betreft (en dus geen steekproef is) zullen in dit paper geen significantieanalyses worden uitgevoerd. Alle gevonden verschillen betreffen immers populatieverschillen.

## Operationalisering

### Van denken naar schrijven... en terug

De personaliseringstheorie stelt dat burgers zijn gaan 'denken in mensen' in plaats van 'in partijen'. Het betreft in die zin een cognitieve claim (mensen 'zijn gaan denken in'). Aangezien hoe mensen denken helaas niet direct is te onderzoeken (in ieder geval niet door sociologen en ook (nog) niet door psychologen), zullen we ons moeten richten op een indirecte meting om iets te kunnen zeggen over deze claim. In de onderstaande analyse is er voor gekozen om een verandering in denken te meten door de inhoud van krantenartikelen te analyseren. Ik wil de open deuren die bij deze operationalisering horen graag even expliciet intrappen. De relatie tussen deze operationalisering en wat we willen meten is daarom hieronder weergegeven in illustratie 1.

In illustratie 1 is de tweeledige connectie tussen het 'over politiek denken in termen van mensen in plaats van in partijen' met de inhoud van krantenartikelen uiteengezet. De onderste helft illustreert de aanname dat hetgeen journalisten schrijven, in ieder geval in enige mate, te zien is als een reflectie van wat zij denken. Aangezien journalisten zelf ook deel uitmaken van de burgerbevolking, kunnen we een toename van gepersonaliseerd schrijven door journalisten zien als een indicatie voor een toename in gepersonaliseerd denken in zijn algemeen.



Illustratie 1 | De relatie tussen denken over politiek en de inhoud van kranten artikelen.

De tweede connectie is de onmiskenbare relatie tussen 'wat mensen lezen' en 'wat mensen denken'. De exacte invloed is een eeuwig onderwerp van debat, maar dat er enige invloed is kan als min of meer onbetwist beschouwd worden. Als er dus sprake is van een meer gepersonaliseerd *schrijven* over politiek, dan is het niet onwaarschijnlijk dat er ook sprake is van een meer gepersonaliseerd denken over politiek. Het tegendeel is bovendien ook lastig te claimen.

### Lijsttrekkers (LT) & Partijnamen (PN)

Om antwoord te krijgen op de vraag of mensen meer in termen van personen over politiek zijn gaan denken, ga ik dus de inhoud van krantenartikelen analyseren. Mijn specifieke interesse gaat uit naar in hoeverre een verkiezingsartikel 'gepersonaliseerd' is geschreven. Het uitgangspunt bij de volgende stap van de gehanteerde operationalisering is dat het 'gepersonaliseerde karakter' van een artikel is te meten, door te tellen hoe vaak de naam van een lijsttrekker en/of een partijnaam er in voorkomt. Als het aantal concepten dat een naam van lijsttrekker betreft in artikel A hoger is dan in artikel B en het aantal vermeldingen van de partijnamen lager is, dan zeggen we dat artikel A sterker gepersonaliseerd is dan artikel B. De fictieve citaten op de volgende pagina illustreren dit.

**Partij gericht citaat:** “*“Het moet maar eens afgelopen zijn met de files” aldus de PvdA, de fractie heeft een initiatiefvoorstel ingediend om wegverbredingsprojecten te versnellen door de juridische invloed van milieugroeperingen op de besluitvorming bij infrastructurele projecten wettelijk in te perken”*

**Gepersonaliseerd citaat:** “*“Het moet maar eens afgelopen zijn met de files” aldus Wouter Bos, Bos heeft een initiatief voorstel ingediend om wegverbredingsprojecten te versnellen door de juridische invloed van milieugroeperingen op de besluitvorming bij infrastructurele projecten in te perken”*

Als we in het eerste citaat het aantal vermeldingen van partijnamen gaan tellen dan scoort dit ‘1’. Het aantal lijsttrekkers scoort ‘0’. In het tweede artikel scoort partijnaam ‘0’ en lijsttrekkers ‘2’. Citaat 2 is, volgens de gehanteerde telling, dus meer gepersonaliseerd geschreven dan citaat 1. Als de personaliseringstheorie klopt dan is het waarschijnlijk dat er een toename te zien is in het aantal artikelen dat in de tweede vorm is geschreven. In de bespreking van de analyse zal verwezen worden naar deze twee variabelen als LT (Frequentie vermelding lijsttrekkers per artikel) en PN (Frequentie vermelding partijnaam per artikel).

### **Woord & concept**

In overeenstemming met Carley (Carley, 1993) bedoel ik in dit paper met een concept een opzichzelfstaand idee of een ‘te onderscheiden object’. Dit hoeft niet per definitie één woord te zijn. Voorbeelden van concepten zijn ‘partijnaam’ of ‘Wouter Bos’ of ‘juridische invloed bij infrastructurele projecten’. Als in dit paper dus verwezen wordt naar woorden, dan worden hiermee ook woorden bedoeld die geen concept zijn. Het betreft dus alle woorden die in de verkiezingsartikelen voorkomen (dus ook ‘de’, ‘het’, ‘waarbij’ enz.)

### **Automap: Tellen van frequentie lijsttrekkers en partijnamen**

Van alle geselecteerde artikelen is geteld hoe vaak de naam van een lijsttrekker en/of partijnaam in dit artikel voorkomt. Hiervoor is gebruik gemaakt van het door het CASOS<sup>5</sup> ontwikkelde tekstanalyseprogramma ‘Automap’(Carley et al, 2007). Automap heeft de opdracht gekregen, gebruik makend van een ‘generalisation thesaurus’, per artikel weer te geven hoe vaak de naam van een lijsttrekker en de naam van een partij in dat betreffende artikel voorkwam. Deze door mij opgestelde thesaurus bevatte een lijst met alle lijsttrekkers<sup>6</sup> en partijnamen en de opdracht om een vermelding van de naam van een lijsttrekker te ‘generaliseren’ naar het concept ‘lijsttrekker’ en de vermelding van een partijnaam naar het concept ‘partijnaam’. Generaliseren betekent in deze context simpelweg dat de concepten vervangen worden. Na deze abstractiestap zouden bovenstaande citaten er als volgt uitzien:

**Partij gericht artikel:** “*“Het moet maar eens afgelopen zijn met de files” aldus de PARTIJNAAM, de fractie heeft een initiatiefvoorstel ingediend om wegverbredingsprojecten te versnellen door de juridische invloed van milieugroeperingen op de besluitvorming bij infrastructurele projecten wettelijk in te perken”*

<sup>5</sup> Center for Computational Analysis of Social and Organizational Systems - <http://www.casos.cs.cmu.edu/>

<sup>6</sup> Hierbij is ‘gecodeerd’ voor zowel voor en achternamen gecombineerd als de achternaam los: Dus zowel ‘Jan Peter Balkenende’ als ‘Balkenende’. Er is dus expliciet niet voor voornamen gecodeerd, de keuze hiervoor was volledig op praktische gronden: voornamen worden met grote regelmaat ook voor andere personen gebruikt. Het gecodeerde woord verwijst dan bijvoorbeeld niet naar het concept van een lijsttrekker maar naar een willekeurig ander individu wat ook Jan Peter heet. Dit betekent dus ook dat in 2002 verwijzingen naar ‘onze Pim’ en dergelijke niet zijn meegeteld.

**Gepersonaliseerd artikel:** “ “Het moet maar eens afgelopen zijn met de files” aldus LIJSTREKKER, LIJSTREKKER heeft een initiatief voorstel ingediend om wegverbredingsprojecten te versnellen door de juridische invloed van milieugroeperingen op de besluitvorming bij infrastructurele projecten in te perken”

Het eindproduct van deze analyse was een datamatrix met op de kolommen het Artikel\_ID, de frequentie van de vermelding van lijsttrekkers (LT), de frequentie van vermelding van partijnamen (PN) en het aantal woorden in het betreffende artikel. Op de rijen stonden de verschillende verkiezingsartikelen. Deze datamatrix is vervolgens, samen met algemene karakteristieken per artikel (datum, naam van krant) geanalyseerd.

## Analyse

### Verschil LT en PN is gepersonaliseerdheid

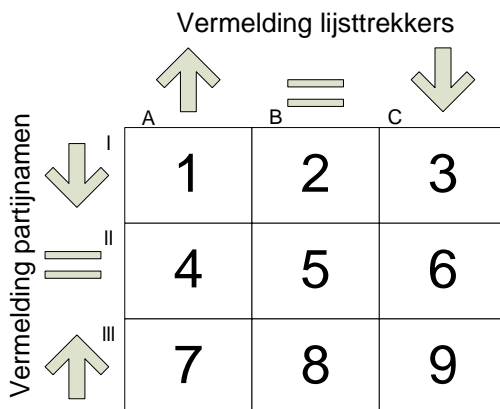
De personaliseringstheorie stelt dat iemand over politiek denkt in mensen in plaats van in partijen. Als deze definitie strikt gehanteerd wordt dan kunnen we spreken over een ‘gepersonaliseerd artikel’ wanneer in dit artikel de naam van een lijsttrekker vaker voorkomt dan de naam van een partij. Omdat we echter ook geïnteresseerd zijn in het formaat van dit verschil kan de ‘gepersonaliseerdheid’ van een verkiezingsartikel het beste worden uitgedrukt in het verschil tussen deze twee variabelen<sup>7</sup>. Als vervolgens per jaar deze verschilanalyse wordt uitgevoerd en de resultaten hiervan onderling worden vergeleken, dan kunnen er uitspraken gedaan worden over een toe- en/of afnamen qua personalisering. In het begin van de resultatensectie staan de uitkomsten van deze analyse.

### Meer gedetailleerde vergelijking

De hierboven uiteengezette analyse zal informatie opleveren over de trends qua gepersonaliseerdheid van verkiezingsartikelen tussen 1998 en 2006. Echter, omdat er een verschil wordt berekend is het nog niet bekend waardoor deze trends worden veroorzaakt. Neemt bijvoorbeeld het aantal genoemde lijsttrekkers toe, of neemt het noemen van partijnamen af? Om antwoord te krijgen op deze vragen worden deze twee variabelen in het tweede deel van de resultatensectie verder met elkaar vergeleken. Dit gebeurt voor de drie verschillende tijdstipmomenten onderling (1998,2002 en 2006).

### Trendmatrix

Zowel het gebruik van de naam van lijsttrekkers als het gebruik van de namen van partijen kunnen, ten opzichte van het tijdstipmoment waar ze mee vergeleken worden, gedaald, gestegen, of gelijk gebleven zijn. Als we deze situaties in een matrix zetten krijgen we voor iedere vergelijking een ‘trendmatrix’ waarin 9 mogelijke trends worden weergegeven (zie illustratie 2).



Aangezien de personaliseringstheorie stelt dat mensen gaan denken in personen in plaats van in partijen zou trend 1 (de vermelding van het aantal lijsttrekkers stijgt en de vermelding van de partijnamen daalt) de sterkste ondersteuning van de personaliseringstheorie vormen. Als de trends in de kolommen B en C zich voordoen dan wordt de personaliseringstheorie hierdoor

Illustratie 2 | Trendmatrix.

<sup>7</sup> Het berekenen van het verschil acht ik omdat het intuïtief inzichtelijker is in dit geval informatiever dan het berekenen van een ratio.

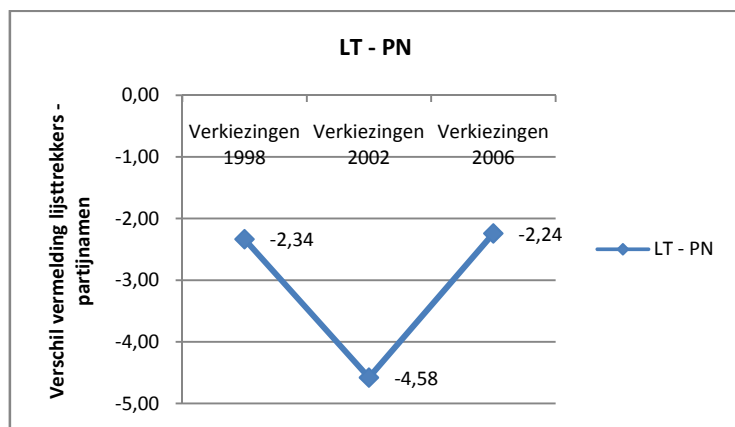
ontkracht. Overigens zou het (in het geval van trend 3) ook nog mogelijk zijn dat de vermelding van partijnamen sterker daalt dan de vermelding van de namen van lijsttrekkers. Dan zal er sprake zijn van een relatieve toename in het gebruik van de namen van lijsttrekkers ten opzichte van de namen van partijen, maar is er sprake van een afname over het geheel.

Trends 4 en 7 zouden een gedeeltelijke ondersteuning van de personaliseringsthese geven. In dit geval wordt echter slechts een deel van de hypothese ondersteund. Immers, het aantal vermeldingen van de namen van lijsttrekkers neemt wel toe, maar dit gaat in dit geval niet 'ten koste' van het aantal vermeldingen van de namen van partijen. De resultaten van het zojuist beschreven onderzoek zijn het onderwerp van het volgende hoofdstuk.

## Resultaten

In het eerste deel van deze resultatensectie wordt het verschil tussen het aantal vermeldingen van lijsttrekkers en partijnamen geanalyseerd, in het tweede deel worden de trends voor deze twee variabelen afzonderlijk bekeken. Tevens is een groot aantal controles en extra analyses uitgevoerd op de onderstaande resultaten. Deze zijn opgenomen in bijlagen 1 t/m 8. Hiernaar zal in de voetnoten verwezen worden.

### Resultaten verschilanalyse LT en PN



**Grafiek 1 | Trends in het verschil tussen de vermelding van lijsttrekkers en partijnamen.** Aan het negatieve teken (-) is te zien dat in ieder jaar gemiddeld genomen de namen van partijen vaker voorkomen in verkiezingsartikelen dan de namen van lijsttrekkers. In 2002 is dit effect nog sterker en komen per artikel de namen van partijen gemiddeld 4,6 keer vaker voor dan de namen van lijsttrekkers.

verkiezingsartikelen voorkomen dan de namen van lijsttrekkers. Overigens laat een verdere analyse zien dat in totaal bij slechts 261 (van de 1241) verkiezingsartikelen de namen van lijsttrekkers vaker voorkomen dan die van partijen.

Op basis van bovenstaande operationalisering is er weinig bewijs voor een personaliseringstrend tussen 1998 en 2006 (het verschil is 'slechts' 0,1 woord per artikel gestegen). Tussen 1998 en 2002 is er volgens deze operationalisering een terugloop te zien in gepersonaliseerd schrijven.

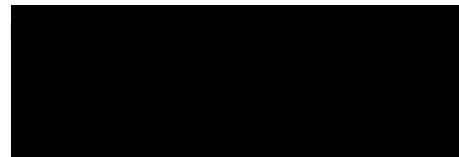
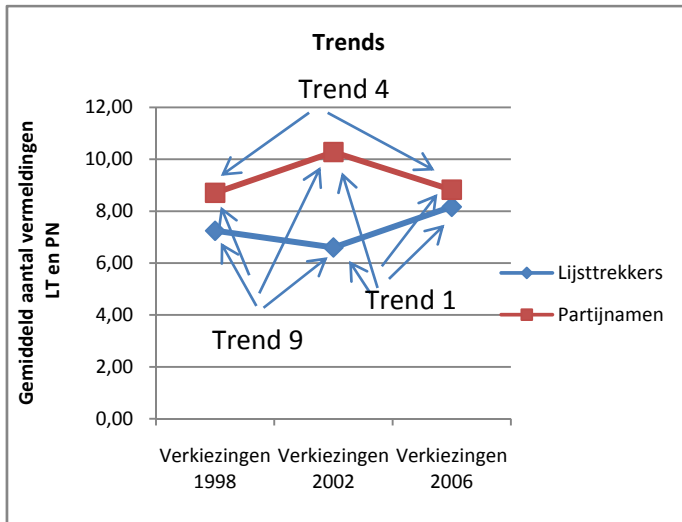
Eerder is uiteengezet dat de gepersonaliseerdheid van een verkiezingsartikel onder andere te meten is door het verschil tussen LT en PN te berekenen. Dit verschil wordt gegeven door:  $G_1 = F_{lt} - F_{pn}$  (waarbij  $F_{lt}$  = de frequentie van de vermelding van lijsttrekkers en  $F_{pn}$  = frequentie van de vermelding van partijnamen). Als er sprake is van een toename in het aantal gepersonaliseerde verkiezingsartikelen dan zal het gemiddelde verschil positief zijn (een positief teken (+) hebben) en over de tijd groter worden. In grafiek 1 zijn de resultaten van deze analyse weergegeven.

Uit grafiek 1 is af te leiden dat over het algemeen de namen van partijen vaker in



## Lijsttrekkers & Partijnamen

Op basis van de verschilanalyse lijkt er dus weinig bewijs voor een personaliseringstrend. Echter, om bovenstaande resultaten goed te kunnen interpreteren is het belangrijk om de trends in vermelding van de namen van lijsttrekkers en partijnamen afzonderlijk te bekijken. Met behulp van de eerder geïntroduceerde trendmatrix zijn dan vervolgens uitspraken te doen over de onderlinge verhoudingen en de trends die zich hebben voorgedaan. De richting van de afzonderlijke trends zijn, samen met hun specifieke sterkte, weergegeven in grafiek 2 en tabel 2 en 3.



Grafiek 2 en tabel 2 & 3 | Trends in LT en PN.

Aan de rode lijn (PN) is te zien dat het aantal vermeldingen van partijnamen tussen 1998 en 2002 gestegen is daarna in 2006 weer is gedaald naar ongeveer dezelfde waarde als in 1998.

Aan de blauwe lijn (LT) is te zien dat het aantal vermeldingen van lijsttrekkers tussen 1998 en 2002 is gedaald en van 2002 naar 2006 weer is gestegen.

De uiteindelijke toename in het noemen van lijsttrekkers komt hiermee op 0,92 vermeldingen per artikel. Dat betekent dat de naam van een lijsttrekker per artikel gemiddeld ongeveer één keer vaker voorkomt.

Het aantal vermeldingen van partijnamen is tussen 1998 en 2006 gestegen met 0,12 vermeldingen.

Tevens is te zien dat de namen van partijen in alle jaren gemiddeld vaker voorkomen dan de namen van lijsttrekkers.

	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006
	06 feb 1998 t/m 06 mei 1998	16 feb 2002 t/m 15 mei 2002	22 aug 2006 t/m 22 nov 2006
<b>Lijsttrekkers</b>	7,25	6,60	8,17
<b>Partijnamen</b>	8,71	10,28	8,82

In grafiek 2 en tabel 2 en 3 is te zien dat tussen 1998 en 2002 het aantal vermeldingen van lijsttrekkers is gedaald en dat van partijnamen is gestegen. Deze situatie is eerder gelabeld als 'trend 9'. Tussen 2002 en 2006 is deze situatie andersom, het aantal vermeldingen van lijsttrekkers is gestegen en die van partijnamen is gedaald. Dit betreft trend 1. Over het geheel genomen (tussen 1998 en 2006) is het aantal vermeldingen van partijnamen min of meer gelijk gebleven en van lijsttrekkers gestegen. Er is dus sprake van trend 4.

De toename in het aantal vermeldingen van de namen van lijsttrekkers tussen 1998 en 2006 betreft 0,92 vermeldingen (van 7,25 keer per artikel naar 8,17 keer per artikel). Deze toename is echter niet gepaard gegaan

met de eerder, op basis van de personaliseringstheorie, geformuleerde verwachte daling in de vermelding van partijnamen.

Nadere bestudering laat zien dat er een positieve samenhang bestaat tussen het aantal vermeldingen van lijsttrekkers en partijnamen op artikelniveau; meer gegevens hierover zijn opgenomen in bijlage 5.

Overigens is het voor de interpretaties van deze resultaten belangrijk om te weten dat krantenartikelen tussen 1998 en 2006 korter zijn geworden (zie bijlage 2 en 3)<sup>8</sup>. Tevens blijkt er sprake te zijn van aardige verschillen tussen kranten onderling (zie hiervoor bijlage 1)<sup>9</sup>. Er is in deze bijlage tevens een vergelijking opgenomen waarbij met dit 'lengte effect' rekening wordt gehouden. Echter, omdat deze vergelijking niet zonder problemen is (zie voor een toelichting op deze problemen bijlage 4 en 6) is er voor gekozen om de hierboven uitgevoerde analyse centraal te stellen.

---

### **<sup>8</sup> Trends bij compensatie voor artikellengtes**

Het blijkt dat krantenartikelen tussen 1998 en 2006 gemiddeld ongeveer 140 woorden korter zijn geworden (zie bijlage 2). In bijlage 3 is een analyse opgenomen waarbij gecompenseerd is voor artikellengtes. Ook bij deze operationaliseringen stijgt het aantal vermeldingen van lijsttrekkers tussen 1998 en 2006. Een verschil is dat indien er gecompenseerd wordt voor artikellengtes ook het aantal vermeldingen van partijnamen tussen 1998 en 2006 stijgt. De tussentijdse trends (tussen 1998 en 2002 en 2002 en 2006) zijn anders dan de trends die uit de kernanalyse naar voren zijn gekomen (zie hiervoor bijlage 3), maar hun uiteindelijke effect tussen 1998 en 2006 is vergelijkbaar met het effect zoals in de kernanalyse beschreven is.

### **<sup>9</sup> Verschil tussen kranten**

In de berekende gemiddelden voor de kernanalyse is geen aandacht besteed aan mogelijke verschillen tussen kranten. In bijlage 1 is een analyse opgenomen waarin het onderscheid wel is gemaakt. Hieruit komt naar voren dat er sprake is van variatie in de gemiddelden tussen kranten onderling. Deze variatie tussen kranten is het sterkst in het verkiezingsjaar 2002. Bovendien blijkt dat het NRC in 2002 ten opzichte van de andere kranten opvallend weinig lijsttrekkers vermeld. Het hier berekende gemiddelde is in die zin enigszins vertekend. Zie voor meer informatie hierover bijlage 1.

## Discussie

Het doel van het uitgevoerde onderzoek was om door middel van een content-analyse van krantenartikelen te achterhalen of er sprake is geweest van een toename in 'gepersonaliseerd' schrijven over de Tweede Kamer verkiezingen in de Nederlandse dagbladen in de periode tussen 1998 en 2006.

Uit het eerste deel van de kernanalyse, waarin het verschil tussen het aantal vermeldingen van namen van lijsttrekkers en de namen van partijen centraal staat, komt naar voren dat dit verschil overal negatief is (in alle jaren worden de namen van partijen ruim vaker genoemd dan de namen van lijsttrekkers) en dat ook de omvang van dit verschil tussen 1998 en 2006 min of meer gelijk is gebleven. Er is dus weinig bewijs te vinden voor een personaliseringstrend.

Een meer gedetailleerde analyse, in het tweede deel, waarbij het aantal vermeldingen van partijnamen en lijsttrekkers en partijnamen afzonderlijk wordt bekeken, laat overigens wel zien dat de vermelding van lijsttrekkers op zichzelf tussen 1998 en 2006 is gestegen met ongeveer één extra vermelding per verkiezingsartikel. Dit geeft een lichte ondersteuning voor 'het eerste deel' van de personaliseringsthese. Er is immers wel sprake van een toegenomen 'schrijven in mensen'. Dit is echter niet gepaard gegaan met de veronderstelde afname van het 'schrijven in partijen'. Oftewel: er lijkt wel sprake te zijn van enige 'personalisering' maar niet van 'onpartij-isering'. Alternatieve operationalisering op krantniveau waarbij rekening wordt gehouden met een geconstateerde afname in artikellengtes laten vergelijkbare trends zien. Er blijkt wel sprake van een behoorlijk variatie tussen de geanalyseerde kranten onderling.

De gevonden resultaten laten zien dat het gevaarlijk is om een eenduidige trend te veronderstellen. Immers, in het verkiezingsjaar 2002 (het jaar Fortuyn), dat over het algemeen wordt verondersteld een 'sterk gepersonaliseerd' verkiezingsjaar te zijn geweest, blijkt er juist sprake van een terugloop in gepersonaliseerd schrijven.

Al met al sluiten de gevonden resultaten redelijk aan bij de claim van de politicoloog / socioloog Joop Van Holestyn. Hij stelt dat personalisering geen "*constant proces*" is, maar varieert "*al naar gelang de specifieke verkiezingen en de omstandigheden*" (Holesteyn, 2004, p3). In datzelfde artikel claimt hij "*Een politicus, zeker een lijsttrekker, wordt niet op zichzelf beschouwd. [...] Persoon, programma en partij zijn in werkelijkheid niet uit elkaar te houden en werken op elkaar in op een gecompliceerde wijze waaraan volstrekt geen recht wordt gedaan door te spreken over een personendemocratie waarin het zou draaien om de persoon als persoon*" (Holesteyn, 2004, p4).

De gevonden resultaten onderschrijven deze claim en kunnen mogelijk begrepen worden als een gevolg van een meer 'conflictgeoriënteerd' schrijven over politiek. Bij dit schrijven zouden conflicten tussen politieke groeperingen, en dus ook hun namen en symbolische vertegenwoordigers, meer onder de aandacht staan. Dit zou mogelijk ook de hoge vermeldingen van partijnamen in het verkiezingsjaar Fortuyn kunnen verklaren. Er is in dit jaar dan niet zozeer meer gepersonaliseerd maar vooral meer conflictgeoriënteerd geschreven. Om over deze ideeën beter gefundeerde uitspraken te kunnen doen is vervolgonderzoek nodig.

Tevens zou het mogelijk kunnen zijn dat personalisering een partijspecifiek fenomeen is. Aangezien in het voorliggende onderzoek geen vergelijking is gemaakt tussen partijen kunnen hierover nu nog geen uitspraken gedaan worden.

Personalisering van schrijfsels over de verkiezingen in de Nederlandse landelijke dagbladen lijkt zich onder invloed van het verkiezingsjaar 2002 niet te hebben voorgedaan. In alle geanalyseerde jaren wordt nog steeds meer in termen van partijen dan in termen van personen geschreven en de omvang van dit verschil is nauwelijks kleiner geworden.

## Literatuur

Bryman, Alan (2004). *Social Research Methods: Second Edition*. Oxford: Oxford University Press

Carley, Kathleen. (1993). Coding choices for Textual analysis: A comparison of content analysis and map analysis. *Sociological methodology*. 23. p 75-126

Carley, Kathleen & Columbus, Dave & DeReno, Matt & Diesner, Jana & Sebula, Nicola. (2007). AutoMap User's Guide 2007. Carnegie Mellon University, School of Computer Science, Institute for Software Research, Technical Report, CMU-ISRI-07-114., [\[pdf\]](#)

Holestey. (2004). Nederland is geen personendemocratie. *Socialisme & Democratie*. 61. p 79-83.

Dalton, Russel & Wattenberg, Martijn (2002). *Parties without Partisans: Political change in advanced industrial democracies*. Oxford: Oxford University Press

Pennings & Keman (2002). The Dutch Parliamentary Elections in 2002 and 2003: The rise and decline of the Fortuyn movement. *Acta Politica*. 38-1. 51-68

Van Aelst, Peter (2002). Politici online: naar een verdere personalisering van de politiek? in PSW-papers; 2002/4 Antwerpen: Universiteit Antwerpen, Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen, 19

Philiph van Praag (2003). The Winners and Losers in a Turbulent Political Year. *Acta Politica*. 38-1. p 5-22.

## Bijlage 1: Verschil tussen kranten

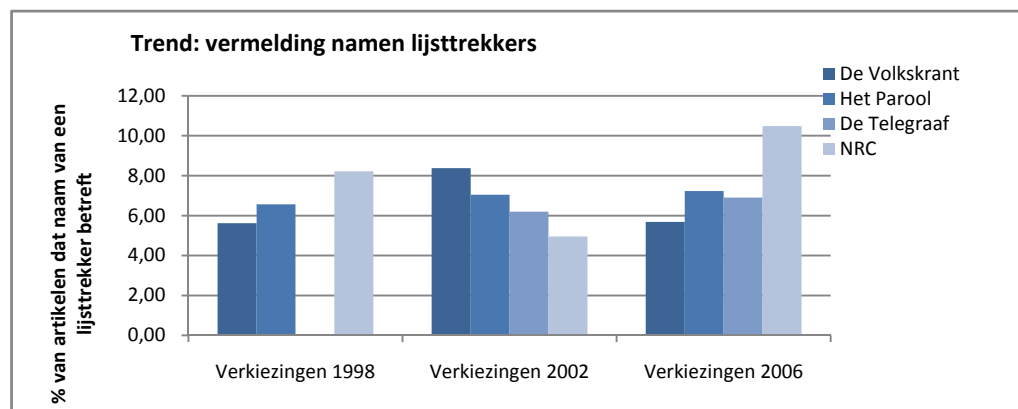
In deze eerste bijlage worden de gevonden resultaten van de kernanalyse uitgesplitst naar krantniveau. Het doel van deze meer gedetailleerde analyse is om te kijken of zich per krant verschillen qua trends en aantal vermeldingen voordoen. Mogelijk hebben deze verschillen in bovenstaande resultaten elkaars effecten gecompenseerd. Bovendien is er een verschil in het aantal verkiezingsartikelen per krant. De kranten waarin veel verkiezingsartikelen stonden, hebben dus een grotere 'bijdrage' gehad aan het berekende gemiddelde in het kerndeel. Al met al is met de keuze voor het analyiseniveau van 'alle dagbladen' naar verwachting dus nogal wat informatie verloren gegaan. Het doel van deze bijlage is om deze informatie, voor hen die daarin geïnteresseerd zijn, alsnog gestructureerd te presenteren.

% LT	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006
De Volkskrant	5,62	8,38	5,69
Het Parool	6,57	7,05	7,23
De Telegraaf	n.b.	6,20	6,90
NRC	8,21	4,96	10,49

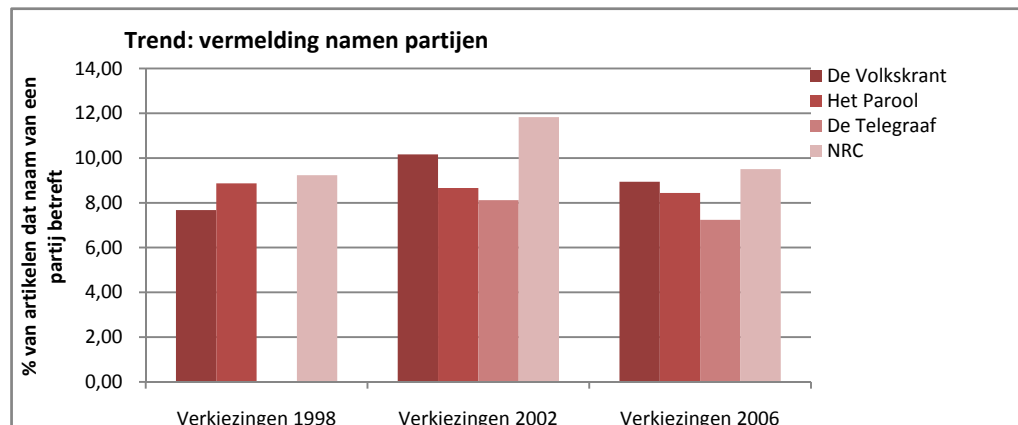
Tabel 4 | Gemiddelde frequentie waarin de namen van lijsttrekkers in verkiezingsartikelen genoemd worden. Uitgesplitst naar krant en per jaar. Er is te zien dat er een behoorlijke variatie is tussen de kranten onderling. Een interessant element is het opvallend lage aantal vermeldingen van de namen van lijsttrekkers door het NRC in 2002. Terwijl deze in 1998 en 2006 juist het grootste aantal vermeldingen scoort.

% PN	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006
De Volkskrant	7,68	10,16	8,94
Het Parool	8,87	8,66	8,44
De Telegraaf	n.b.	8,12	7,24
NRC	9,24	11,83	9,51

Tabel 5 | Gemiddelde frequentie waarin partijnamen in verkiezingsartikelen genoemd worden. Uitgesplitst per jaar en per krant. De variatie tussen kranten onderling is kleiner dan bij de namen van lijsttrekkers. De opvallende dissonantie van het NRC doet zich bij de partijnamen niet voor.



Grafiek 3 | Grafische weergave van de gemiddelde frequentie waarin partijnamen in verkiezingsartikelen genoemd worden. Uitgesplitst naar krant en per jaar. Zie voor verdere toelichting tabel 4.



Als we meer op de resultaten inzoomen en afdalen naar krantniveau dan is er te zien dat er tussen de verschillende dagbladen onderling aardig wat variatie is met betrekking tot het aantal vermeldingen van lijsttrekkers en partijnamen. Desalniettemin doet zich ook op krantniveau een vergelijkbare tendens voor als die in de kernanalyse naar voren komt.

Overigens is er bewust voor gekozen om niet de verschilanalyse maar de wat uitvoerigere analyse uit het tweede deel van kerndeel op krantniveau uit te voeren. Dit omdat het loskoppelen van de analyse van lijsttrekkers en partijnamen nodig is om uitspraken te kunnen doen in termen van de trends zoals ik die geïntroduceerd heb ik illustratie 2. In tabel 6 zijn deze trends dan ook per krant uiteengezet.

Aan de hand van grafiek 3 en 4 en tabel 4 en 5 (die hiernaast zijn samengevat in tabel 6) is op te maken dat zich bij de individuele dagbladen geen eenduidige trend heeft voorgedaan. Zo is bij de Volkskrant de frequentie van het gebruik van de namen van lijsttrekkers tussen 1998 en 2006 gelijk gebleven en het aantal vermeldingen van de partijnamen gestegen. Bij het NRC daarentegen zijn beide waardes gestegen. Alleen bij het Parool heeft zich een eenduidige trend over de jaren voorgedaan. In ieder opvolgend verkiezingsjaar daalde hierin het aantal vermeldingen van de partijnamen en steeg dat van de lijsttrekkers, zij het bescheiden.

	1998 --> 2006	1998 - -> 2002	2002 - -> 2006
<b>De Volkskrant</b>	8	7	3
<b>Het Parool</b>	1	1	1
<b>De Telegraaf</b>	n.b.	n.b.	3
<b>NRC</b>	7	9	1
Gemiddelde*	4	9	1

\* uit grafiek 3

**Tabel 6 | Trends per krant a.d.h.v. trendmatrix. (p.6). Gemiddeld gezien heeft zich trend 4 voorgedaan (het aantal vermeldingen van lijsttrekkers is gelijk gebleven en dat van partijnamen is gestegen). Echter er is te zien dat geen van de dagbladen deze trend eenduidig méé heeft doorlopen. De verdeling van trends tussen dagbladen is min of meer chaotisch.**

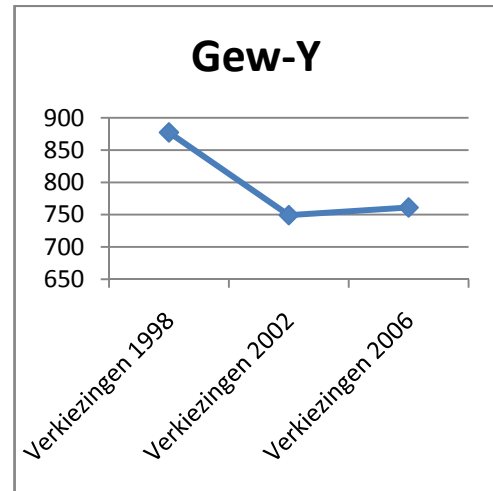
## Bijlage 2: Variatie in artikellengtes

In deze bijlage wordt gekeken naar variaties in de lengtes van de verkiezingsartikelen. Tevens wordt er een alternatieve operationalisering gepresenteerd, waarbij met de artikellengtes rekening is gehouden. Dit is gedaan omdat het gevaarlijk bleek om op basis van de tabellen in bijlage 1, kranten onderling te vergelijken. Zo lijkt op basis van deze weergave het NRC bijvoorbeeld in 2006 het ‘meest gepersonaliseerd’ geschreven te hebben. Echter, in onderstaande bijlage is te zien dat de gemiddelde lengte van een verkiezingsartikel in het NRC groter is dan in de andere kranten. In de analyses tot nu toe is simpelweg per artikel geteld hoe vaak in dit artikel de naam van een lijsttrekker en de naam van een partij voorkwam. Bij de vershilanalyse maakt dit verschil in artikellengte niet uit. Echter, bij de meer gedetailleerde analyse is het wel degelijk van belang om hiermee rekening te houden. Het is immers ronduit logisch dat in een verkiezingsartikel van 2000 woorden bepaalde woorden (dus ook de namen van lijsttrekkers en partijnamen) vaker voor zullen kunnen dan in een artikel van 200 woorden. Voor een onderlinge vergelijking is het dus informatief om met deze variaties in de lengtes van verkiezingsartikelen rekening te houden. Overigens is het ook voor de jaren onderling niet vanzelfsprekend dat de gemiddelde artikellengtes gelijk zijn gebleven.

### Variatie in lengte

Alvorens uitspraken te kunnen doen over de eventuele invloed van variaties in de lengte van artikelen op de resultaten dienen we inzicht te krijgen in de aard van deze variatie. Met dit in het achterhoofd is een overzicht hiervan opgenomen in grafiek 5 en tabel 7.

Lengte	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006	Gew-Y
<b>De Volkskrant</b>	786	669	733	724
<b>Het Parool</b>	825	651	582	672
<b>De Telegraaf</b>	n.b.	433	434	434
<b>NRC</b>	950	960	932	885
<i>Gew-Y zonder tele</i>	877	783	796	
<i>Gew-Y</i>	877	749	761	



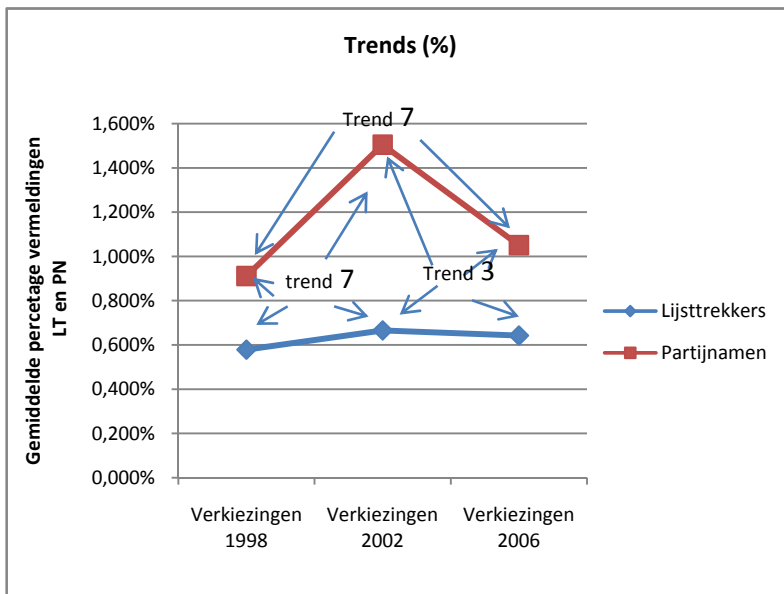
Grafiek 5 en tabel 7 | Artikellengtes uiteengezet per jaar en per krant. Er is te zien dat tussen 1998 en 2002 verkiezingsartikelen gemiddeld 128 woorden korter zijn geworden. Tussen 2002 en 2006 zijn ze min of meer even lang gebleven. ‘Gew-y’ staat voor gewogen gemiddelde en betekent dat deze variabelen berekend zijn zodat kranten die (in dat jaar) een grotere bijdragen aan het totaal aantal artikelen hebben geleverd ook zwaarder worden meegerekend.

met 13,3% (van gemiddeld 877 woorden naar 761 woorden). Omdat voor 1998 geen data van de Telegraaf beschikbaar was en blijkt dat de artikelen hierin gemiddeld korter zijn dan in de andere kranten, is er ook een gewogen gemiddelde berekend, waarin de Telegraaf niet is meegewogen. Dit laat een vergelijkbaar beeld zien. De gemiddelde lengte van artikelen is het sterkst afgenomen in het Parool en het meest stabiel gebleven in het NRC. Ook zijn er behoorlijke verschillen tussen kranten onderling in dezelfde verkiezingsjaren. Omdat er sprake is van zowel variatie tussen kranten onderling als van een afname van de gemiddelde artikellengte, is het informatief om

een methode te hebben waarin de resultaten vergeleken kunnen worden zonder de invloed van deze lengtevariaties.

### **Resultaten indien gecorrigeerd wordt voor artikellengte**

Als we de wens hebben om kranten onderling (en in ietwat minder mate de jaren onderling, aangezien de variatie hierbij minder groot is) te kunnen vergelijken, dan is het informatief om ons ook te vergewissen van de verschillen tussen kranten en de trends die zich voordoen wanneer het lengte-effect wordt geëlimineerd. Een oplossing voor dit probleem is om het aantal keren dat de naam van een lijsttrekker of een partijnaam in een artikel voorkomt simpelweg te delen door het totaal aantal woorden in de verschillende artikelen. De waarde die hier uit komt is (per artikel) het percentage van het totaal aantal woorden dat de naam van een lijsttrekker of een partijnaam betreft. Ik noem deze variabelen 'LT\_%' en 'PN\_%'. Ook voor deze variabelen is vervolgens per jaar een gemiddelde te berekenen. Dit heb ik gedaan en de resultaten van deze analyse zijn hieronder opgenomen in grafiek 7 en tabel 10.



Grafiek 6 en tabel 8 | De trends in het aantal vermeldingen van lijsttrekkers en partijnamen wanneer niet de absolute waarde (aantal keren dat de naam voorkomt) maar de relatieve waarde (percentage van de woorden dat de naam betreft) als operationalisering wordt gekozen.

Ten opzichte van de operationalisering in de kernanalyse doet zich een belangrijke verandering voor: het aantal vermeldingen van lijsttrekkers stijgt in de hiernaast gehanteerde operationalisering tussen 1998 en 2002 en daalt tussen 2002 en 2006. Bij de eerdere gehanteerde absolute operationalisering was dit andersom.

Tussen 1998 en 2006 doet zich ook hier trend 7 voor.

	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006
	06 feb 1998 t/m 06 mei 1998	16 feb 2002 t/m 15 mei 2002	22 aug 2006 t/m 22 nov 2006
<b>Lijsttrekkers</b>	0,579%	0,666%	0,643%
<b>Partijnamen</b>	0,912%	1,505%	1,051%

Uit bovenstaande grafiek en tabel is af te leiden dat er, indien er wordt gecorrigeerd voor artikellengte, sprake is van trend 7 tussen 1998 en 2006. Dit betekent dat zowel het aantal vermeldingen van lijsttrekkers als dat van partijnamen is gestegen. Het aantal vermeldingen van partijnamen is sterker gestegen dan het aantal van lijsttrekkers.

Ten opzichte van de meting met absolute waardes is er een belangrijk verschil te zien. Waar voor die meting het aantal vermeldingen tussen 1998 en 2002 daalde en daarna steeg, is er bij deze operationalisering een min of meer



omgekeerde trend te zien. Dit is waarschijnlijk gerelateerd aan de opvallend lange lengtes van de NRC verkiezingsartikelen in combinatie met het opvallend lage aantal vermeldingen van lijsttrekkers van dit dagblad in 2002. Het NRC 'trekt' vanwege haar grote bijdragen in het aantal artikelen (zie tabel 1) en de opvallend lage score in de telling van namen van lijsttrekkers in 2002 (zie tabel 4) de gemiddelde score voor het aantal vermeldingen van lijsttrekkers in 2002 sterk omlaag. Echter, omdat er in grafiek 6 en tabel 8 gecorrigeerd is voor artikellengte en het NRC ook de langste krantenartikelen heeft, doet dit 'naar beneden trek effect' zich minder sterk voor wanneer verschillen in de percentuele vermelding in plaatst van het aantal absolute vermeldingen worden geanalyseerd.

Overigens zit er, omdat er inderdaad sprake is van een daling in de lengte van krantenartikelen over de tijd, in de bovenstaande resultaten mogelijk een bias. Immers, de waarde 'onder de streep' is wanneer er gecompenseerd wordt voor artikellengtes, tussen 1998 en 2006 gemiddeld 13% lager (van 877 naar 796 woorden) geworden. Hiermee zou de waarde van de verschillende wegen theoretisch (zowel voor lijsttrekkers als partijnamen) gemiddeld 13% hoger geworden kunnen zijn. Aangezien de relatieve toename bij de lijsttrekkers tussen 1998 en 2006 ongeveer 10% betreft, zou deze toename dus veroorzaakt kunnen worden door de afname in de gemiddelde lengte van artikelen. Ook een groot deel van de relatieve toename van 16% in het gebruik van partijnamen zou mogelijk door dit effect verklaard kunnen worden. Om de eventuele invloed van dit effect te compenseren zou het nodig zijn om de variabele 'lengte' 'constant te houden' terwijl de andere variabelen vergeleken worden. Dit vraagt wel om een nogal gedetailleerde analyse van de data die bovendien tegenstrijdige informatie kan opleveren. Een dergelijke analyse is desalniettemin het onderwerp van bijlage 6.

## Bijlage 3: Verschil tussen kranten rekening houdend met artikellengtes.

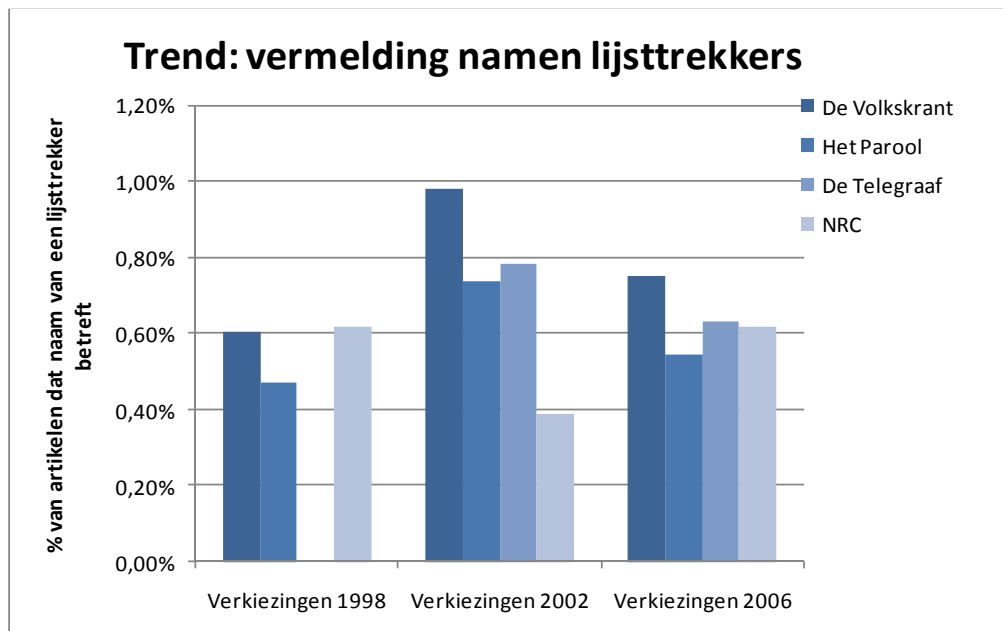
Uit bijlage 1 en 2 komt naar voren dat er enige verschillen zijn tussen kranten onderling en dat de lengtes van verkiezingsartikelen door de tijd heen kleiner zijn geworden. In deze bijlage tracht ik de in het kerndeel uitgevoerde analyse te nuanceren en te verduidelijken met deze kennis in het achterhoofd. In het eerste deel van deze bijlage wordt het aantal vermeldingen van lijsttrekkers geanalyseerd, in het tweede deel het aantal van partijnamen.

### Lijsttrekkers (LT\_%) op krantniveau

De trend(s) met betrekking tot de relatieve vermelding van namen van lijsttrekkers staan hieronder samengevat in tabel 9 en grafiek 7.

%	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006
<b>De Volkskrant</b>	0,60%	0,98%	0,75%
<b>Het Parool</b>	0,47%	0,74%	0,55%
<b>De Telegraaf</b>	n.b.	0,78%	0,63%
<b>NRC</b>	0,62%	0,39%	0,62%

Tabel 9 | Het percentage van de verkiezingsartikelen waar het de naam van een lijsttrekker betreft (een waarde van 1% betekent dus dat in een artikel van 1000 concepten gemiddeld 10 keer de naam van een lijsttrekker voorkomt). 'n.b.' staat voor niet beschikbaar en betekent dat er voor dit tijdstip geen digitale artikelen beschikbaar waren. Zie voor een verdere toelichting van de resultaten grafiek 8.



Grafiek 7 | Trend(s) in het relatieve aantal vermeldingen van de namen van lijsttrekkers. Te zien is dat er over het geheel genomen sprake is van een toename in het relatieve aantal vermeldingen van namen van lijsttrekkers (van 0,58% naar 0,64%). In 2002 (Het 'verkiezingsjaar Fortuyn' was het gemiddelde percentage nog wat hoger, namelijk 0,67%. Opvallend is dat het NRC in het verkiezingsjaar 2002 ruim lager 'scoort' dan de andere dagbladen. Het gemiddelde percentage betreft hier 0,39%.

De mate waarin de namen van lijsttrekkers naar voren komen in artikelen die betrekking hebben op Tweede Kamer verkiezingen is tussen 1998 en 2006 gestegen van 0,58% naar 0,64%. Dit is een relatieve toename van 10,3%.

In 2002 (het 'verkiezingsjaar Fortuyn') was het gemiddelde aantal vermeldingen van namen van lijsttrekkers nog wat hoger, namelijk 0,67% (wat t.o.v. 1998 een relatieve toename van 15,5% omhelst). Zoals uit bijlage twee naar voren kwam, trekt de lage score van het NRC in dat jaar deze waarde sterk omlaag. Over de andere dagbladen betreft de gemiddelde score dat jaar 0,83% (wat t.o.v. 1998 een relatieve toename van 43,1% betekent). In zijn algemeenheid is de onderlinge variatie tussen kranten in 2002 groter dan in 1998 en 2006.

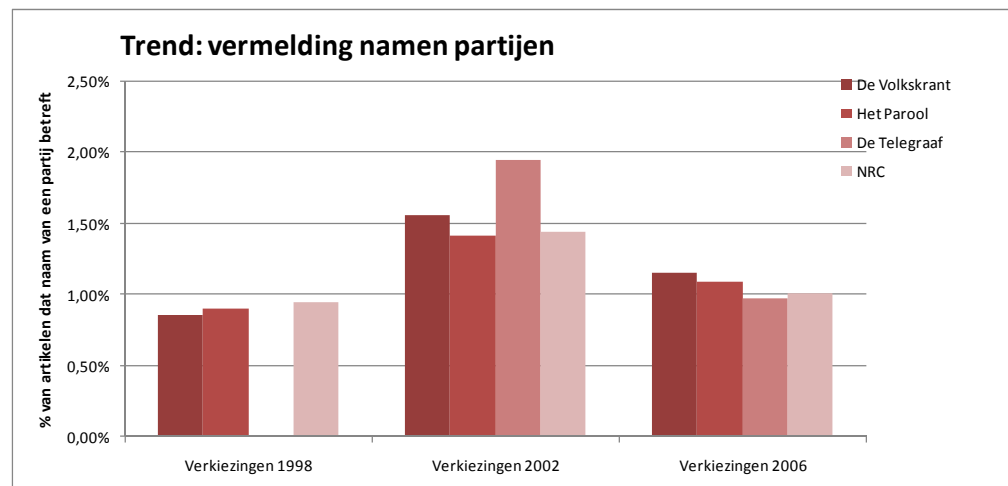
Voor een goede interpretatie van deze resultaten is het belangrijk om ook te kijken naar het aantal vermeldingen van partijnamen. Dit is het onderwerp van het hierop volgende gedeelte.

### **Partijnamen (PN\_%) op krantniveau**

In tabel 10 en grafiek 8 zijn de belangrijkste resultaten met betrekking tot het relatieve aantal vermeldingen van partijnamen in verkiezingsartikelen in Nederlandse dagbladen weergegeven.

%	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006
<b>De Volkskrant</b>	0,85%	1,56%	1,15%
<b>Het Parool</b>	0,90%	1,41%	1,09%
<b>De Telegraaf</b>	n.b.	1,94%	0,97%
<b>NRC</b>	0,95%	1,44%	1,00%

Tabel 10 | Het gemiddelde percentage van de artikelen wat de naam van een partij betreft. Verdeling over de tijd en over de verschillende dagbladen. Zie voor verdere toelichting grafiek 9.



Grafiek 8 | Trend(s) in het relatieve aantal vermeldingen van de namen van partijen in verkiezingsartikelen. Te zien is dat er in het geheel t.o.v. 1998 sprake is van een stijging in het gebruik van partijnamen (van 0,91% naar 1,06%). In het verkiezingsjaar 2002 was het relatieve aantal vermeldingen van partijnamen nog hoger (gemiddeld 1,51%).

Tussen 1998 en 2006 is er een stijging van 0,91% naar 1,06% te zien in het relatieve aantal vermeldingen van partijnamen in verkiezingsartikelen, dit is een relatieve toename van 16,4%. In 2002 ligt het gemiddelde nog wat hoger (namelijk 1,51%). Net als bij het relatieve aantal vermeldingen van lijsttrekkers is ook hier in 2002 de variatie tussen kranten onderling groter.

LT_% en PT_%		1998 --> 2006		1998 --> 2002		2002 --> 2006	
		Richting	Sterkte	Richting	Sterkte	Richting	Sterkte
<b>De Volkskrant</b>	Lijsttrekkers	+	0,15%	+	0,38%	-	-0,23%
	Partijnamen	+	0,30%		0,70%	-	-0,40%
<b>Het Parool</b>	Lijsttrekkers	+	0,08%	+	0,27%	-	-0,19%
	Partijnamen	+	0,19%		0,51%	-	-0,32%
<b>De Telegraaf</b>	Lijsttrekkers	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	-	-0,15%
	Partijnamen	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	-	-0,97%
<b>NRC</b>	Lijsttrekkers	=	0,00%	-	-0,23%	+	0,23%
	Partijnamen	+	0,06%	+	0,50%	-	-0,44%

Tabel 11 | Trends met hun richting en sterkte (Per krant en tussen de verschillende jaren onderling). Te zien is dat de hierboven geconstateerde stijgingen in het gebruik van de namen van lijsttrekkers gepaard is gegaan met een nog sterkere stijging in het gebruik van partijnamen. Tevens is te zien dat zich per krant verschillende trends hebben voorgedaan en dat ook de sterkte van deze trends per krant behoorlijk uiteenlopen.

	1998	1998 -	2002 -
	-->	->	->
	2006	2002	2006
<b>De Volkskrant</b>	7	7	3
<b>Het Parool</b>	7	7	3
<b>De Telegraaf</b>	n.b.	n.b.	3
<b>NRC</b>	7	9	1
Gemiddelde	7	7	3

Tabel 12 | Trends a.d.h.v. trendmatrix. Te zien is dat zich van 1998 tot 2006 trend '7' heeft voorgedaan (zowel het relatieve aantal vermeldingen van lijsttrekkers als dat van partijnamen is gestegen). Echter, richting en sterkte variëren van krant tot krant, zie tabel 13.

In tabel 11 en 12 zijn de trends per krant weergegeven. Deze waarden zijn gebaseerd op de voor lengte gecorrigeerde variabelen LT\_% en PN\_%. Voor de Volkskrant en het Parool heeft zich een min of meer eenduidige trend voorgedaan. Zowel het relatieve aantal vermeldingen van lijsttrekkers als van partijnamen is tussen 1998 en 2002 gestegen om vervolgens tussen 2002 en 2006 weer gedaald te zijn. De eindwaarde (in 2006) ligt voor beide variabelen echter nog steeds hoger dan in 1998. Bij het NRC heeft zich een andere trend voorgedaan. Hier is het relatieve aantal vermeldingen van lijsttrekkers tussen 1998 en 2002 gedaald en tussen 2002 en 2006 weer gestegen naar de beginwaarde van 1998. Voor de partijnamen geldt ook voor het NRC dat het relatieve aantal hiervan tussen 1998 en 2002 gestegen is, om vervolgens weer te dalen tot een waarde die desalniettemin nog steeds hoger is dan de waarde in 1998.

## Bijlage 4: Impliciteringseffect

### Het probleem van impliciete verwijzingen

In de operationalisering van bijlage 2 stel ik impliciet dat in een artikel van 2000 woorden de namen van lijsttrekkers en partijnamen gemiddeld wel ongeveer 10 keer vaker zullen voorkomen dan in een artikel van 200 woorden. Helemaal eenduidig is deze aanname echter niet. Immers, een probleem wat zich in zijn algemeenheid voordoet bij geautomatiseerde content analyse, kan een belangrijke rol gaan spelen als blijkt dat naar mate de lengte van een artikel toeneemt tevens het aantal impliciete verwijzingen toeneemt. Om dit probleem te illustreren haal ik opnieuw het fictieve citaat uit de kerntekst erbij:

*“Het moet maar eens afgelopen zijn met de files” aldus Wouter Bos, **hij** heeft een initiatiefvoorstel ingediend om wegverbredingsprojecten te versnellen door de juridische invloed van milieugroepering op de besluitvorming bij infrastructurele projecten wettelijk in te perken. **Zijn partij** heeft toegezegd er alles aan te zullen doen om het fileprobleem binnen 3 jaar op te lossen”.*

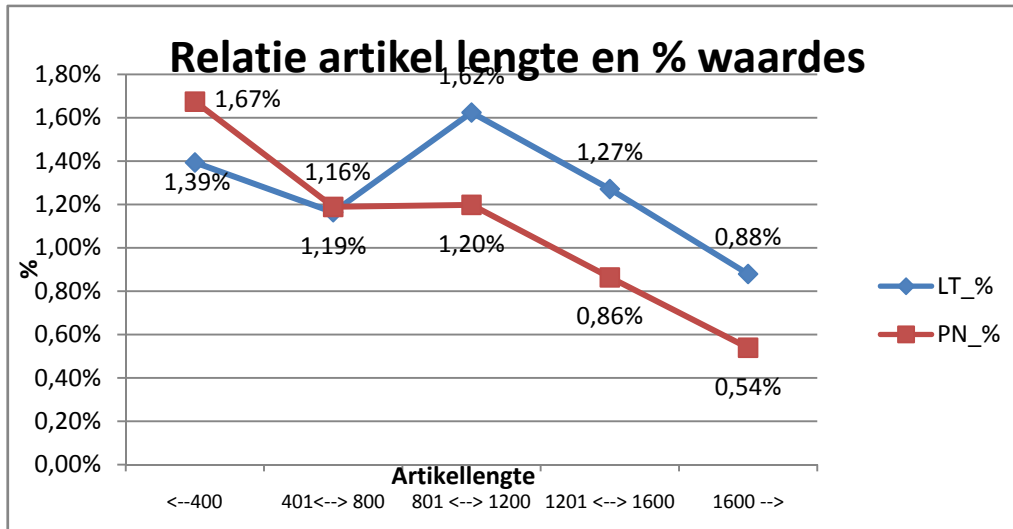
In bovenstaand voorbeeld wordt er tweemaal impliciet verwezen naar één van de concepten die in het voorliggende onderzoek object van interesse zijn. Echter, automatische tekstanalyse programma's zijn (nog) niet in staat zijn om voor dergelijke impliciete verwijzingen te coderen. Aangezien een dergelijke verwijzing wel degelijk van belang is voor het karakter van een artikel, kan dit feit als een serieuze tekortkoming van de gehanteerde methodiek gezien worden. Toch, indien dit effect zich over alle artikelen in min of meer gelijke mate voordoet, zal het weinig effect hebben op de onderlinge vergelijkingen. We kunnen de invloed van het effect op alle waardes dan immers stabiel veronderstellen.

Het is echter niet zeker dat dit effect zich over alle artikelen gemiddeld gelijk voordoet. Het is namelijk niet onwaarschijnlijk dat journalisten naar verhouding meer impliciete verwijzingen gaan gebruiken naar mate artikelen langer worden. Er is in ieder geval sprake een van behoorlijke variatie in artikellengtes tussen kranten en jaren onderling. Deze twee factoren samen creëren dan een impliciteringseffect dat varieert per jaar en krant. Dit effect stabiel veronderstellen is dan een te sterke simplificatie.

Voor de data omhelst dit impliciteringseffect een relatieve afname in zowel het gebruik van de namen van lijsttrekkers als de namen van partijen naar mate de artikellengte groter wordt. Op basis van de in paragraaf bijlage 2 verkregen variabele 'LT\_%' en 'PN\_%' is te analyseren of een dergelijk effect zich inderdaad voordoet. Deze analyse staat hieronder opgenomen.

Op het moment dat er inderdaad sprake is van een impliciteringseffect dan moet dit op basis van deze variabelen vast te stellen zijn. Immers op het moment dat de artikellengte toeneemt, zouden de relatieve variabelen moeten afnemen. Op zichzelf zit hier natuurlijk enige vanzelfsprekendheid in, immers, de variabele LT\_% en PN\_% zijn gevormd door de absolute waardes qua aantal vermeldingen te delen door de artikellengte. Echter, als het impliciteringseffect zich niet voor zou doen, dan zou bijvoorbeeld in een artikel van 2000 woorden ten opzichte van een artikel van 200 woorden ook 10 maal zo vaak de naam van een lijsttrekker of partij voorkomen. Als gevolg hiervan zou er dan voor de relatieve variabelen geen verschil moeten zijn voor een artikel van 2000 ten opzichte van een van 200 woorden, de waarde boven de streep wordt immers ook 10 maal groter.

In onderstaande grafiek is de relatie tussen artikellengte en LT\_% en PN\_% uiteengezet.



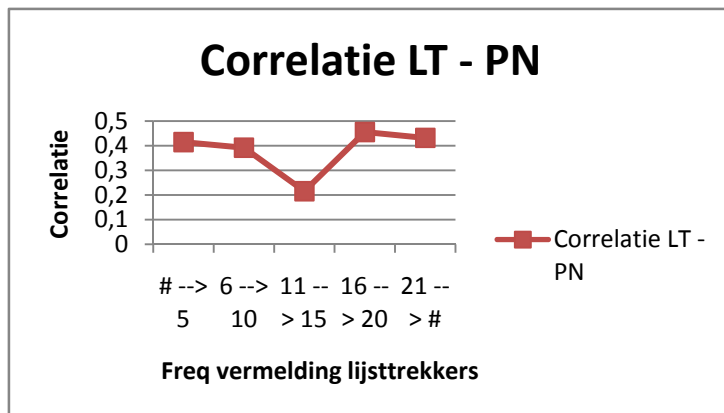
Grafiek 9 | de relatie tussen artikellengtes en LT\_% en PN\_%. Voor PN\_% lijkt er sprake te zijn van een negatieve relatie met de artikellengte. Naar mate de artikellengte afneemt wordt PN\_% kleiner. Dit effect is niet eenduidig aanwezig voor PN\_%. Indien het impliciteringseffect zich niet voor zou doen, zouden we een min of meer rechte lijn verwachten. Voor een goede interpretatie van deze grafiek is het belangrijk om te weten dat ruim 83% van de artikelen korter is dan 1200 woorden.

Bovenstaande grafiek geeft enige reden om het hierboven besproken impliciteringseffect inderdaad te veronderstellen. Als we de lengtes van de artikelen correleren met LT\_% en PT\_% dan vinden we een correlatie van  $-0,075$  tussen de namen van lijsttrekkers (LT\_%) en de artikellengte. Deze waarde geeft geen reden om een impliciterings effect te veronderstellen bij het gebruik van namen van lijsttrekkers. Tussen de artikellengte en de partijnamen is een correlatie van  $-0,182$  gevonden. Deze correlatie geeft, samen met grafiek 9, enige reden om een (licht) impliciteringseffect te veronderstellen voor het gebruik van partijnamen.

## Bijlage 5: Relatie tussen noemen partijnamen en lijsttrekkers op artikelniveau

De hoge gemiddeldes van het noemen van zowel lijsttrekkers als partijnamen in de Volkskrant, de Telegraaf en het Parool in 2002 geven een vermoeden dat er misschien een relatie bestaat tussen het noemen van deze namen op artikelniveau. Sommige sociologen, zoals Holestyn spreken over de rol van de lijsttrekker als symbolisch vertegenwoordiger van de partij. Op basis van deze benadering valt te verwachten dat lijsttrekkers en partijnamen niet, zoals in de personaliseringsthese gesteld wordt 'in plaats van elkaar' maar juist 'samen' genoemd zullen worden. Om hierover beter gefundeerde uitspraken te kunnen doen, is zaak om te kijken of het noemen van lijsttrekkers over het algemeen gepaard gaat met het noemen van partijnamen. Als we dit (op basis van de voor lengte gecorrigeerde variabelen<sup>10</sup>) op artikelniveau analyseren (op basis van alle 1241 verkiezingsartikelen) blijkt er sprake te zijn van een correlatie van 0,365 tussen het absoluut aantal keren dat de naam van een lijsttrekker genoemd wordt en het absoluut aantal keren dat een partijnaam wordt genoemd. Er is dus inderdaad sprake van een positieve samenhang op individueel niveau tussen deze variabelen.

### Controle van statistische interactie van het noemen van lijsttrekkers op de correlatie tussen het noemen van lijsttrekkers en partijnamen.



Grafiek 10 | invloed van het aantal vermeldingen van lijsttrekkers op de samenhang tussen het aantal vermeldingen van lijsttrekkers en partijnamen. Te zien is dat er sprake van een min of meer stabiele samenhang. Er is sprake van een opvallende dissonantie bij de artikelen waarin de naam van lijsttrekkers 11 t/m 15 keer voorkomt.

naam van een lijsttrekker bevatten. Op basis van de beschikbare data kan ik dit niet verklaren.

De positieve relatie tussen het noemen van lijsttrekkers en partijnamen zou kunnen wegvallen naar mate artikelen 'sterker gepersonaliseerd' worden. Deze mogelijkheid kent enige intuïtieve plausibiliteit. Immers: als de namen van lijsttrekkers slechts een paar keer in artikelen voorkomen, dan zou dit gepaard gaan met een aantal vermeldingen van de namen van partijen. Echter, bij 'heel sterk gepersonaliseerde artikelen' zou het aantal vermeldingen van de partijen kunnen terugvallen. Nadere analyse laat echter zien dat dit niet het geval is. Er is overigens wel een interessante terugval te zien in de correlatie bij artikelen die 11 tot 15 keer de

<sup>10</sup> Dit om te voorkomen dat de gevonden samenhang simpelweg een gevolg is van de artikellengte.

## ***Bijlage 6: Controle en nuances: krantniveau en constant houden van artikellengtes***

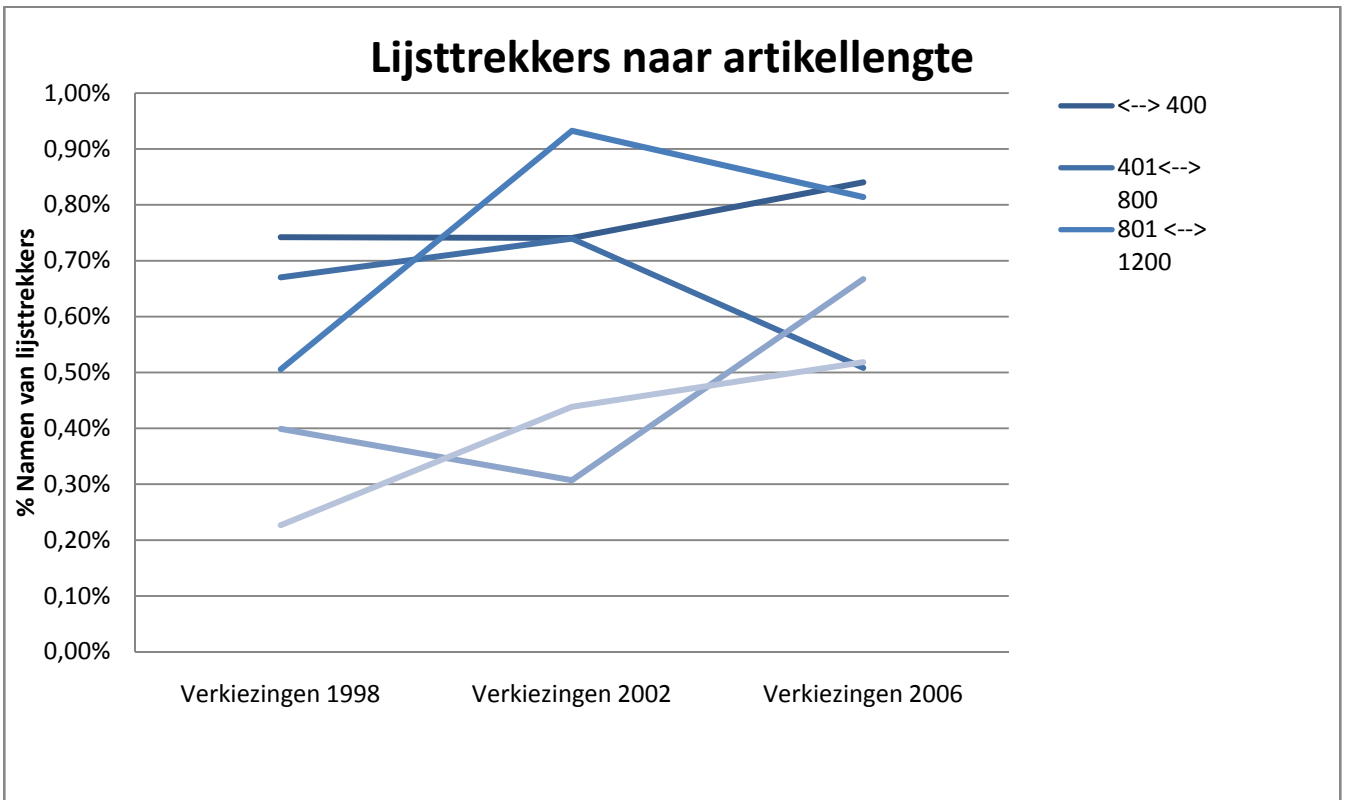
Uit bijlage 1 t/m 4 blijkt enerzijds dat het informatief is om de personalisering van krantenartikelen te meten met een waarde die gecorrigeerd is voor artikellengtes en anderzijds dat deze compensatie mogelijk de nodige vertekende effecten met zich meebrengt. In deze bijlage wordt er een poging gedaan om op basis van alle nu beschikbare kennis te komen met een soort van ‘finale analyse’. In deze analyse zal ik proberen om zowel aan de wens om te compenseren voor lengte tegemoet te komen, als trachten eventuele rare effecten als gevolg van deze compensatie te elimineren. Echter, om dit succesvol te kunnen doen, is het nodig om de beschikbare dataset tot op behoorlijk gedetailleerd niveau uiteen te rafelen. Vanwege het stevige formaat van de gehele dataset (ruim 1200 krantenartikelen) is dit gelukkig ook mogelijk.

Ik hoop dat de lezer zich niet zal laten afleiden door het grote formaat van de tabellen in deze bijlage. Uit de tot nu toe uitgevoerde analyses komt nou eenmaal naar voren dat dit detail wenselijk is. Dit om recht te kunnen doen aan de variatie die zich tussen kranten, artikellengtes en jaren onderling voordoet. Hiermee wil ik overigens niet claimen dat de analyse in deze bijlage superieur is aan de analyse van het kerndeel. Zij contrasteert er simpelweg sterk mee. Immers: waar de analyse in het kerndeel zeer overzichtelijk is, maar mogelijk teveel versimpeld (en daarmee de realiteit enige onrecht aandoet) is de hieronder uitgevoerde analyse zeer gedetailleerd en is het in deze bijlage veelal de overzichtelijkheid die hierbij onrecht wordt aangedaan.



Lijsttrekkers	Lengte	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006	ÿ
<b>De Volkskrant</b>	<--> 400	1,46%	1,38%	1,58%	1,48%
	401<--> 800	0,44%	0,85%	0,63%	0,67%
	801 <--> 1200	0,40%	0,85%	0,42%	0,59%
	1201 <--> 1600	0,30%	0,73%	0,22%	0,29%
	1600 -->	0,10%	1,00%	0,13%	0,34%
<b>Het Parool</b>	<--> 400	0,16%	0,51%	0,45%	0,42%
	401<--> 800	0,77%	0,98%	0,46%	0,78%
	801 <--> 1200	0,46%	0,69%	1,00%	0,66%
	1201 <--> 1600	0,26%	0,08%	1,35%	0,57%
	1600 -->	0,32%	0,14%	0,83%	0,32%
<b>De Telegraaf</b>	<--> 400	n.b.	0,75%	0,92%	0,83%
	401<--> 800	n.b.	0,59%	0,41%	0,52%
	801 <--> 1200	n.b.	1,79%	0,92%	1,31%
	1201 <--> 1600	n.b.	n.a.	0,49%	0,49%
	1600 -->	n.b.	n.a.	n.a.	n.b.
<b>NRC</b>	<--> 400	0,61%	0,33%	0,42%	0,42%
	401<--> 800	0,80%	0,53%	0,53%	0,60%
	801 <--> 1200	0,66%	0,40%	0,92%	0,66%
	1201 <--> 1600	0,64%	0,11%	0,60%	0,49%
	1600 -->	0,25%	0,17%	0,60%	0,36%
	<--> 400	0,74%	0,74%	0,84%	0,74%
	401<--> 800	0,67%	0,74%	0,51%	0,67%
	801 <--> 1200	0,51%	0,93%	0,81%	0,67%
	1201 <--> 1600	0,40%	0,31%	0,67%	0,46%
	1600 -->	0,23%	0,44%	0,52%	0,35%
ÿ		<b>0,51%</b>	<b>0,63%</b>	<b>0,67%</b>	

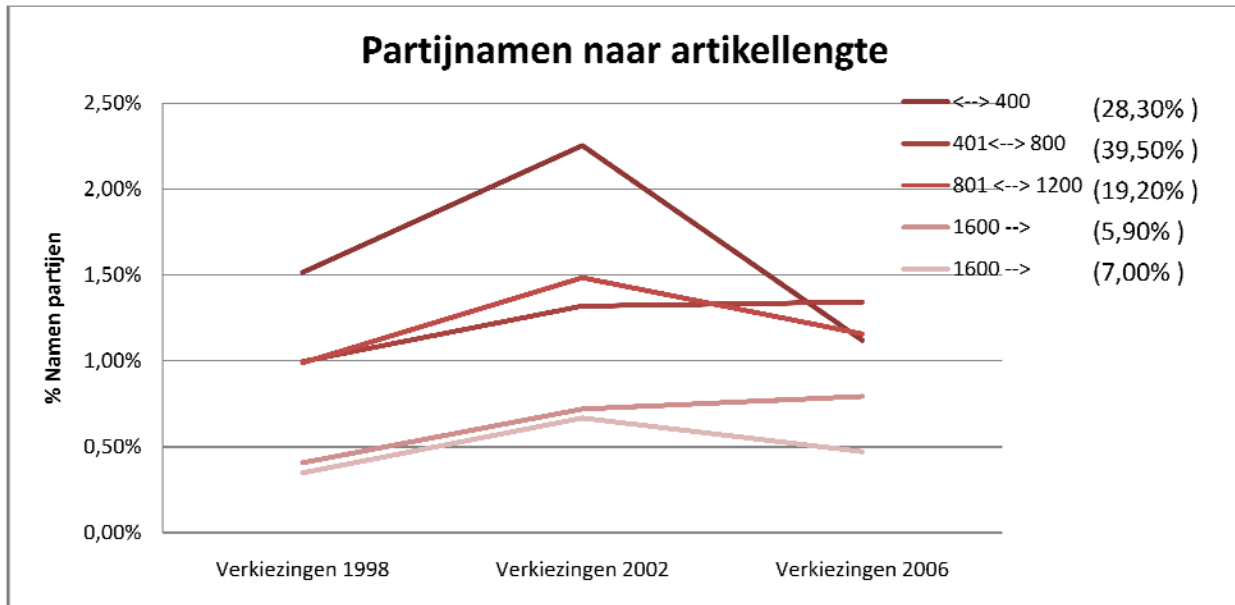
Tabel 13 | Het gemiddelde percentage van de verkiezingsartikelen wat de naam van een lijsttrekker betreft, uitgesplitst naar artikellengte. Zie voor verdere toelichting grafiek 12.



Grafiek 11 | Trends voor het gebruik van de namen van lijsttrekkers uitgesplitst naar verschillende artikellengtes. Er is te zien dat de lengte van artikelen een behoorlijk sterke invloed heeft op de variabele % woorden dat de naam van een lijsttrekker betreft.

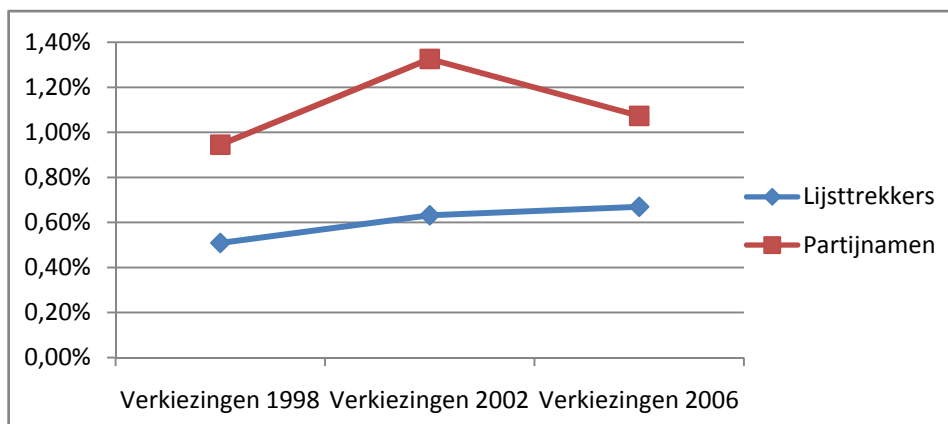
Partijnamen	Lengte	Verkiezingen 1998	Verkiezingen 2002	Verkiezingen 2006	ÿ
<b>De Volkskrant</b>	<--> 400	1,51%	2,44%	1,46%	1,82%
	401<--> 800	0,62%	1,27%	1,18%	1,09%
	801 <--> 1200	0,87%	1,47%	0,88%	1,12%
	1201 <--> 1600	0,82%	0,80%	1,40%	1,11%
	1600 -->	0,39%	1,12%	0,45%	0,61%
<b>Het Parool</b>	<--> 400	0,87%	1,84%	1,07%	1,41%
	401<--> 800	1,00%	1,40%	1,00%	1,20%
	801 <--> 1200	1,02%	1,05%	1,39%	1,08%
	1201 <--> 1600	0,74%	0,78%	1,59%	1,01%
	1600 -->	0,49%	0,37%	1,45%	0,58%
<b>De Telegraaf</b>	<--> 400	n.b.	2,37%	0,77%	1,59%
	401<--> 800	n.b.	1,16%	2,35%	1,62%
	801 <--> 1200	n.b.	2,31%	0,77%	1,46%
	1201 <--> 1600	n.b.	n.a.	0,37%	0,37%
	1600 -->	n.b.	n.a.	n.a.	n.b.
<b>NRC</b>	<--> 400	2,16%	2,36%	1,18%	1,88%
	401<--> 800	1,38%	1,45%	0,83%	1,20%
	801 <--> 1200	1,08%	1,11%	1,59%	1,26%
	1201 <--> 1600	0,89%	0,97%	0,44%	0,77%
	1600 -->	0,35%	0,67%	0,47%	0,51%
	1-1t	1,52%	2,25%	1,12%	1,69%
	2-1t	1,00%	1,32%	1,34%	1,26%
	3-1t	0,99%	1,48%	1,16%	1,24%
	4-1t	0,82%	0,85%	0,95%	0,87%
	5-1t	0,41%	0,72%	0,79%	0,67%
	ÿ	<b>0,94%</b>	<b>1,33%</b>	<b>1,07%</b>	

**Tabel 14** | Het gemiddelde percentage van de verkiezingsartikelen wat een partijnaam betreft uitgesplitst naar artikellengte. Zie voor verdere toelichting grafiek 13.



Grafiek 12 | Trends voor het gebruik van partijnamen uitgesplitst naar verschillende artikellengtes. Er is te zien dat de lengte van artikelen ook een behoorlijke invloed heeft op het percentage woorden dat de naam van een partij betreft. Van 1998 t.o.v. 2006 is er voor alle artikellengtes een lichte stijging te zien in het relatieve gebruik van de naam van partijen. Alleen voor de artikelen onder de 400 woorden is er een daling te zien.

Uit bovenstaande tabellen en grafieken is af te lezen dat de lengte van artikelen over de jaren gedaald is en dat deze daling een effect heeft gehad op de gevonden stijgingen zoals uiteengezet in bijlage 3. Op basis van de bovenstaande grafieken kan ik sterker gegronde uitspraken doen, omdat de artikellengte in de subcategorieën in deze weergaves constant is gehouden. Als er dus tussen 1998 en 2006 een stijging te zien is in deze subcategorieën dan is deze stijging geen gevolg van een daling in artikellengtes. Als we de hierboven gehanteerde, constant gehouden samenvoegen in een grafiek dan komt hier een min of meer vergelijkbare trend uit als de trend die is gevonden in het kerndeel en bijlage 3. Voor een goede interpretatie is het belangrijk om te weten dat er bij onderstaande grafiek expliciet niet gewogen is naar het aantal krantenartikelen. Dan zou hier immers exact dezelfde trend uitkomen als in bijlage 2.



Grafiek 13 | Trends op basis van gemiddelden van het percentage lijsttrekkers en partijnamen, constant gehouden voor artikellengte. Er is te zien dat zowel het relatieve aantal vermeldingen van lijsttrekkers als van partijnamen tussen 1998 en 2006 licht gestegen is. (van 0,51% naar 0,67% voor de lijsttrekkersnamen, en van 0,84% naar 1,07% voor het relatieve aantal van partijnamen). In 2002 is er een piek (naar 1,5%) in het gebruik van de namen van partijen.