



*Startdocument Profielwerkstuk Media en communicatie (UvA-opleiding
[Communicatiewetenschap](#))*

Onderwerp: Personalisering van politiek in de media

De media informeren burgers over politiek en spelen dus een belangrijk rol in de democratie. Maar sinds de jaren '90 van de vorige eeuw is er ook een toenemende druk op de media om genoeg lezers of kijkers te bereiken. Volgens wetenschappers proberen de media de berichtgeving daarom zo interessant mogelijk te maken en zo snel mogelijk te publiceren. Dit verschijnsel wordt *medialogica* genoemd.

Sommige wetenschappers stellen dat deze medialogica het gevolg heeft dat nieuws negatiever is geworden, meer gericht op politieke strijd en dat er de politiek gepersonaliseerd wordt in de berichtgeving. Dit laatste is een interessant onderwerp voor een profielwerkstuk.

Personalisering van de politiek in de media betekent dat er steeds meer aandacht is voor politici en steeds minder voor politieke partijen. Denk bijvoorbeeld aan Jesse Klaver en *GroenLinks* of aan Emmanuel Macron en zijn partij *En Marche!*, waar Macron zelf in het begin het enige lid van was. Maar personalisering van de politiek is niet nieuw. Denk aan John F. Kennedy of Margaret Thatcher die bekend zijn als vooraanstaande politici.

Onderzoeksvragen:

Binnen dit onderwerp kunnen verschillende onderzoeksvragen worden beantwoord:

- Is er wel sprake van toenemende personalisering van de politiek? Krijgen politici inderdaad steeds meer aandacht in de media ten opzichte van politieke partijen?
- Is het politieke nieuws in Nederland meer of minder gepersonaliseerd dan in andere landen?
- Is de personalisering van de politiek sterker in de traditionele media (kranten, omroepen) dan op het internet (nieuws sites, blogs) of juist andersom?
- Waar besteden de media aandacht aan wanneer aandacht aan politici geven? Aan hun professionele kenmerken of hun persoonlijke kenmerken?
- Is personalisering van de politiek positief voor de ontwikkeling van de democratie? Wat hebben burgers aan de informatie over politici die zij krijgen?

Methode:

Deze onderzoeksvragen kunnen over het algemeen het beste beantwoord worden met een inhoudsanalyse. Verzamel nieuwsberichten en codeer of, hoeveel en wat voor soort aandacht wordt besteed aan politici en aan politieke partijen.

Literatuur:

- Langer, A.I. (2007). A Historical Exploration of the Personalisation of Politics in the Print Media: The British Prime Ministers (1945–1999), *Parliamentary Affairs*, 60(3), 371–387
- Van Santen, R. & Van Zoonen, L. (2009). Stand van de wetenschap: Popularisering en personalisering in politieke communicatie, *Tijdschrift voor Communicatiewetenschappen*, 37(2), 155–176
- Vliegthart, R., Boomgaarden, H.G., & Boumans, J.W. (2011). Changes in Political News Coverage: Personalization, Conflict and Negativity in British and Dutch Newspapers, in K. Brants & K. Voltmer (eds.) *Political Communication in Postmodern Democracy* (pp. 92–110). Basingstoke: Palgrave MacMillan

Meer informatie over Communicatiewetenschap vind je op de [UvA-website](#).