



## Impact van Pauw & Witteman

Meer weten?

### Internet

- [www.nieuwsmonitor.net](http://www.nieuwsmonitor.net)
- Twitter: *@Nieuwsmonitor*

### Onderzoekers

#### **Nel Ruigrok**

- 06 27 588 586
- [nelruigrok@nieuwsmonitor.net](mailto:nelruigrok@nieuwsmonitor.net)

#### **Joep Schaper**

#### **Kasper Welbers**

#### **Carina Jacobi**

#### **Pauline van der Beek**

#### **Sandra Wagemakers**

Amsterdam, mei 2012

## → Inleiding

Na het stoppen van Barend & Van Dorp dook de VARA in het *late night talkshow* gat met Pauw & Witteman. Op 4 september 2006 ging het programma van start met onder andere Mariska Hulscher, die kwam uitleggen waarom haar showbizhuwelijk zo snel was gestrand. Het leidde in de krant tot kritische noten. Zo schreef Wim de Jong in *de Volkskrant* van 4 september 2006 “maak u op voor brede, 'vraaggestuurde' publieke tv”. Enkele weken later schreef Cornald Maas in *de Volkskrant*: “Alle talkshows doen het op z'n Barend & Van Dorps”. Volgens hem was het verschil “Pauw en Witteman worden niet gehinderd door het moralisme en expliciete engagement dat bij Frits en Henk paste en hen ook wel sierde” (23 september 2006).

Niettemin zorgt het programma regelmatig voor televisie- en journalistieke hoogtepunten. Spraakmakende interviews met onder anderen Wouter Bos, Bram Moszkowicz, Joran van der Sloot, Dirk Scheringa en Mohammed Enait leidden tot beroemde televisiefragmenten. De vraag blijft echter: hoe invloedrijk is de talkshow eigenlijk? In dit rapport gaan we hierop in. Allereerst beschrijven we wat wij onder impact verstaan en betrekken daarbij het niveau van het publiek, de media-agenda en de politiek. Daarna gaan we in op de verschillende gasten die in het programma zijn ontvangen en berekenen we de eerder omschreven impact. Deze impact vergelijken we met andere nieuws- en actualiteitenprogramma's van de publieke omroep, en het RTL Nieuws.

## → Media-impact in een democratische samenleving

Voor televisieprogramma's geldt dat ze het goed doen als ze 'het gesprek bij de koffieautomaat zijn'. De makers van een televisieprogramma willen dat zoveel mogelijk mensen naar het programma kijken dat de mensen die het programma gemist hebben spijt krijgen en de volgende keer wel voor de televisie zitten. Deze impact komt voor televisieprogramma's tot uitdrukking in de kijkcijfers. De strijd om de kijkcijfers in Hilversum is hard: “alles voor de kijkcijfers?” aldus *de Volkskrant*, naar aanleiding van een debat over mediahypes. Het antwoord op deze vraag lijkt bevestigend te zijn. Zo betoogde Bram Peper op het congres: “De diepe maatschappelijke crisis heeft ook zijn weerslag op de media (...) Het kortetermijndenken en het marktdenken overheersen”. Hoewel kijkcijfers belangrijk zijn, zegt dit niet alles over de impact van een programma. Een veel bekeken programma hoeft niet per se impact te hebben op de samenleving, zeker niet waar het gaat om de impact van media op de democratie. Kijkend vanuit dit perspectief kunnen we impact van media op de democratische samenleving omschrijven als *de mate waarin een mediatitel bijdraagt aan de informatievoorziening en meningsvorming van betrokken actoren over politiek en beleid*. In onze huidige samenleving bestaan deze betrokken actoren naast het publiek uit de politieke actoren en de media. Media vormen de intermediair tussen het publiek en de politiek en hebben daarmee een belangrijke invloed op de meningsvorming van het publiek.

De *agenda setting* theorie gaat ervan uit dat media niet direct de meningen van het publiek beïnvloeden, maar wel beïnvloeden waarover mensen denken en hun mening vormen (McCombs, Shaw, 1972). De onderwerpen waarover mensen hun mening vormen noemen we de publieksagenda. Naast de publieksagenda is er nog de media-agenda. Dit zijn de onderwerpen waarover de media op een moment over berichten. Als laatste is er nog de politieke agenda, de onderwerpen die worden besproken in de Haagse politieke arena. De verschillende agenda's beïnvloeden elkaar. Zo kan een medium door aandacht te besteden aan een bepaald onderwerp ervoor zorgen dat andere media het overnemen, waardoor het publiek het onderwerp ook belangrijk gaat vinden. Ook de politiek zal zich met het onderwerp bezig houden als het hoog op de media- en publieksagenda staat. Dit proces is een constante wisselwerking. Ook politici kunnen succesvol aandacht vragen voor een onderwerp dat zij belangrijk vinden. Media en publiek nemen dat onderwerp soms ook over. In de impactmeting onderscheiden we de drie agenda's en kijken we welk actualiteiten- discussieprogramma op welke agenda de meeste invloed heeft.

## → Invloed op het publiek

Met de media als belangrijkste bron van informatie voor het overgrote deel van het electoraat spelen zij een belangrijke rol in de totstandkoming van het politieke bewustzijn van het publiek. Eerder

onderzoek heeft uitgewezen dat er een invloed uitgaat van de berichtgeving op het stemgedrag van de kiezers tijdens de campagne (Kleinnijenhuis et al. 2007).

Kortom, het gaat om een combinatie van het bereik en de waardering die wordt gegeven aan een mediatitel om de impact van een medium te bepalen. Voor het publiek is dit onder andere gedaan in het zogenaamde Mediagebruikersrapport. Dit onderzoek uit 2010, in opdracht van de Rijksvoorlichtingsdienst en in samenwerking met de Dienst Publiek en Communicatie van ministerie van Algemene Zaken, uitgevoerd door onderzoeksbureau Veldkamp, laat zien dat de nieuwsprogramma's van *NOS* en *RTL4* voor de burgers de meest belangrijke titels zijn. Daarnaast nemen *Teletekst* en *NU.nl* een prominente plaats in. Ook meer opiniegerichte mediatitels, zoals *Radar*, *Kassa*, *De Wereld Draait Door* en ook *Pauw & Witteman* blijken relatief veel impact te hebben.

### → Invloed op de politiek

Wanneer we de impact van de media op de democratische samenleving nader beschouwen dan kunnen we naast de kijkcijfers ook kijken naar de mate waarin een mediatitel erin slaagt om het politieke proces te beïnvloeden. Deze komt onder andere tot uitdrukking in de mate waarin de Kamervragen gebaseerd zijn op de berichtgeving afkomstig van een mediatitel.

Een journalist kan een misstand aan de kaak stellen waar de politiek vervolgens een oplossing voor probeert te vinden. Zo kan de impact van berichtgeving in doordringen in het landsbestuur. Mediaberichtgeving is vaak aanleiding tot Kamervragen (zie eerder onderzoek van de Nieuwsmonitor: '[Regeert de waan van de dag?](#)'). Kamervragen refereren in zo'n geval aan het medium dat het nieuws naar buiten bracht. Een programma kan zo onderwerpen op de politieke agenda krijgen. Via de bronnen van de Kamervragen meten we de politieke invloed.

### → Invloed op andere media

Een derde en steeds belangrijker wordende invloed op de agenda van de media is de berichtgeving zoals gevonden in andere media, oftewel de intermedia-invloed (Danielian and Reese 1989). Zeker wanneer we kijken naar de impact van een medium is het van belang deze invloed ook in ogenschouw te nemen.

De intermedia-invloed ontstaat wanneer andere media of een specifiek medium invloed uitoefenen op de inhoud van het nieuws. Gans (1979: 126) stelt dat wanneer een artikel verschijnt in het nieuws van een ander dagblad, het reeds is beoordeeld als nieuwswaardig. Op die manier wordt de journalist gevrijwaard van een eigen beslissing. Eerder onderzoek heeft aangetoond dat in de VS de *New York Times* een belangrijke agenda-setting rol heeft ten aanzien van de andere dagbladen (Danielian and Reese 1989, p.41, Breen 1997). Een artikel op de voorpagina van de *New York Times* legitimeert de keuze voor dit onderwerp voor de andere kranten. Onderzoek naar intermedia effecten in Nederland laat een duidelijk verschil zien tussen de onderwerpen waarover wordt gerapporteerd. Waar het gaat om buitenlands nieuws, zoals de berichtgeving rondom Bosnië, volgt *De Telegraaf* het nieuws van zowel *de Volkskrant* en *NRC Handelsblad* (Ruigrok, 2005). Echter, waar het gaat om politiek nieuws in Nederland laat onderzoek zien dat *De Telegraaf* qua agendavorming het meest toonaangevend is (Kleinnijenhuis, 2003).

Deze intermedia-invloed kan op verschillende wijze doorwerken naar het publiek. Zo kan er sprake zijn van zogenaamde synergie-effecten. Nieuws kan de consument via verschillende kanalen bereiken. Indien een nieuwsbericht in diverse media verschijnt, vergroot dit niet alleen de kans dat dit bericht de consument daadwerkelijk bereikt, het kan er ook voor zorgen dat het uiteindelijke effect wordt versterkt. Er kunnen zogenaamde synergie-effecten optreden waardoor het totaaleffect groter zal zijn dan de som van de deeleffecten. Dergelijke synergie-effecten zijn reeds gevonden voor reclameboodschappen (Dijkstra, 2002). Daarnaast geldt volgens de two-stepflow theorie dat de directe invloed van de media beperkt is en komt de beïnvloeding van het grote publiek tot stand via interpersoonlijke communicatie. Juist de synergie effecten kunnen deze beïnvloeding vergroten.

## → De berichtgeving van talkshows

Nieuws is geen gegeven, maar een keuze; het resultaat van beslissing van journalisten. Zij beslissen uit de veelheid van gebeurtenissen welke relevant zijn voor hun publiek. Zij selecteren gebeurtenissen op nieuwswaarde. Dit geldt zeker waar het de talkshows betreft in hun keuze van de gasten. Het nieuws dat wordt besproken krijgt in de talkshow een 'gezicht'. Daar komt bij, in het geval van de politieke gasten, dat zij de gelegenheid hebben om hun standpunt omtrent het onderwerp over het voetlicht te brengen. Uit onderzoek blijkt een aantal criteria die altijd gelden voor nieuwswaardigheid:

- Conflict en negativiteit: conflict tussen actoren en slecht nieuws is nieuwswaardiger dan overeenstemming tussen actoren en goed nieuws;
- onverwacht en niet-ambigu: onverwacht, helder nieuws, is eerder nieuws dan een complexe gebeurtenis die al op de agenda stond;
- macht en personalisering: gebeurtenissen, vooral rond machtige landen en bekende, machtige personen worden eerder nieuws dan abstracte ontwikkelingen;
- nabijheid: hoe herkenbaarder het nieuws door geografische- of culturele nabijheid, hoe eerder de gebeurtenis nieuws wordt;
- continuïteit en compositie: wanneer een gebeurtenis eenmaal nieuws is, is de kans dat het nieuws blijft groter. Dit hangt ook sterk af van de rest van de agenda. Wanneer er al een aantal items over een onderwerp worden gepubliceerd is de kans minder groot dat de gebeurtenis nieuws wordt.

Hoe meer van deze factoren in een verhaal voorkomen en hoe meer ze scoren, des te hoger wordt voor het medium de nieuwswaarde, en des te groter de kans dat een verhaal daar nieuws wordt. Combinaties van deze factoren zorgen daardoor meteen voor een hogere nieuwswaarde. Denk aan de aardbeving (omvang, zeldzaamheid) in Japan en het ski-ongeluk van Prins Friso (macht en personalisering, nabijheid). Hoe belangrijker de gebeurtenis, des te nieuwswaardiger de gast in de uitzending. De invloed die uitgaat van de uitzending zal hierdoor ook worden beïnvloed. Het aantal kijkers zal toenemen en ook de invloed op andere media zal toenemen. Immers, als een machtig persoon in de talkshow iets zegt over een belangrijke gebeurtenis, zal dat in de andere media worden vermeld. Ten slotte kan bij groot nieuws, zeker waar het een onthulling betreft, de invloed op de politiek toenemen. De kans dat de Tweede Kamer zich met het onderwerp gaat bemoeien wordt groter.

## → Methode

De impact van de televisieprogramma's meten we op drie niveaus: 1) het publiek, 2) media-agenda en 3) de politiek. De invloed op het publiek meten we door te kijken naar hoeveel mensen op het programma afstemmen, de kijkcijfers. Daarnaast kijken we naar de *spraakmakendheid* van een programma, de mate waarin er over een programma wordt gesproken. Programma's met weinig kijkers kunnen door controversieel te zijn of misstanden aan te kaarten toch veel besproken zijn in het café, koffiehuis of aan de eettafel. Dit is om praktische redenen moeilijk meetbaar. Echter, Twitter verschaft een soort virtueel publiek gesprek. Via *topsy.com* valt te achterhalen hoe twitteraars de titels noemen in hun tweets en zo kunnen we spraakmakendheid op Twitter meten. We meten de invloed op de media-agenda door te onderzoeken hoe vaak de programma's in de dagbladen worden genoemd. Voor de politieke invloed analyseren we hoe vaak de verschillende programma's als bron dienen van Kamervragen.

De onderzoeksperiode loopt van 1 januari 2008 tot en met 11 mei 2012, de laatste uitzending van P&W voor de zomerstop van 2012. De onderzochte dagbladen zijn *de Volkskrant*, *NRC Handelsblad*, *De Telegraaf*, *Trouw*, *AD*, *Splits* en *Metro*. Om de televisieprogramma's op Twitter, in de dagbladen en in Kamervragen te kunnen zoeken zijn voor ieder programma lijsten met zoektermen opgesteld om niet alleen op de volledige naam, maar ook de afkorting en alternatieve spellingwijze ('&' of 'en') te kunnen zoeken.

## → Gasten aan tafel

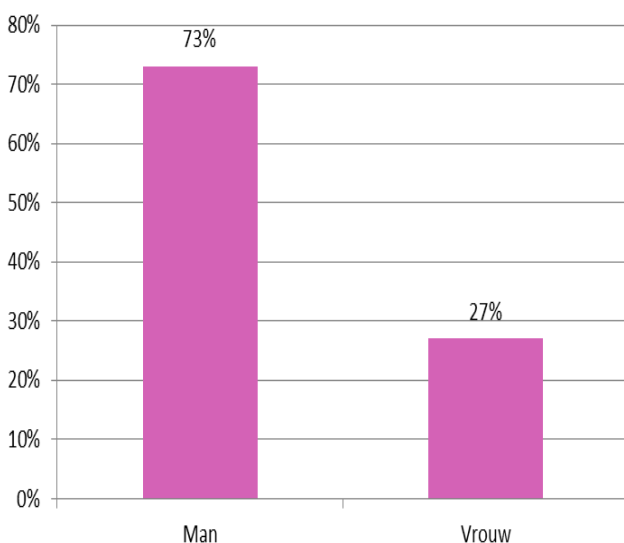
Naast deze impactstudie kijken we ook wie er zorgt voor deze impact: oftewel, de gasten aan tafel.

De gasten sinds januari 2008 zijn ingedeeld op geslacht, functie en, in het geval van politici, politieke partij. Dit geeft een globaal beeld van wat de kijker van P&W voorgeschoteld krijgt. Dit is van belang, omdat een invloedrijk programma een zekere verantwoordelijkheid heeft om op verschillende gebieden een evenwichtig beeld te bieden. Natuurlijk valt uit de analyses niet op te maken of vrouwen bijvoorbeeld anders worden bejegend dan mannen, of PvdA'ers anders worden geïnterviewd dan VVD'ers. De vermeende vrouwonvriendelijkheid of links of rechtse oriëntatie van het programma wordt niet uitputtend onderzocht. Toch laten deze cijfers zien of er inderdaad meer mannen dan vrouwen aan tafel zitten. Daarnaast is het in de politiek belangrijk voor een partij dat de politici zich kunnen profileren in de media en naamsbekendheid krijgt. Als er over langere tijd verhoudingen van gasten niet evenwichtig zijn, dan krijgt de ene partij meer de kans zich voor een miljoenenpubliek te laten zien dan een andere partij.

**Tabel 1: Top 10 Mannen & vrouwen**

Nr.	Naam	Functie	Aantal	Naam	Functie	Aantal
1	Bart Chabot	Cultuur	37	Femke Halsema	Politiek	25
2	Frits Wester	Journalist	34	Agnes Kant	Politiek	12
3	Alexander Pechtold	Politiek	28	Petra Stienen	Expert	11
4	Peter Paul de Vries	Bedrijfsleven	22	Jolande Sap	Politiek	9
5	Wouter Bos	Politiek	19	Rita Verdonk	Politiek	9
6	Peter R. de Vries	Journalist	17	Ingeborg Beugel	Journalist	8
7	Job Cohen	Politiek	17	Monique Samuel	Expert	8
8	Bram Moszkowicz	Juridisch	17	Agnes Jongerius	Maatschappelijk	8
9	Hero Brinkman	Politiek	16	Nebahat Albayrak	Politiek	8
10	Peter Verhaar	Bedrijfsleven	15	Neelie Kroes	Politiek	7

De gast die het vaakst aan tafel heeft gezeten is Bart Chabot. De schrijver schuift meestal aan in zijn rol als politiek commentator. Journalist Frits Wester zat sinds 2008 34 keer bij P&W, ook als politiek commentator. Hierna volgt Pechtold en op de vierde plek de eerste vrouw: Femke Halsema. Zij kwam sinds 1 januari 2008 25 keer als gast bij Pauw & Witteman. De niet-politieke gast die het vaakst aanschuift is Peter Paul de Vries die het bedrijfsleven becommentarieert. Verder valt op dat Agnes Kant, na Halsema, de vrouw is die het vaakst te gast is in de talkshow. Zij was 12 maal te gast. Hiermee zou ze overigens niet in de top 10 voorkomen als die uit zowel mannen als vrouwen zou zijn ingedeeld.



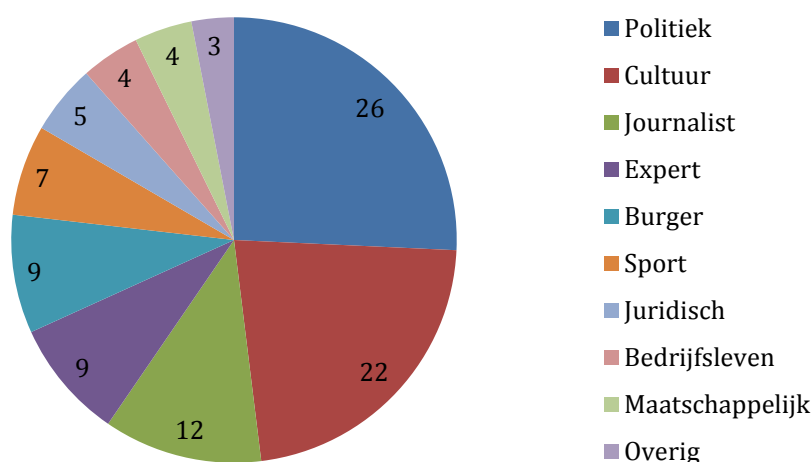
De scheve verhouding tussen mannelijke en vrouwelijke gasten zien we ook terug als we de totale verdeling van gasten naar geslacht uitsplitsen. 2364 mannen schoven aan, om 858 vrouwen: 73 procent om 27 procent. Dit ligt wel iets boven het gemiddeld aantal geïnterviewde vrouwen bij de publieke omroep<sup>1</sup>. Voor deze ondervetegenwoordiging van vrouwen zijn verschillende mogelijke oorzaken. De eenvoudigste is dat in de topposities van het bedrijfsleven, de politiek en de maatschappij vrouwen nog altijd minder vertegenwoordigd zijn dan mannen. Media volgen en controleren de macht, die dus vooral in handen is van mannen.

<sup>1</sup> Nieuws en Actualiteiten 2011: Diversiteit en Pluriformiteit in Medialand? (De Nederlandse Nieuwsmonitor, maart 2012).

## Figuur 1: Verdeling gasten - geslacht

Pauw & Witteman is een behoorlijk politiek programma. Ruim een kwart van de gasten is politicus. Gemiddeld zit er elke avond wel een politicus aan tafel. Bij P&W schuiven ook niet alleen de partijleiders aan. Tussen januari 2008 en mei 2012 tellen we 108 verschillende politici. 'Gewone' Kamerleden en zelfs lokale politici komen aan bod. Ook de cultuur- en entertainmentsector is sterk vertegenwoordigd met 22 procent. Hierna volgen de 'duiders'; journalisten en experts. Ongeveer 1 op de 10 gasten zit niet beroepsmatig aan tafel, maar heeft iets bijzonders meegemaakt, of is slachtoffer of verdachte in een zaak. Deze categorie noemen we 'burger'. Ook sporters zijn regelmatig aan tafel te zien.

## Figuur 2: Verdeling van gasten naar functie in 2008 - 2012



We zagen zojuist dat een groot deel van de gasten politicus is. Maar hoe is deze groep verdeeld naar politieke partij? Van een late night talkshow van de publieke omroep mag je verwachten dat de politieke gasten 'eerlijk' over de partijen verdeeld zijn. Waarbij we 'eerlijk' definiëren als afspiegeling van de macht van de partij, uitgedrukt in aantal zetels in de Tweede Kamer. Uitgaande van deze gedachte is het logisch dat grotere partijen vaker in P&W komen en uit eerder [onderzoek](#) van de Nederlandse Nieuwsmonitor blijkt dat media vooral de macht volgen. Dat meewegende zouden CDA, VVD, PvdA en VVD wat meer aandacht krijgen dan de andere partijen, omdat deze partijen sinds 2008 in kabinetten (Balkenende IV en Rutte I) hebben gezeten.

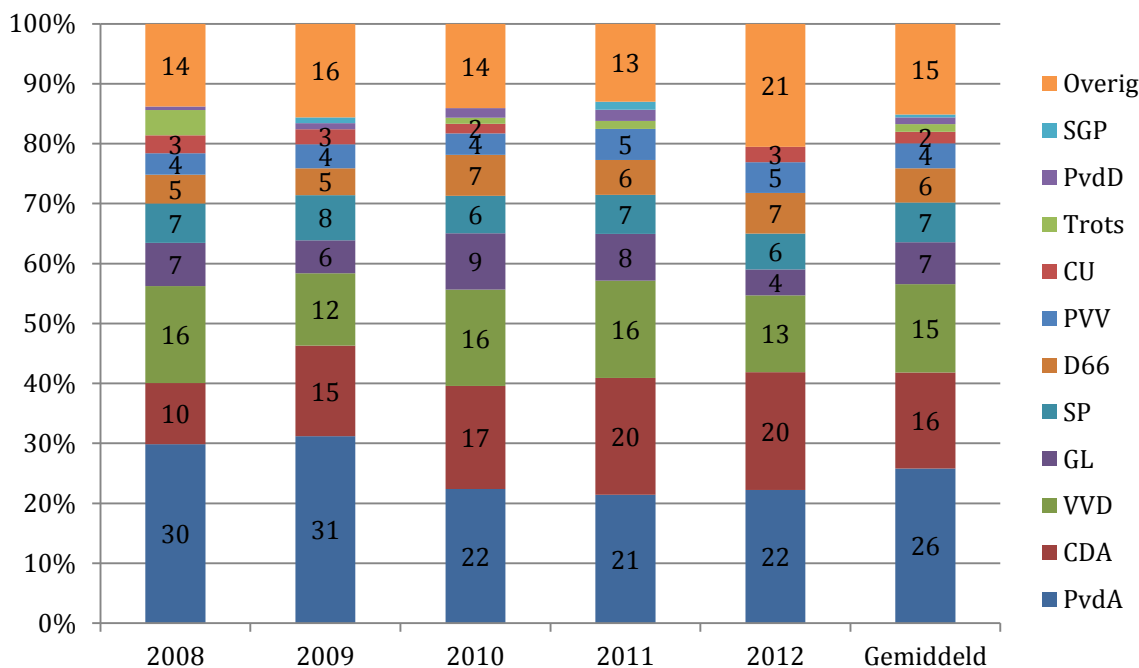
Figuur 3 geeft de verdeling over de verschillende politieke partijen. De rechterkolom geeft het gemiddelde over de gehele periode weer. Naast het grote aantal verschillende Kamerleden valt op dat er bij het programma ook ruimte is voor lokale politici. Eén op de zes politici aan tafel is een lokale politicus of burgemeester.

Kijken we naar de verdeling over de partijen dan valt direct het hoge aantal PvdA-politici op dat in P&W aan tafel schoof. Ruim een kwart van de politici, 26 procent, is afkomstig van de Partij van de Arbeid. Dit percentage is in de jaren 2008 en 2009, toen de partij met het CDA en de CU een regering vormde, zelfs boven de 30%. Echter, het percentage blijft hoog in de tijden dat de partij in de oppositie is beland. In de jaren 2010, 2011 en 2012 was een op de vijf politici van PvdA-huize. Dit is des te opvallender omdat de partijen in de regering, het CDA en de VVD in die jaren minder vertegenwoordigd waren aan tafel dan de leden van de grootste oppositiepartij.

De SP en de PVV blijven achter in het deel van de politieke gasten aan tafel. Voor de SP zal met name gelden dat ze in de onderzoeksperiode niet in de regering zaten en niet de grootste oppositiepartij waren. De PVV is een ander verhaal. Die hebben in andere media niet te klagen over de hoeveelheid

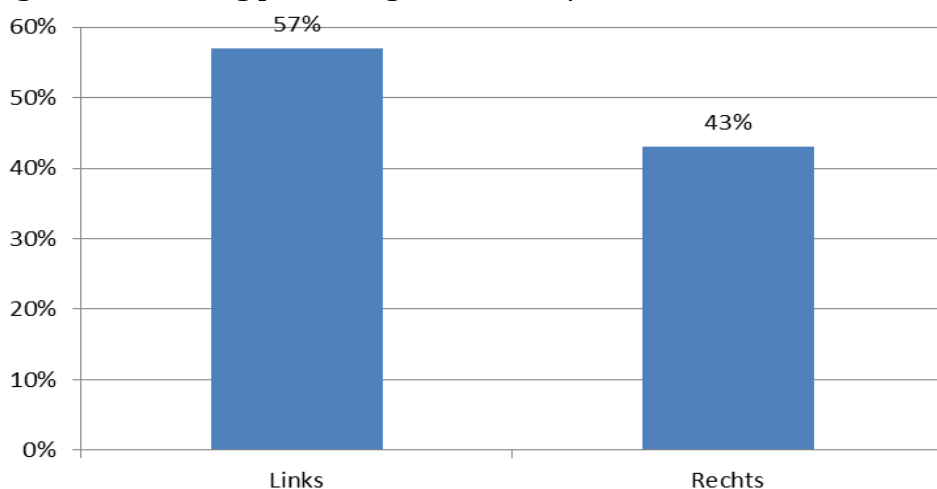
aandacht<sup>2</sup>. Eén van de verklaringen is het feit dat partijleider Geert Wilders weigert bij P&W te komen. Voormalig PVV-Kamerlid Hero Brinkman en Kamerleden als Fleur Agema en Dion Graus zaten wel zo nu en dan aan tafel.

**Figuur 3: Verdeling gasten – politieke partij**



Als we het aantal politieke gasten verdelen over links-progressief en rechts-conservatief blijkt ook dat gasten van linkse politieke partijen zijn oververtegenwoordigd. 57 procent van de politici zijn links/progressief, om 43 procent rechts/conservatief. Sinds kabinet Rutte I trekt de verdeling wel wat bij. In 2012 was het 52 procent om 48 procent. Op basis van de zetelverdeling in de Tweede Kamer zouden we juist iets meer aandacht voor rechts verwachten. Over het algemeen volgen de media de macht. Dat wil in kranten vaak zeggen dat er meer aandacht is voor de plannen van het kabinet dan voor die van de oppositie. Het zou kunnen dat dit in talkshow-land eerder betekent een podium geven voor de oppositie om een kritische blik op de kabinetsplannen te werpen. In het geval van P&W zien we echter dat zij toch voornamelijk de PvdA volgen.

**Figuur 4: Verdeling politieke gasten – links/rechts tussen 2008 en 2012**



\*Linkse partijen: PvdA, GL, SP, D66, CU, PvdD. Rechtse partijen: CDA, VVD, PVV, Trots, SGP<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Zie "Het Mediapodium van Wilders (1 augustus 2010) op [www.nieuwsmonitor.net/d/60/wilders\\_podium2\\_pdf](http://www.nieuwsmonitor.net/d/60/wilders_podium2_pdf)



## → Impact

Om de impact van Pauw & Witteman te meten vergelijken we het programma met andere nieuws- of discussieprogramma's: *De Wereld Draait Door*, *Knevel en Van den Brink*, *Nieuwsuur*, *EénVandaag*, het *NOS Journaal* en *RTL Nieuws*. Alle gegevens zullen gewogen worden naar het aantal uitzendingen dat een programma gedurende de onderzoeksperiode heeft uitgezonden. Zo kunnen we de programma's die minder vaak uitzenden (*KvdB*) en programma's die vaker uitzenden (*NOS Journaal*) toch met elkaar vergelijken. De gegevens van *Nieuwsuur* zijn steeds opgeteld bij die van voorganger *Nova*.

**Tabel 2: Totaal aantal uitzendingen tussen 1 januari 2008 en 12 mei 2012**

P&W	DWDD	KvdB	Nieuwsuur/Nova	EénVandaag	NOS Journaal	RTL Nieuws
758	708	167	1456	915	1593	1593

De dagelijkse programma's *Nieuwsuur*, *NOS Journaal* en *RTL Nieuws* vertegenwoordigen duidelijk de meeste uitzendingen. *Nieuwsuur* komt daar vlak achteraan met ruim 1456 uitzendingen, omdat in de tijd van *Nova* er nog geen uitzendingen op zondag waren. Deze drie programma's kennen ook geen zomerstop. *EénVandaag*, *Pauw & Witteman* en *De Wereld Draait Door* zenden niet uit tijdens de zomer (*EénVandaag* wel in 2009). *EénVandaag* heeft geen uitzending op zondag, *Pauw & Witteman* en *De Wereld Draait Door* alleen door de week. *Knevel en Van den Brink* hebben de minste uitzendingen omdat dit programma alleen uitzendt op doordeweekse dagen tijdens de zomermaanden. De tweets, het aantal krantenartikelen en de Kamervragen zullen door het aantal uitzendingen gedeeld worden om de gegevens te kunnen vergelijken.

## → Impact op de kijkers

Een eerste aspect van impact heeft te maken met de rol van het medium in het publieke debat. Met zoveel politici aan tafel vormen P&W een belangrijke informatiebron voor de burgers. Deze mate van impact bekijken we aan de hand van de kijkcijfers voor de diverse programma's. In tabel 3 staan deze per programma per jaar weergegeven.

**Tabel 3: Gemiddeld aantal kijkers per uitzending (keer 1.000 kijkers)**

	P&W	DWDD	KvdB	Nieuwsuur	EénVandaag	NOS Journaal	RTL Nieuws
2008	1.024	958	783		800	1.709	928
2009	1.088	982	872		840	1.821	987
2010	1.102	920	924	728	964	1.860	1.120
2011	1.052	988	890	750	957	1.885	1.226
2012	1.143	1.004	1.010	734	1.103	1.862	1.294

\*Bron: Stichting Kijk- en Luisteronderzoek van de Nederlandse Publieke Omroep

Structureel trekt het *NOS Journaal* de meeste kijkers. Een kleine 2 miljoen mensen stemmen rond 8 uur op dit programma af. Ook het *RTL Nieuws* van half 8 heeft een groot bereik. Gemiddeld rond de miljoen mensen kijken deze nieuwsuitzending. Van de actualiteitenprogramma's is *Pauw & Witteman* de grootste met gemiddeld ruim een miljoen kijkers, gevolgd door *De Wereld Draait Door*, *EénVandaag*, *Knevel en Van den Brink* en *Nieuwsuur*. Het gemiddeld aantal kijkers ligt niet ver van elkaar af.

**Tabel 4: Top 5 best bekeken uitzendingen**

Datum	Onderwerp	Aantal kijkers
4 februari 2008	Natalee Holloway	2.126.000
30 april 2009	Aanslag Apeldoorn	1.844.000
8 januari 2010	Schaatskoorts	1.775.000
19 oktober 2009	Faillissement DSB	1.609.000
17 februari 2012	Skiongeluk prins Friso	1.564.000

<sup>3</sup> Voor deze indeling is gekozen op basis van de kwadranten van [www.kieskompas.nl](http://www.kieskompas.nl). D66 en de PVV vallen daar op de links-rechts-as rond het politieke midden, maar zijn duidelijk respectievelijk progressief en conservatief.



Veruit de populairste uitzending van *P&W* was die met Peter R. de Vries en zijn team over zijn uitzending over de verborgen camera actie om Joran van der Sloot te laten bekennen. Op 4 februari 2008 stemden zo'n 2.126.000 mensen op de uitzending af. Ook de uitzending op Koningsdag 2009, toen een man inreed op het publiek en probeerde de bus van de Koninklijke familie te rammen werd door veel mensen bekeken (1.844.000). Een uitzending over schaatskoorts op 8 januari 2010, Dirk Scheringa over het faillissement van DSB (19 oktober 2009) en over het skiongeluk van prins Johan Friso (17 februari 2012) horen tot het rijtje best bekeken uitzendingen. Hieruit blijkt dat bij groot (binnenlands) nieuws veel mensen afstemmen op *P&W* (Apeldoorn, prins Friso).

Een tweede manier om de impact van het programma op het publiek te onderzoeken is door te kijken naar de tweets waarin de verschillende programma's worden genoemd. In tabel 5 geven we het aantal tweets weer over het programma.

**Tabel 5: Verhouding aantal tweets / aantal uitzendingen**

	<b>P&amp;W</b>	<b>DWDD</b>	<b>KvdB</b>	<b>Nieuwsuur</b>	<b>Eén- Vandaag</b>	<b>NOS Journaal</b>	<b>RTL Nieuws</b>
Aantal tweets	30.991	30.164	3.175	12.089	8.155	9.604	2.580
Aantal uitzendingen	758	708	167	1456	915	1593	1593
Verhouding Tweets/ Uitzendingen	40,9	42,6	19	8,3	8,9	6	1,6

Bron aantal tweets: [www.topsy.com](http://www.topsy.com)

\*Aantal tweets is een indicatie. Zoektermen op twitter zijn problematisch. Veel twitteraars gebruiken 'Journaal', maar niet alleen voor het NOS Journaal. Ook de afkorting '1V' voor EénVandaag komt voor, maar zit ook in veel (technische) afkortingen. Zowel 'Journaal' als '1V' is niet meegenomen, waardoor het aantal tweets voor deze programma's waarschijnlijk is onderschat.

*De Wereld Draait Door* en *Pauw & Witteman* zijn verreweg de programma's die het meest leven op Twitter, met iets meer dan 40 tweets per uitzending. Sinds januari 2008 wordt *DWDD* in 30.164 tweets genoemd. *P&W* komt in 30.991 tweets voor. De andere programma's worden beduidend minder vaak besproken op Twitter. Het programma van *Knevel en van den Brink* volgt op ruime afstand met gemiddeld 19 tweets per uitzending. Over de actualiteitenrubrieken *EénVandaag* en *Nieuwsuur* wordt tussen de 8 en 9 keer getweet per uitzending. Voor *EénVandaag* is dit waarschijnlijk een onderschatting, zie noot onder tabel 5. *Nieuwsuur* komt met 12.089 tweets nog wel boven de tienduizend uit. Over de nieuwsprogramma's *NOS Journaal* en *RTL Nieuws* wordt het minst getweet.

De kijkcijfers in ogenschouw nemend is het toch opvallend hoeveel er over *P&W* en *DWDD* wordt getweet in vergelijking met bijvoorbeeld het *NOS Journaal*. Klaarblijkelijk staat een hoog aantal tweets nog niet gelijk aan hoge kijkcijfers en andersom. Waarschijnlijk heeft dit te maken met het kijkpubliek van de programma's en het format. Het zou goed kunnen dat naar *P&W* en *DWDD* meer jongeren kijken die vaker twitteren dan het 'oudere' *Journaal* publiek of de *RTL Nieuws*-kijker of de *Nieuwsuur*-kijker. Ook het programmaformat zal een rol spelen. De discussies die in de praatprogramma's gevoerd worden lokken meer reacties uit dan een nieuwsbericht of reportage tijdens een reguliere nieuwsuitzending. *Pauw & Witteman* is hoe dan ook een belangrijke speler in het publieke debat en heeft invloed op welke kanten mensen van een verhaal horen en waarover wordt gesproken op Twitter.

## → Impact op andere media

Naast de publieke invloed is het interessant om te onderzoeken of andere media naar het programma verwijzen. Hiermee meten we de impact op de media-agenda. Journalisten van dagbladen gebruiken vaak nieuws- en actualiteitenprogramma's als nieuwsbron. Nieuws dat door een televisieprogramma is onderzocht en gebracht wordt soms herhaald in de ochtendbladen en kranten refereren daaraan. Een goed voorbeeld is een optreden van toenmalig PVV-Kamerlid Hero Brinkman die voor democratisering van de PVV pleitte in november 2010: "Brinkman zei maandag in Pauw & Witteman dat de partij een transparantere structuur moet krijgen" (*de Volkskrant*, 5 november 2010). Ook kan een gebeurtenis in het programma zelf aanleiding zijn tot nieuws, zoals het 'wijn-incident' tussen Joran van der Sloot en Peter R. de Vries. Een andere manier waarop een programma genoemd wordt in media is in recensies en columns over het programma als geheel of een aflevering. Tenslotte kan het programma zelf

onderwerp zijn van discussie. Voor dit onderzoek is het helaas niet mogelijk alle artikelen in te delen en zo de verhouding tussen deze soorten referenties te bepalen. Hoewel de vier manieren in wezen verschillen zijn het allemaal metingen van de spraakmakendheid in de media en daaraan gerelateerd de invloed op de media-agenda. Om deze reden nemen we de metingen samen.

Tabel 6 laat de verhouding zien tussen het aantal keer dat een programma in de krant en het aantal uitzendingen van de programma's. Het bovenste gedeelte laat het absolute aantal artikelen zien waarin een programma ten minste een keer is genoemd in de verschillende dagbladen. Het onderste deel geeft de verhouding aan tussen het aantal uitzendingen en het aantal artikelen waarin een programma is genoemd.

**Tabel 6: Verhouding genoemd in aantal artikelen per krant / aantal uitzendingen**

	P&W	DWDD	KvdB	Nieuwsuur	EénVandaag	NOS Journaal	RTL Nieuws
de Volkskrant	549	606	64	734	177	574	265
NRC Handelsblad	383	291	54	546	113	407	198
De Telegraaf	314	340	37	387	163	304	124
Trouw	335	245	57	454	99	398	158
Algemeen Dagblad	285	413	33	408	108	242	192
NRC Next	23	27	0	13	9	34	11
Sp!ts	106	210	14	164	169	152	191
Metro	53	108	9	136	54	74	130
<b>Totaal</b>	<b>2048</b>	<b>2240</b>	<b>268</b>	<b>2842</b>	<b>892</b>	<b>2185</b>	<b>1269</b>
Aantal uitzendingen	758	708	167	1456	915	1593	1593
de Volkskrant	0,7	0,9	0,4	0,5	0,2	0,4	0,2
NRC Handelsblad	0,5	0,4	0,3	0,4	0,1	0,3	0,1
De Telegraaf	0,4	0,5	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1
Trouw	0,4	0,3	0,3	0,3	0,1	0,2	0,1
Algemeen Dagblad	0,4	0,6	0,2	0,3	0,1	0,2	0,1
NRC Next	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sp!ts	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Metro	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
<b>Gemiddeld</b>	<b>2,7</b>	<b>3,2</b>	<b>1,6</b>	<b>2,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,4</b>	<b>0,8</b>

\*Leesvoorbeeld: P&W is tussen 2008 en mei 2012 in 549 artikelen van *de Volkskrant* genoemd. In alle dagbladen bij elkaar opgeteld is P&W in 2.048 artikelen genoemd. Per uitzending is P&W gemiddeld in 0,7 artikelen in *de Volkskrant* genoemd. Gemiddeld levert een uitzending van Pauw & Witteman 2,7 artikelen op.

Tussen januari 2008 en mei 2012 is *De Wereld Draait Door* in ruim 606 artikelen van *de Volkskrant* genoemd. Dat is bijna net zoveel als het aantal uitzendingen dat het programma tot dan toe gemaakt had. De meeste andere kranten noemen *DWDD* in verhouding tot het aantal programma's ook vaker dan de andere programma's. Dit geldt niet voor *NRC Handelsblad* en *Trouw*. Voor deze kranten is *P&W* een interessantere bron. *DWDD* is daarmee het programma met de meeste invloed op de media-agenda, gevolgd door *P&W* met een gemiddelde verhouding van uitzendingen en aantal krantenreferenties van 2,7. De andere programma's halen beduidend minder vaak het nieuws. *Knevel en Van den Brink* scoort zelfs iets lager dan *Nieuwsuur*. De kranten besteden uiteraard niet aan iedere uitzending evenveel aandacht. Een aantal uitzendingen levert helemaal geen referenties van andere media op, terwijl sommige anderen een stroom aan nieuws veroorzaken. De vier uitzendingen die tot de meeste aandacht in de dagbladen leidden staan aangegeven in tabel 7. Het gaat om Joran van der Sloot, Dirk Scheringa, Herman van Veen en Nebahat Albayrak.

**Tabel 7: De meest nieuwswaardige uitzendingen (meer dan 10 artikelen de volgende dag)**

Gast	Datum	Gebeurtenis
Joran van der Sloot	11 janurari 2008	Met Peter R. de Vries over verdwijning Natalee Holloway en wijn-incident
Dirk Scheringa	19 oktober 2009	Over faillissement van DSB Bank
Herman van Veen	9 november 2009	Bedreigingen omdat hij de PVV met NSB in verband had gebracht
Nebahat Albayrak	27 februari 2012	Strijd partijleiderschap en vrouwonvriendelijkheid van P&W

In twee van de vier meest nieuwswaardige uitzendingen gaat het deels over gebeurtenissen die aan tafel plaatsvonden. Bij de uitzending met Joran van der Sloot en Peter R. de Vries ging het nieuws vooral over 'het wijn-incident'. Na de uitzending gooide Van der Sloot zijn glas rode wijn midden in het gezicht van De Vries. Dit was niet te zien in het programma zelf, maar werd later naar buiten gebracht in *Nova*. Ook de uitzending met Nebahat Albayrak werd 'nieuws' om wat er aan tafel gebeurde. Jeroen Pauw raakte in discussie met Albayrak toen hij doorvroeg of het voor de lijsttrekkerverkiezing van de PvdA een voordeel is om een vrouw van Turkse komaf te zijn. De andere twee uitzendingen gingen over daadwerkelijke scoops die het programma had. Dirk Scheringa deed voor het eerst zijn verhaal over het faillissement van DSB Bank (*AD*, 21 oktober 2009). Herman van Veen vertelde over bedreigingen aan zijn adres nadat hij de PVV met de NSB had vergeleken. Beide verhalen leidden tot een groot aantal artikelen in de kranten een dag later.

### → Impact op andere media

De VARA heeft met *Pauw & Witteman* en *De Wereld Draait Door* twee programma's die zowel op de publieksagenda als op de media-agenda toonaangevend zijn. De kijkcijfers van beide programma's zijn goed, ze zijn het meest spraakmakend op Twitter en ook voor de dagbladen zijn beiden in vergelijking met de andere programma's een belangrijke bron van nieuws. Volgens de agenda-setting theorie heeft *P&W* dus invloed op waarover gesproken wordt door het publiek en waar andere media over schrijven. Rest de vraag hoe groot de directe invloed is van het programma op de politiek in Den Haag. Ruim een kwart van de gasten wordt gevormd door politici, dus kan er worden aangenomen dat het programma een belangrijke positie inneemt in de Haagse kringen. Om te bepalen wat de mate van de impact is, kijken we naar het aantal maal dat de verschillende programma's zijn genoemd in het publieke debat. Allereerst als bron van Kamervragen, vervolgens als referentie tijdens een Kamerdebat.

Tabel 8 geeft het aantal Kamervragen weer waarin gerefereerd wordt aan de televisieprogramma's. Deze zijn evenals in eerdere analyses gedeeld door het aantal uitzendingen om de relatieve impact te onderzoeken en om eerlijk te kunnen vergelijken tussen de programma's.

**Tabel 8: Verhouding aantal keer bron van Kamervraag / aantal uitzendingen**

	P&W	DWDD	KvdB	Nieuwsuur	EenVandaag	NOS Journaal	RTL Nieuws
2008	7	1	1	35	18	14	26
2009	5	2	0	27	25	27	26
2010	0	0	1	26	21	10	14
2011	3	1	0	18	15	10	17
2012	0	1	0	11	5	3	9
Totaal	15	5	2	117	84	64	92
Aantal uitzendingen	758	708	167	1456	915	1593	1593
Kamervragen per uitzending	0,02	0,01	0,01	0,08	0,09	0,04	0,06

Bron Kamervragen: [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl)

SP-Kamerlid Harry van Bommel probeerde in december 2008 door middel van Kamervragen opheldering te krijgen over het interview van toenmalig premier Balkenende bij *Pauw & Witteman*. Jan Peter Balkenende legde bij *Pauw & Witteman* uit dat de VS nog niet om formele steun in Afghanistan hadden gevraagd, maar Van Bommel nam geen genoegen met de antwoorden: "Wat zijn de «signalen» die u hebt gekregen van de adviseurs van de aanstaande president van de Verenigde Staten, Obama, om Nederland te vragen het verblijf in Afghanistan na augustus 2010 te verlengen?" *Pauw & Witteman* is

tussen 2008 en april 2012 in 15 Kamervragen aangehaald als bron. Dit is vaker dan andere praatprogramma's *De Wereld Draait Door* ( 5 maal) en *Knevel en Van den Brink* (1 maal), maar een stuk minder vaak dan de nieuwsprogramma's *Nieuwsuur*, *EénVandaag*, *NOS Journaal* en *RTL Nieuws*. *Nieuwsuur* was in 117 Kamervragen de bron. Ook verhoudingsgewijs valt het verschil tussen de talkshows en de nieuwsprogramma's op. 2 procent van de uitzendingen van *Pauw & Witteman* leidt tot een Kamervraag. Bij *EénVandaag* is dit 9 procent. Van de talkshows is *P&W* politiek het meest invloedrijk, maar doet duidelijk onder voor de andere programma's.

Een oorzaak hiervan ligt in de aard van de talkshows alsook in de bedoeling van de Kamervraag. Talkshows analyseren meer het nieuws dat de afgelopen dag in politiek en media naar voren is gekomen. Gasten leveren commentaar en voeren een discussie. Deze levert nieuwe context en nieuwe visies op, maar minder nieuws. De politiek is vooral geïnteresseerd in het feitelijke nieuws. Een Kamervraag zal niet zo snel gaan over de mening van een gast over bijvoorbeeld nieuwe cijfers van het Centraal Planbureau, maar eerder over de cijfers zelf, die eerder in een nieuwsprogramma naar voren zijn gekomen. De reacties en meningen die in talkshows naar voren komen zijn wel weer interessant voor andere media en voor het (al dan niet twitterende) publiek, maar minder interessant voor een Kamervraag.

Naast het aantal bronnen van Kamervragen hebben we onderzocht hoe vaak de verschillende programma's genoemd zijn in verschillende Kamerdebatten. *Pauw & Witteman* wordt in totaal in 45 debatten aangehaald. In verhouding tot het aantal uitzendingen is dit 0,06. In deze meting van impact komt *P&W* als tweede achter *Nieuwsuur* met 0,07. Daarna volgen *Knevel en Van den Brink* en *EénVandaag*. Deze cijfers zijn behoorlijk verschillend van de meting van Kamervragen.

**Tabel 9: Aantal keer dat een programma is genoemd in Tweede Kamerdebatten**

	P&W	DWDD	KvdB	Nieuwsuur	EénVandaag	NOS Journaal	RTL Nieuws
Genoemd in aantal debatten	45	15	7	97	41	52	37
Aantal uitzendingen	758	708	167	1456	915	1593	1593
<b>Genoemd per uitzending</b>	<b>0,06</b>	<b>0,02</b>	<b>0,04</b>	<b>0,07</b>	<b>0,04</b>	<b>0,03</b>	<b>0,02</b>

Bron handelingen: [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl)

*P&W* is blijkbaar een stuk invloedrijker in het debat dan in daadwerkelijke Kamervragen. Dat komt doordat politici in het debat vaak *Pauw & Witteman* aanhalen om een andere politicus te confronteren met zijn of haar uitspraken, of als retorisch trucje. Bijvoorbeeld minister-president Mark Rutte, in debat met André Elissen (PVV-Kamerlid) over de monarchie. Elissen bepleit een minder invloedrijke rol van het staatshoofd in de politiek, waar premier Rutte meent dat de inbedding nodig is om de neutraliteit te waarborgen:

### → P&W vs. DWDD

Welk van de twee kijkcijferkanonnen van de VARA is het meest politiek?

In eerder [onderzoek](#) van de Nederlandse Nieuwsmonitor hebben tussen 7 september 2011 en 30 november 2011 alle bronnen (gasten plus bronnen in reportages) geteld en ingedeeld. Ook zijn de eerste zinnen per item gecodeerd volgens de [NET-methode](#) om de onderwerpen te achterhalen. Uit de analyse blijkt dat slechts 9 procent van de geïnterviewden in *DWDD* politicus is; bij *P&W* is dit 21 procent<sup>1</sup>. De besproken onderwerpen geven een nog duidelijker beeld. Bij *DWDD* gaat bijna 60 procent van de onderwerpen over cultuur en media. Bij *P&W* is na cultuur en media (32%), economie en werkgelegenheid (25%), criminaliteit en veiligheid (10%), en sociale zekerheid en zorg (9%) veelbesproken onderwerpen. De onderwerpen zijn evenwichtiger verdeeld. De impact van *DWDD* op het publiek (kijkcijfers en Twitter) en op andere media is groter, maar voor de politiek is vooral *Pauw & Witteman* belangrijk, met meer aandacht voor politiek en politieke onderwerpen en een grotere impact in de Tweede Kamer.

“Het is nog wel de vraag wat dan naar de overtuiging van de heer Elissen moet gebeuren als de monarch 's avonds bij *Pauw & Witteman* of *De Wereld Draait Door* bepaalde maatschappelijke opvattingen zou geven, die naar zijn overtuiging in strijd zouden kunnen zijn met de aanpassing van de Grondwet die hij voorstelt, zonder constitutionele toetsing. Het is nog maar de vraag wat dat verder voor gevolgen heeft” (13 oktober 2011).

Een jaar eerder wordt *Pauw & Witteman* in een debat over de monarchie ook genoemd wanneer Kees van der Staaij (SGP) zich bijna laat verwarren door zijn eigen afkorting: “Door P&W - dat heb ik hier zo staan maar daarmee doel ik niet op Pauw en Witteman maar op de heren Pechtold en Wilders - is ook een brede discussie aangezwengeld over de vraag of de monarchie moet worden gemoderniseerd”, Van der Staaij in de Kamer op 17 november 2010.

Als het gaat om politieke invloed zien we *P&W* niet direct terug in de Kamervragen, maar is het programma wel sterk vertegenwoordigd in het debat. Politici gebruiken het programma graag als platform om hun boodschap over te brengen op een groot, politiek geïnteresseerd publiek. Zoals *Pauw & Witteman* een politicus uitnodigt naar aanleiding van een voorstel of een opvallende uitspraak, leiden uitspraken en aangekondigde plannen gedaan in *P&W* terug in de Kamer wanneer de desbetreffende politicus daarop wordt bevraagd of bekritiseerd door de collega's van andere partijen.

## → Conclusie

*Pauw & Witteman* is een programma met een grote invloed op het politiek- maatschappelijke debat. De meting van de gasten vanaf 1 januari 2008 laat zien dat ruim een kwart van de gasten politicus is. Naast politici komen vooral vertegenwoordigers uit de kunst- cultuur- en entertainmentsector. Daarnaast krijgen burgers en maatschappelijke actoren een duidelijke stem. Hoewel er veel politici aanschuiven, is het evenwicht daar niet overeenkomstig de verdeling van de macht zoals zichtbaar in de Tweede Kamer. PvdA'ers zitten vaker aan tafel dan welke andere partij dan ook en het verschil is opvallend groot. Ook als we kijken naar de politici van linkse en rechtse signatuur, zien we dat meer linkse dan rechtse politici aan tafel zitten. Het meest opvallend hieraan is echter dat hoewel in het algemeen de media de macht volgen, dat bij *Pauw & Witteman* niet het geval is. Ook tijdens het kabinet Rutte I waren er meer PvdA-politici aan tafel dan de VVD en CDA politici.

Sinds de start van *Pauw & Witteman* weet het programma een groot aantal kijkers aan zich te binden en is het een veelbesproken programma op Twitter. Samen met *De Wereld Draait Door* heeft de VARA zo een grote impact op de publieksagenda. Ook andere media refereren vaak aan *Pauw & Witteman*. De inhoud van de gasten, maar ook het programma zelf leiden de volgende dag vaak tot nieuws in de dagbladen. Toch betekent een grote rol in het publieke debat nog geen directe politieke invloed. Wat betreft bron van Kamervragen scoren de nieuwsprogramma's beter dan *Pauw & Witteman*, maar *P&W* scoort wel hoger dan de andere actualiteitenprogramma's. Het format van het programma, duiding van het nieuws, ligt hieraan ten grondslag.

Daarentegen wordt het programma wel met enige regelmaat aangehaald in debatten in de Tweede Kamer. Dat komt deels door de bekendheid van het programma, maar ook naar aanleiding van uitspraken die politici daar doen. Als onthullend nieuwsprogramma dat concreet aanleiding geeft om beleid aan te passen heeft *P&W* in vergelijking met andere programma's niet zo'n sterke invloed. Als het echter gaat om invloed op waarover er in het land, in de media en in de politiek gesproken wordt is *Pauw & Witteman* een belangrijke speler. Met deze invloed komt tegelijkertijd, als onderdeel van de publieke omroep, een maatschappelijk taak, namelijk het brede spectrum van politieke denkbeelden laten zien. Hoewel het programma heel veel verschillende Kamerleden aan tafel uitnodigt, zien we hierbij wel een duidelijke voorkeur voor PvdA-politici.

## → Literatuur

Breen, M.J. (1997) "A Cook, a Cardinal, his Priests and the Press: deviance as a trigger for intermedia agenda setting", *Journalism and Mass Communication Quarterly* 74(2), pp. 348/56.

Dijkstra, M. (2002). *An experimental investigation of synergy effects in multiple-media advertising campaigns*. Proefschrift Economische Psychologie, Universiteit van Tilburg.

McCombs, M.E., Shaw, D.L. (1972). "The Agenda-setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly* 36(2).

Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News. A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage.

Kleinnijenhuis, J. (2003). *Het publiek volgt media die de politiek volgen*. In R. v. M. *Ontwikkeling (Ed.), Medialogica. Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek* (pp. 151-211). Den Haag: SDU Uitgevers.

Kleinnijenhuis, J., Scholten, O., Van Atteveldt, W., Van Hoof, A., Krouwel, A., Oegema, D., et al. (2007). *Nederland vijfstromenland; De rol van de media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006*. Amsterdam: Uitgeverij Bert Bakker.

Heugten, Janneke van, 2012, 'Wanneer zeggen we 'nee'', vrouwenindemedia.nl:  
[http://www.vrouwenindemedia.nl/pdf/Rapport\\_Onderzoek\\_Media\\_Vrouwenindemedia.pdf](http://www.vrouwenindemedia.nl/pdf/Rapport_Onderzoek_Media_Vrouwenindemedia.pdf)

Kamervragen Harry van Bommel: <https://zoek.officielebekendmakingen.nl//kv-2080908470.html>

Ruigrok, N. (2005). *Journalism of attachment; Dutch newspapers during the Bosnian war*. Amsterdam: Het Spinhuis.

Veldkamp. (2010). *Mediagebruikersrapport 2010*:  
[https://www.nationaalcrisiscentrum.nl/sites/risicoencrisis.sandbox.tdclighthouse.com/files/assets/documents/mediagebruikersrapport\\_2010.pdf](https://www.nationaalcrisiscentrum.nl/sites/risicoencrisis.sandbox.tdclighthouse.com/files/assets/documents/mediagebruikersrapport_2010.pdf)