

Nederland vijfstromenland

Jan Kleinnijenhuis en
Otto Scholten

Nederland vijfstromenland

De rol van media en stemwijzers bij
de verkiezingen van 2006

2007 Uitgeverij Bert Bakker Amsterdam

Inhoud

Woord vooraf	000
1 Inleiding	000
1.1 Historische achtergrond van het vijfstromenland	000
1.2 Vraagstelling en theorie	000
1.3 Onderzoeksgegevens	000
1.4 Toelichting op de hoofdstukindeling	000
2 De verkiezingscampagne in de steigers	000
2.1 Het politieke landschap na de verkiezingen van 2003	000
2.2 De insteek van media	000
2.3 De insteek van aanbieders van politieke informatie op internet	000
2.4 Welke richting werden de kiezers op geduwd door internetadviseurs?	000
2.5 Conclusie	000
3 Berichtgeving gedurende de campagne	000
3.1 De campagne in vogelvlucht: aandacht van week tot week	000
3.2 Aandacht voor politieke partijen	000
3.3 Aandacht voor soorten politiek nieuws	000
3.4 Politici, aandacht en issuenieuws: de top dertig	000
3.5 Conclusie	000

© 2007 Jan Kleinnijenhuis en Otto Scholten
Omslagontwerp
Foto omslag/Illustratie
Foto auteur
www.uitgeverijbertbakker.nl
ISBN 978 90 351 3181 1

Uitgeverij Bert Bakker is onderdeel van Uitgeverij Prometheus

4	Hoe het gaat en hoe het moet: ontwikkelingen en standpunten	000	8	Effecten van campagnenieuws	000
4.1	Feitelijke ontwikkelingen van 2006: het gaat beter	000	8.1	Nieuws doet ertoe: gegevens en methoden	000
4.2	Aandacht in het nieuws voor partijstandpunten	000	8.2	Schatting van nieuwseffecten	000
4.3	Conclusie	000	8.3	Consequenties van nieuwseffecten	000
5	Het politieke steekspel: de strijd en het succes	000	8.4	Consequenties van de opvolging van de adviezen van de Stemwijzer	000
5.1	Het partijpolitieke steekspel: steun en kritiek van partijen voor elkaar	000	8.5	Conclusie	000
5.2	Steun en kritiek vanuit de maatschappij	000	9	Nog hogere golven, of de branding voorbij?	000
5.3	Succes en falen	000	9.1	Onderzoek naar de dynamiek op de korte termijn	000
5.4	Conclusie	000	9.2	Vijf partijen op de golven van het nieuws: partijcampagnes geëvalueerd	000
6	Verschillen tussen de media	000	9.3	Voorbij de branding van hoge golven?	000
6.1	De aandacht voor de campagne	000	Noten	000	
6.2	Inhoudelijk nieuws per medium	000	Literatuur	000	
6.3	Steun en kritiek vanuit de samenleving en de media	000	Over de auteurs	000	
6.4	Het wedstrijdnieuws per medium	000			
6.5	Politici in het nieuws	000			
6.6	Conclusie	000			
7	De kiezers	000			
7.1	Lof en blaam voor feitelijke ontwikkelingen: retrospectieve overwegingen	000			
7.2	Instemming met beleidsvoornemens: prospectieve overwegingen	000			
7.3	Instemming met politieke partijen zoals gemeten door stemwijzers	000			
7.4	Vertrouwen: niet wat gezegd wordt, maar wie erachter staat	000			
7.5	Mediaperformance: vallen partijen op, en zo ja, in gunstige zin?	000			
7.6	Conclusie	000			

Woord vooraf

De auteurs van dit boek over de verkiezingscampagne van 2006 zijn erkentelijkheid verschuldigd aan de studenten die als media-analisten de inhoud van dagblad- en televisie-nieuws codeerden, aan Angela de Bok, Debby Markovic, Margreet Goelema, Louise Hartman, Hester Paanakker, Ester Meerman, Bram de Ridder, Willemijn Ruizendaal, Joep Schaper, Nancy Tielman, Milou Turpijn, Erik Vermeulen en Lotte Willemsen. Jouke Jacobi komt dank toe voor hand- en spandiensten bij het databasemanagement. Marktonderzoeksbureau Ruigrok/Netpanel bv zijn we erkentelijk voor de vergaring van tweewekelijkse gegevens over verschuivingen in persoonlijke politieke voorkeuren. Voor de tijdige vergaring van mediagegevens zijn wij de onvolprezen Lexis-Nexis-database, alsmede de redacties van *NOS Journaal*, *RTL Nieuws*, *Sp!ts*, *Metro* en *sbs6 Hart van Nederland* erkentelijk – helaas konden vergaarde gegevens over de laatste drie nog niet in dit boek worden verwerkt. Egbert Kalse van *NRC Handelsblad* zijn we erkentelijk voor de artikelen die hij in de afgelopen maanden over ons onderzoek schreef, waardoor wij soms onderzoeksbevindingen in een net iets ander licht gingen zien.

Jan Kleinnijenhuis, Otto Scholten, Jan A. de Ridder, Wouter van Atteveldt, Anita van Hoof, André Krouwel, Dirk Oege-
ma, Nel Ruigrok en Janet Takens
Amsterdam, december 2006

Inleiding

Bij de verkiezingen van 22 november 2006 stroomden de kiezers weg van de PvdA en de vvd, de grote partijen ter linker- en rechterzijde van het cda. De PvdA verloor negen Kamerzetels en de vvd zes. Ook het cda dat met 41 zetels de grootste partij bleef, verloor drie Kamerzetels. Evenals in 2002 werd Nederland weer een beetje een vijfstromenland. Ter rechterzijde van de vvd behaalde de nieuwe Partij van de Vrijheid van Geert Wilders negen Kamerzetels. De sgp behield twee zetels. Ter linkerzijde van de PvdA kwam de sp uit op vijfentwintig zetels, een winst van zestien. Verder behaalde de ChristenUnie, die zich op sociaaleconomisch terrein geleidelijk aan links van het cda is gaan positioneren, een winst van drie zetels, kwam de Partij van de Dieren met twee zetels in de Tweede Kamer. GroenLinks en verloor GroenLinks één zetel.

De uitslag van de gemeenteraadsverkiezingen in maart 2006 gaf een ander beeld te zien: forse winst voor de PvdA en sp, flink verlies voor cda en vvd. In ruim een halfjaar is er kennelijk een flinke verschuiving in kiezersvoorkeuren opgetreden. De verklaring voor zulke verschuivingen op korte termijn zoeken we bij factoren die ook op de korte termijn kunnen omslaan: bij nieuwsgolven in dagbladen en op televisie, en bij het aanbod van gerichte informatie op internet. Daarom wordt uitvoerig belicht hoe het nieuws in de maanden voor de verkiezingen van karakter veranderde en wat de kiezers zochten op internet. In de voorlaatste hoofdstukken volgt een analyse van de effecten daarvan op kiezers. Daar zal blijken dat het laatste nieuws grote effecten kon hebben, omdat de kiezers er ontvankelijk voor waren. Nieuws maakt een

verschil als het aansluit bij opvattingen die kiezers al lang koesterden. Het laatste nieuws functioneert als een katalysator van oude denkbeelden, maar het grote verschil met de scheikunde, waar het niet toedienen van een katalysator slechts betekent dat een chemische reactie uitblijft, is dat allerlei verschillende reacties kunnen optreden, afhankelijk van de precieze dosering van allerlei katalysatoren, zodat het lijkt alsof geen enkele reactie voorspelbaar is. In de communicatiewetenschap wordt overigens niet gesproken over 'katalysatie', maar over *priming*: de onderwerpen op grond waarvan kiezers in het stemlokaal een partij kiezen, zijn onderwerpen die in recent nieuws veelvuldig op de voorgrond traden (Iyengar & Kinder, 1987, p. 110 e.v.). Maar wat kiezers over die onderwerpen vinden, en hoe ze partijen daarop beoordelen, gaat goeddeels terug op denkbeelden die ze al langer koesterden. Met die oude denkbeelden komen we in de buurt van alledaagse verklaringen van verkiezingsuitslagen.

Te beginnen bij het slotdebat met de lijsttrekkers, buigen politici, journalisten en wetenschappers zich over de vraag hoe de verkiezingsuitslag te duiden. De analyses, verklaringen en interpretaties buitelen al snel over elkaar heen. Een terugkerend element in de stroom beschouwingen na de uitslag van 22 november 2006, is de veronderstelling dat de kiezers die op SP en PVV gestemd hebben, naast een grondige afkeer van de kabinetten-Balkenende, nog een wezenskenmerk gemeen moeten hebben. Zochten de kiezers op deze ogenschijnlijk zo verschillende partijen misschien allemaal naar veiligheid, zekerheid en bescherming tegen de uitwassen van de internationale markteconomie en het internationale terrorisme? Wilden ze waarborgen tegen de euro, de marktwerking en een tsunami van buitenlanders? Het kon toch geen toeval zijn dat bij de verkiezingen van november 2006 dezelfde partijen wonnen als bij het referendum over het Europese grondwettelijk verdrag van 1 juni 2005, namelijk SP, de PVV en de ChristenUnie.

Toch zijn zulke structurele, langetermijnverklaringen onbevredigend. Het is best mogelijk dat de kiezers op de SP-LPF-

ideeën huldigen, dat de kiezers op Wilders altijd al tegen de euro waren, of dat Friezen minder zien in Wilders dan Limburgers. Maar de vraag blijft overeind waarom dat een halfjaar geleden niet tot uitdrukking kwam. De verklaring daarvoor zoeken we zoals gezegd in korte termijn factoren.

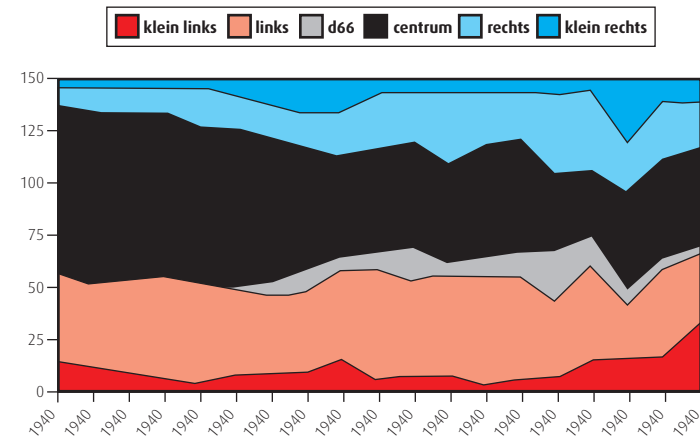
1.1 Historische achtergrond van het vijfstromenland

De verkiezingsuitslag van november 2006 was verrassend in het licht van de verkiezingsuitslag van januari 2003 en in het licht van de tussentijdse peilingen, maar ze vormt in één opzicht een voortzetting van een recente traditie: het verschil met de vorige verkiezingsuitslag is groot. In politicologisch jargon: de politieke volatiliteit is groot. Die volatiliteit kan worden afgemeten aan het aantal Kamerzetels dat van de ene partij naar een andere partij verschuift. Tot halverwege de jaren zestig verschoven in één verkiezing nooit meer dan negen zetels. Daarna werden de verschuivingen groter, maar tot halverwege de jaren tachtig verschoven toch nooit meer dan twintig Kamerzetels van de ene naar de andere partij. Bij de verkiezingen van 1989 verschoven slechts negen Kamerzetels van de ene naar de andere partij. Vanaf 1994 zijn de verschuivingen veel groter: gemiddeld 32 zetels per verkiezing. De grootste verschuiving tot nu toe zien we in 2002: 46 zetels wisselen van partij. In 1994 (34 zetels), 2006 (30 zetels), 1998 (25 zetels) en 2003 (24 zetels) wordt dat enorme aantal niet gehaald, maar het zijn steeds opnieuw grotere verschuivingen dan vóór 1994.

Behalve het feit dat er vanaf het midden van de jaren negentig bij elke verkiezing zo veel zetels van de ene partij naar de andere partij verschuiven, lijkt er nog iets te veranderen. De Nederlandse politieke geschiedenis is de geschiedenis van veelkleurige politieke stromingen met een lange adem, van katholieken, rekkelijken, preciezen, liberalen, communisten en sociaaldemocraten. *Nederland stromenland*, aldus Lucardie (2002). Maar in de afgelopen jaren lijkt het aantal verschillende *politieke stromingen* dat ertoe doet veranderlijk geworden te zijn. Nederland lijkt bij de ene verkiezing een

tweestromenland te worden, en dan bij de erop volgende verkiezingen weer een drie- of een vijfstromenland. In figuur 1.1 worden de circa dertig politieke partijen, die Nederland sinds de Tweede Wereldoorlog kende, onderverdeeld in vijf politieke stromingen: in radicaal linkse partijen, gematigd linkse partijen, centrumpartijen, gematigd rechtse partijen en radicaal rechtse partijen. Overeenkomstig het gangbare taalgebruik spreken we verder van ‘klein links’ en ‘klein rechts’ en niet van radicaal links en radicaal rechts, hoewel er geen natuurwet is die voorschrijft dat radicale partijen klein zullen blijven, zoals de geschiedenis van de Weimar-republiek uitwijst. Tot klein links rekenen we de SP, GroenLinks en de Partij van de Dieren alsmede hun voorlopers: de CPN, PSP, PPR en de EVP. De PvdA en D66 kunnen als gematigd linkse partijen worden gezien, maar omdat D66 zelf steeds volgehouden heeft de links-rechtstegenstelling te willen doorbreken is D66 – o.i. een gematigd linkse partij – toch als een afzonderlijke stroom in de grafiek weergegeven. Tot de centrumpartijen rekenen we het CDA en de CU, alsmede de voorlopers van deze partijen KVP, ARP, CHU en RPF. Tot de rechtse partijen rekenen we de VVD en de ouderenpartijen AOV en Unie55+ uit de jaren negentig. Tot klein rechts rekenen we tamelijk ongelijke soortgelijke groeperingen die gemeen hebben dat (behoudende Nederlandse) normen en waarden bij hen centraal staan: fundamenteel-christelijke partijen als de SCP en de toenmalige GPV en RKP, anti-immigratiepartijen als de PVV, de LPF, Leefbaar Nederland, CP en CD, en anti-Europa-partijen als de BoerenPartij en Binding Rechts. Ook DS70 is tot deze groep gerekend, hoewel er argumenten zijn om ook deze groepering, net als D66, afzonderlijk in te tekenen.

De figuur laat zien dat Nederland tot de jaren zestig stromingen kent met een betrekkelijk vaste aanhang. Van links naar rechts zijn dat de communisten, de sociaaldemocraten, de christelijke partijen (katholieke, gereformeerde en hervormde), de liberalen (gematigd rechts), en de bevindelijken (klein rechts). De getalsmatige verhouding geeft echter aan dat feitelijk sprake is van een tweestromenland van christendemocraten



Figuur 1.1: Vijf stromen in de Nederlandse politiek – en D66 – vanaf 1945

ten en sociaaldemocraten: klein links, klein rechts en de liberalen staan zwak. In de jaren vijftig veroveren de sociaaldemocraten geleidelijk terrein op de communisten, terwijl de liberalen aan de rechterkant langzaam maar zeker terrein winnen op de christendemocraten. Terwijl de christelijke partijen in het begin van de jaren vijftig gezien hun plaats in de grafiek nog aangeduid kunnen worden als ‘rechtse’ partijen, worden ze door de opkomst van de vvd geleidelijk iets meer naar het centrum gedrukt. Nederland wordt een driestromenland. Van het begin van de jaren zestig tot halverwege de jaren zeventig kalven de christelijke partijen verder af, terwijl aan de rechterzijde van de vvd (BoerenPartij, Binding Rechts, DS70) en de linkerzijde van de PvdA (PSP, PPR) nieuwe partijen opkomen. Nederland begint op een vijfstromenland te lijken. Bij de verkiezingen van 1977 worden klein links en klein rechts echter weer teruggedrukt. In de jaren tachtig blijft Nederland een driestromenland van liberalen, christendemocraten en sociaaldemocraten.

Vanaf 1994 wisselt het beeld bij elke verkiezing. In 1994 en 1998 verliezen de christendemocraten zoveel en winnen klein links en klein rechts zo weinig, dat Nederland een paars tweestromenland lijkt te worden van liberalen en sociaaldemocraten. In de aanloop naar de verkiezingen van 2002 den-

ken zowel de liberalen als de sociaaldemocraten de christendemocraten verder te kunnen marginaliseren, maar het loopt geheel anders. Nederland wordt een vijfstromenland, met in het midden een versterkt CDA en aan de flanken een sterke LPF en een versterkte SP. Nauwelijks een jaar later wordt Nederland weer een driestromenland, met het CDA als grootste partij, een bijna even grote PvdA ter linkerzijde en een versterkte VVD ter rechterzijde. Het worden de verkiezingen van de restauratie genoemd. De kiezers zouden spijt hebben gehad van hun stem in 2002. In 2006 wordt Nederland weer een vijfstromenland: in het midden een enigszins verzwakt CDA, ter linkerzijde een behoorlijk verzwakte PvdA met aan de linkerflank een stevig gegroeide SP, en ter rechterzijde een flink verzwakte VVD met aan de rechterflank een stevige PVV. Kortom: Nederland is, net als in 2002 en aan het begin van de jaren zeventig een vijfstromenland.

Een aanzet tot een mogelijke verklaring voor het feit dat bij elke verkiezing het politieke landschap zo verandert, is te vinden bij Michael Laver, in een artikel getiteld 'the dynamics of party competition' (Laver, 2005). Laver veronderstelt in navolging van anderen dat partijen om verkiezingen te winnen standpunten innemen die aansluiten bij wat een grote meerderheid van kiezers wil. Maar als de standpunten die een partij inneemt opschuiven in het politieke landschap, dan komt er ruimte vrij op de plek van waaruit die partij startte. Het vernieuwende van het model van Laver is dat rekening gehouden wordt met het feit dat kiezers er allerlei verschillende opvattingen op na houden, en dat partijen allerlei verschillende standpunten kunnen uitdragen. Mogelijk kan met het model van Laver worden verklaard waarom het driestromenland uit het Nederland van de jaren tachtig toch niet stabiel was. Uitgaande van een driestromenland maakt zowel de centrum-linkse als de centrumrechtse partij het meeste kans om veel extra stemmen te winnen door standpunten in te nemen die in het midden van het politieke spectrum liggen. Als dat lukt, dan komt er een tweestromenland, zoals in 1998 bijna het geval was. Maar in 2002 en 2006 is dat mislukt. De centrumpartij verliest maar weinig en de kennelijk vrijvallende ruim-

te aan de linker- en rechterflank is in 2006 bezet door de SP en de PVV. Uitgaande van het model van Laver moet dan de vraag worden gesteld waarom kiezers die voorheen gematigd links of gematigd rechts stemden in 2006 dachten dat de overstap naar de SP of juist naar de PVV maar een kleine stap was. Welke informatie over de positie van partijen bracht hen op zulke gedachten?

1.2 Vraagstelling en theorie

Dit boek draait om de vraag door welke media-invloeden kiezers hun stemvoorkeur laten bepalen. Hoe is het mogelijk dat in een korte tijd het meningsklimaat zo dramatisch kan veranderen? Wat was daarbij de drijvende kracht van het politieke nieuws in dagbladen, op televisie en op politieke internetsites? Hoe ontwikkelde het nieuws zich, en wat was daarvan de invloed? Welke adviezen kregen surfende kiezers, en hadden die adviezen feitelijk invloed op hun stemgedrag? Uiteindelijk proberen we de verschuivingen in de aanhang van de PvdA, het CDA, de VVD, de SP en de PvdV te verklaren door de informatie die kiezers hebben ontvangen via nieuwsmedia en politieke internetsites.

Soorten uitspraken in het nieuws

De meeste mensen komen met politiek in aanraking via media als kranten, televisie en internet. Daarin wordt dagelijks een nieuwswaardig vervolg gegeven aan talloze verhalen met een open eind over allerlei onderwerpen en allerlei personen. Al die verschillende verhalen bevatten beweringen die kunnen bijdragen tot het beeld dat lezers en kijkers krijgen van partijen, politici en politieke issues. Sommige kiezers bouwen een beeld op door grondig kennis te nemen van het nieuws, anderen door oppervlakkig en vluchtig ermee in aanraking te komen.

Wat ook het onderwerp is, steeds keren in het nieuws erover dezelfde soorten beweringen terug. Voor dit boek zijn vier soorten beweringen van belang. Uit eerder onderzoek is

gebleken dat deze invloed hebben op het uiteindelijke stemgedrag van kiezers. Uitgangspunt is dat in een verkiezingscampagne beweringen over politieke *actoren* en over de *issues* (zaken, producten, beleidsstandpunten, beleidsuitkomsten, middelen, doelen, wetten, amendementen, variabelen, etc.) waar ze zich mee bezighouden, van belang zijn. Die beweringen zijn nog nader te rubriceren in uitspraken over ingenomen issuestandpunten, uitspraken over feitelijke ontwikkelingen, uitspraken over steun of kritiek voor een partij en uitspraken over het succes of falen van een partij. In tabel 1.1 geven we van elke nieuwsoort voorbeelden.

In *nieuws over standpunten ten aanzien van issues* wordt een standpunt toegeschreven aan een politieke actor met betrekking tot een kwestie (een product, een beleidsuitkomst, een politiek strijdpunt, enzovoorts). In de voorbeeldzin uit de tabel 'SP wil ook zoet voor armen' is de SP de actor die over de armen (het issue) een standpunt verkondigt (willen dat ze er iets bij krijgen).

In *nieuws over feitelijke ontwikkelingen rond issues* wordt

Tabel 1.1: Soorten uitspraken in het nieuws

Soort	Veroorzaker, subject Predikaaat		Mikpunt, Object
Issues standpunten	ACTOR	VOOR (+) OF TEGEN (-)	ISSUE
	SP	wil ook zoet voor (+)	Armen
	CDA	wil nu af van (-)	no-claim in de zorgsector
	Wilders	vreesst tsunami (-)	Moslims
Feitelijke ontwikkelingen	VVD	is voor (+)	IJmeerbrug
	?	STIJGING (+) of DALING (-)	ISSUE
	?	draait op volle toeren (+)	Economie
	?	draagvlak daalt voor (-)	Islamschool
	?	daalt voor het eerst in vier jaar (-)	Armoede
Steun & kritiek	?	gered (+)	Naardermeer
	ACTOR	VOOR (+) OF TEGEN (-)	ACTOR
	Verdonk	eist excuses van (-)	Aboutaleb
	Bos	is lief voor (+)	SP
Succes & falen	Rutte	haalt uit naar (-)	CDA
	?	VOORSPOED (+) TEGENSPOED (-)	ACTOR
	?	het gaat slecht met (-)	D66
	?	winnaar tv-debat (+)	Bos
	?	loopt uit (+)	CDA
	?	in het nauw	Bos

weergegeven hoe het feitelijk gaat met een issue waarvan politici het verloop willen beïnvloeden. Uitspraken zoals 'economie draait op volle toeren' of 'draagvlak voor islamschool daalt' vormen daarvan voorbeelden. Kenmerkend voor zulke uitspraken is dat uit de uitspraak zelf niet duidelijk is wie of wat ervan de oorzaak is: we weten niet wie of wat ervoor verantwoordelijk is dat de economie nu weer draait, of wie of wat het draagvlak voor de islamschool verlaagd heeft. De feitelijke ontwikkeling wordt niet toegeschreven aan de wilskracht of daadkracht van een actor, of aan de causale uitwerking van een andere ontwikkeling. Over het onderwerp wordt gesproken alsof het om een vaststaand feit gaat. Toch weerspiegelen zulke uitspraken lang niet altijd de feitelijke ontwikkeling, zoals die tot uiting komt in harde(re) cijfers over feitelijke ontwikkelingen (Hetherington, 1996).

Van *steun en kritiek*-nieuws is sprake als de één of andere actor een politieke actor steunt of aanvalt, zoals in de voorbeeldzin 'Verdonk eist excuses van Aboutaleb'. Nieuws over *succes en falen* (*horse race*-nieuws) lijkt in eerste instantie bijna hetzelfde als nieuws over steun en kritiek. Het verschil is dat nu in het midden wordt gelaten wie de steun of kritiek uitsprekt. In dit soort beweringen wordt dus als het ware feitelijk vastgesteld wie er succes heeft of wie er faalt. Voorbeeldzinnen zijn 'Bos in het nauw' en 'CDA loopt uit'. Wie of wat Bos in het nauw bracht, of door wie of wat het CDA uitloopt wordt niet gezegd.

Verwachte effecten van nieuws over standpunten van politieke partijen

Uit nieuws over de standpunten die partijen innemen volgt niet rechtstreeks welke politicus of politieke partij het beste standpunt heeft. Het publiek moet de aangeboden informatie combineren met eigen (voor)oordelen, met reeds ingenomen standpunten, om uit het aangeboden nieuws over standpunten van partijen af te leiden welk standpunt het beste is. Maar welke onderwerpen zijn bij de standpuntbepaling van belang? Onderwerpen waarover in het nieuws in de

maanden voor de verkiezingen helemaal niet gesproken wordt, blijken door de kiezer vaak vergeten te worden. Volgens de klassieke *agendavormingstheorie* (McCombs & Shaw, 1972; Rogers & Dearing, 1987) is langdurige aandacht voor een thema vaak voldoende om het ook in de ogen van kijkers en lezers interessant te maken. De zogenaamde priminghypothese voegt daaraan toe dat grotere aandacht voor een issue in het nieuws ertoe leidt dat dit issue zwaarder gaat meewegen bij de beoordeling van politici (Iyengar & Kinder, 1987; Krosnick & Kinder, 1990).

Volgens het *issue-ownership-model* (Budge & Farlie, 1983; Petrocik, 1996) is verder van belang welke reputatie de verschillende partijen ten aanzien van een bepaald issue hebben. Van een 'eigen issue', of van een 'huisthema' is sprake als een groot deel van de kiezers denkt dat een partij ten aanzien van dat issue een gunstige reputatie heeft. Reputaties hangen af van het issue dat op de voorgrond gesteld wordt. Als het in een gesprek gaat over de snelheid van auto's, dan denkt men aan een Ferrari, als het gaat over degelijkheid aan een Mercedes. Als het in het nieuws steeds gaat over sociale zekerheid, dan denken kiezers eerder dat voor het bestuur van het land de PvdA of de SP nodig is, maar als het steeds gaat over hoge belastingen en tekorten bij de overheid dan denkt men eerder aan de VVD.

Als de issue-ownership-theorie wordt gecombineerd met de theorieën over agendavorming en priming, dan kan worden voorspeld dat het gunstig is voor een partij als er veel nieuws komt over een thema ten aanzien waarvan die partij al een positieve reputatie heeft. Bij onderwerpen ten aanzien waarvan het publiek het al eens is met een partij, heeft een partijleider aan een half woord genoeg om de handen op elkaar te krijgen. Bij een onderwerp ten aanzien waarvan het publiek het op voorhand oneens is met een partij, is veel meer uitleg over het waarom van het ingenomen standpunt nodig om het publiek aan de kant van de partij te krijgen. Alleen charismatisch begaafde leiders kunnen dat. Een veel gemakkelijker weg is om in het nieuws issues aan bod te laten komen waarop het publiek al aan de kant van de partij staat.

Effecten van nieuws over feitelijke ontwikkelingen ten aanzien van issues

Kennis over feitelijke ontwikkelingen in de samenleving wordt voor een belangrijk deel ontleend aan het nieuws. Veel ontwikkelingen onttrekken zich immers aan het directe zicht. Hoewel de berichtgeving vaak de feitelijke ontwikkelingen weerspiegelt is dat niet altijd het geval, omdat de toon van het nieuws ook beïnvloed wordt door de verwachtingen die journalisten hebben: als een grote economische groei verwacht wordt en de groei iets minder groot is dan in een voorafgaand kwartaal, dan kan dat als een tegenvaller worden gepresenteerd (Hetherington, 1996). In de zogenaamde 'public choice'-literatuur is met name de hypothese dat inflatie en werkloosheid ten koste gaan van de populariteit van regeringspartijen uitvoerig getoetst (Lewis-Beck, 2006). Feitelijk nieuws over ontwikkelingen op niet-economische vlakken – bijvoorbeeld een stijging of daling van het aantal asielzoekers of immigranten – blijkt echter vergelijkbare effecten te hebben (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder, Van Hoof & Vliegenthart, 2003).

Effecten van nieuws over steun of kritiek voor politieke partijen

In het algemeen geldt dat waar rook is vuur moet zijn. Kritiek van anderen is altijd vervelend. Echter, geïnformeerde kiezers kunnen weten dat kritiek van anderen met tegenovergestelde belangen betekent dat een partij het feitelijk goed doet. Zo'n partij weet zich te profileren. De kiezer die zeker weet een tegenstander te zijn van een partij die vervolgens kritiek gaat leveren op een partij waar hij voorstander van is, zal versterkt worden in zijn voorkeur voor de partij die kritiek krijgt.

Uit het vele onderzoek van David Fan naar het verband tussen schommelingen in opiniepeilingen en de steun dan wel kritiek voor een partij in het nieuws, blijkt dat het hoofdeffect – steun leidt tot winst, kritiek tot verlies – betrekkelijk robuust is. Met behulp van het model van Fan kan voor de meerpartij-

enstelsels zoals Nederland worden aangetoond dat hier sprake is van een interactie met issueoverwegingen: kiezers lopen weg bij een partij omdat die partij kritiek krijgt, gaan enige tijd zweven om uiteindelijk over te stappen naar een partij die qua beleidsvoorkeuren zo dicht mogelijk in de buurt komt van de partij die men zojuist verlaten heeft (Kleinnijenhuis & Fan, 1999). Dit onderzoeksresultaat impliceert de onsympathieke aanbeveling aan politieke partijen in een meerpartijenstelsel om te bewerkstelligen dat juist politiek bevriende partijen onder vuur komen te liggen.

Effecten van nieuws over het succes of het falen van politieke partijen

‘Success breeds success’ (Meijer, 2004). Volgens de klassieke bandwagonhypothese zullen twijfelende kiezers eerder de kant van de winnaar dan die van de verliezer kiezen. Nieuws over succes en falen van politieke partijen, ook wel aangeduid als wedstrijdnieuws, of als nieuws over de horse race, blijkt attractief te zijn. Kiezers nemen het op, terwijl ze ander nieuws veronachtzamen (Iyengar, Norpoth & Hahn, 2003). Nieuws over succes en falen blijkt in de verkiezingscampagne van 2003 de belangrijkste voorspeller van veranderingen in de voorkeuren van kiezers geweest te zijn. De spectaculaire groei van de PvdA in de peilingen werd voor een belangrijk deel gedreven door eerder nieuws over successen van Bos, zowel bij het eerste lijsttrekkersdebat, als in de peilingen in de dagen erna (Kleinnijenhuis, Van Hoof, Oegema & De Ridder, te verschijnen in 2007). Dat nieuws kon ontstaan omdat journalisten gefascineerd raakten door de horse race. Op de redacties van het *NOS Journaal* en *RTL4 Nieuws* blijkt de horse race in 2003 een voornaam interpretatiekader geweest te zijn. Dat kwam niet alleen tot uitdrukking in aandacht voor de peilingen, maar ook in aandacht voor de vraag wie de premierkandidaat van de PvdA zou worden, en in allerlei strategische duidingen van uitspraken en campagneoptredens van politici (Brants & Van Praag, 2005)..

Een kleine minderheid met latente sympathieën voor de

gedoodverfde verliezer zal echter alsnog de kant van de verliezer kiezen. Het laatste wordt wel het underdogeffect genoemd. Zo stemden blijkens een open vraag uit het Nederlands KiezersOnderzoek van 1994 enkele kiezers die voorheen niet op het CDA stemden nu wel op het CDA omdat ze zich gestoord hadden aan de mediahetze tegen Brinkman.

Interactie met ontvangerskenmerken

Het meeste nieuws dringt pas door als er een voedingsbodem voor bestaat. De voedingsbodem voor nieuws wordt wellicht het sterkst bepaald door iemands feitelijke politieke kennis. Als de voorkennis laag is, heeft de ontvanger geen antenne voor de politieke boodschap, waardoor de effectiviteit ervan gering is. Als de voorkennis hoog is, dan meent de ontvanger alles al te weten en wordt rücksichtslos de boodschap ter zijde geschoven. De ‘halfdenkers’, de ontvangers met zo veel voorkennis dat ze niet zomaar de boodschap weer vergeten, maar met zo weinig voorkennis dat ze ook niet in staat zijn de boodschap goed te weerspreken, zijn het meest vatbaar voor beïnvloeding (Baschwitz, 1951; Zaller, 1992). Wie te maken heeft met een ongeïnformeerd publiek moet daarom informatie verstrekken, maar wie te maken heeft met een geïnformeerd publiek moet vooroordelen overwinnen. Alleen wie over veel voorkennis beschikt, is blijkens het onderzoek van Zaller in staat de verbanden te leggen om nieuwe of onbekende onderwerpen te koppelen aan eigen standpunten over bredere thema’s.

Dat het nieuws in een vruchtbare voedingsbodem valt, hoeft overigens niet onmiddellijk tot uiting te komen. Veranderingen in de publieke opinie kunnen optreden als gevolg van ontwakende *slapereffecten* uit een verder verleden. Zo stemden in 2002 veel kiezers op het laatste moment op Balkenende, omdat ze terugvielen op het gegeven dat ze eigenlijk Balkenende uitgaande van zijn bekwaamheid en zijn inlevingsvermogen toch meer vertrouwden dan PvdA-lijsttrekker Melkert en vvd-lijsttrekker Dijkstal, hoewel dat vertrouwen in de maanden voor de verkiezingen geen significante invloed

had boven op de reeds geformuleerde partijvoorkeur. Dat kiezers in maart 2006 Melkert en Dijkstal al niet meer vertrouwden, stond echter weer niet los van het nieuws waarin Melkert en Dijkstal de wind van voren kregen. Pas toen puntje bij paaltje kwam stemden kiezers die hem vertrouwden toch op Balkenende. Juist kiezers die zeiden pas op de verkiezingsdag zelf een keuze gemaakt te hebben, baseerden zich op oude gevoelens (Kleinnijenhuis, Van Hoof & Oegema, 2006).

1.3 Onderzoeksgegevens

Om de invloed van nieuws op kiezers te kunnen bestuderen zijn gegevens vereist over het nieuws en over de denkbeelden en voorkeuren van kiezers. Met behulp van nieuws- en publieksgegevens kan worden nagegaan welke aspecten van de berichtgeving de politieke voorkeur van lezers en kijkers beïnvloeden die met dit nieuws zijn geconfronteerd.

Verzamelen van nieuwsgegevens

Omdat het antwoord op de onderzoeksvraag wordt gezocht in de informatie waarover kiezers konden beschikken, is een inhoudsanalyse uitgevoerd van landelijke dagbladen en televisienieuwsbulletins. In dit boek baseren we ons op het nieuws van zes landelijke dagbladen – *Algemeen Dagblad*, *NRC Handelsblad*, *nrc.next*, *De Telegraaf*, *Trouw* en *de Volkskrant*, en op het nieuws van twee televisienieuwsbulletins, namelijk het *NOS Journaal* en *RTL Nieuws*. In 2006 ging het daarbij slechts om het *RTL Nieuws* van halfacht en het *NOS Journaal* van acht uur. De onderzoeksperiode loopt voor de dagbladen van 14 augustus 2006 – voor de publicatie van het CDA-verkiezingsprogramma – tot 22 november 2006, de verkiezingsdatum. Het televisienieuws is geanalyseerd vanaf 14 augustus.

Evenals in het onderzoek naar de verkiezingscampagnes van 1994 (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder & Bos, 1995), 1998 (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder & Ruigrok, 1998), 2002 (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder, van Hoof & Vlie-

genthart, 2002), en 2003 (Kleinnijenhuis, van Hoof, de Ridder & Oegema, 2003, 2007) wordt het nieuws geanalyseerd met de NET-methode, dat wil zeggen met een vorm van relationele inhoudsanalyse (Op dit punt zij verwezen naar de desbetreffende gedeelten uit overzichtsboeken, bijvoorbeeld Krippendorff, 2004; Op dit punt zij verwezen naar de desbetreffende gedeelten uit overzichtsboeken, bijvoorbeeld Popping, 2000; Roberts, 1997). Daarbij wordt nieuws ontleed tot kernbeweringen, die alle een en dezelfde syntactische opbouw hebben zoals aangegeven in het voorbeeld in tabel 1.1.

De analyse start met een lijst van 'kenobjecten', een overkoepelende term voor partijen, politici, groeperingen en issues die in het nieuws herhaaldelijk terugkeren. Opgenomen zijn alle partijen die in de Tweede Kamer vertegenwoordigd zijn, alsmede partijen die blijkens peilingen een gereede kans maken door te dringen tot de Tweede Kamer, alsmede hun politici (alle ministers, leden van de Tweede Kamer, partijvoorzitters, prominente nieuwkomers op de verkiezingslijsten), maar ook maatschappelijke groeperingen en organisaties die zich richten tot Den Haag of waartoe Den Haag zich richt (grote bedrijven, werkgevers- en werknemersorganisaties, verzekeringsmaatschappijen, milieugroeperingen, kerken, enzovoorts). Daarnaast zijn allerlei kwesties opgenomen die gerangschikt kunnen worden onder de hoofdissues van de verkiezingscampagne: beleidsmaatregelen voor of tegen instroom in de WAO, voor of tegen de toestroom van asielzoekers, voor of tegen privatisering van Schiphol, enzovoorts.

Van de dagbladartikelen zijn steeds de koppen en de leads geanalyseerd. Van de televisienieuwsbulletins zijn op vergelijkbare wijze de introducties van de nieuwslezer op het item en de onderdelen waar de politiek redacteurs aan het woord waren herleid tot kernbeweringen. Op de kernbeweringen is bij de rapportage een weging uitgevoerd naar itemimportantie, zodat artikelen met grote koppen, en items aan het begin van een televisienieuwsbulletin zwaarder wegen. En binnen die artikelen, respectievelijk items, komt een groot gewicht toe aan de kop, respectievelijk aan de introductiezin.

Selectie van nieuws

Bij de analyse is het uitgangspunt dat al het relevante politieke nieuws uit de geselecteerde media moet worden meegenomen. Artikelen worden bij het dagbladnieuws op grond van trefwoorden geselecteerd uit dagbladarchieven (Lexis-Nexis). Televisie-items worden door de codeurs één voor één geselecteerd uitgaande van de vraag of er een relevant kenobject in voorkomt. In beide gevallen is het criterium dat er ofwel een Nederlandse politieke partij of Nederlandse politicus in voor moet komen, ofwel dat het moet gaan over een hoofdthema uit de Nederlandse politiek (bijvoorbeeld: 'werkloosheid daalt verder'). Artikelen of televisie-items over bedrijven, werknemersorganisaties, enzovoorts, waarin geen relatie met de politiek gelegd wordt, blijven dus buiten beschouwing. Het politieke nieuws in de onderzochte media in de periode van 14 augustus tot 22 november 2006 blijkt gerepresenteerd te kunnen worden door 30153 kernbeweringen, 26186 uit dagbladnieuws, en 3967 uit het televisienieuws.

Publieksgegevens

De gegevens over de berichtgeving in de media kunnen worden gecombineerd met gegevens uit opinieonderzoek dat ten behoeve van het onderzoeksproject werd uitgevoerd door marktonderzoeksbureau Ruigrok/Netpanel bv. Het gaat hierbij om herhaald onderzoek onder steeds dezelfde groep van ondervraagden die via een met internet verbonden pc of notebook hun antwoorden doorgeven op vragen die op het beeldscherm verschijnen, zodat per persoon kan worden nagegaan welke nieuwsmedia men onder ogen krijgt en hoe de partijvoorkeur verandert. Van de 5000 respondenten die voor dit 'internetpanelsurveyonderzoek' werden benaderd, werkte 30 procent mee aan de eerste 'golf' van het onderzoek (n=1481) rond Prinsjesdag. De respondenten werden vervolgens om de twee weken aan het eind van de week benaderd voor vervolgonderzoek, dat wil zeggen, voor 1 oktober, 15 oktober, 29 oktober en 12 november. De laatste ondervraging

vond plaats rond de verkiezingen van 22 november.

Aan de vervolgmetingen deden gemiddeld bijna 1200 respondenten mee. Het aantal respondenten dat ook de startvragenlijst had ingevuld en daarom meegenomen kon worden in de effectstudies is bij de verschillende metingen achtereenvolgens 957, 924, 893, 759 en 825 (dat is gemiddeld 872). In de week na de verkiezingen is nog een nameting gehouden, waarvan in dit boek niet gebruikgemaakt wordt.

In elke meting is gevraagd wat de politieke voorkeur van de respondent was, welke partij en welke politicus het meeste opvielen in het nieuws, en of de partij en politicus de kiezer in positieve of negatieve zin opvielen. Om na te gaan op welke thema's partijen een uitgesproken positieve of negatieve reputatie hebben, is bij het begin van het onderzoek, rond Prinsjesdag 2006, aan de deelnemers de vraag voorgelegd aan welk thema men dacht bij een bepaalde partij. Daarbij kon gekozen worden uit twintig onderwerpen waarvan te verwachten viel dat ze in de verkiezingscampagne een rol zouden gaan spelen: sociale zekerheid, overheidsfinanciën, immigranten en asielzoekers, waarden en normen, milieu, files en vertragingen (de infrastructuur), enzovoorts. Zei een respondent bij de PvdA te denken aan sociale zekerheid, dan was de vervolgvraag of men het eens was met het beleid van de PvdA ten aanzien van de sociale zekerheid. Dezelfde vragen werden nog een keer gesteld, om erachter te komen waar men een partij nog meer mee associeerde. Bij de eerste ondervraging zijn tal van andere beoordelingen gevraagd van issues, politici, wenselijke kabinetten, politiek cynisme, enzovoorts, die in hoofdstuk zeven over opvattingen van kiezers nader besproken zullen worden. Vlak voor de verkiezingen is gevraagd of men gebruikgemaakt had van de stemwijzers op internet (Stemwijzer en Kieskompas), en zo ja, welke partij men daarbij geadviseerd kreeg.

Tests laten zien dat de respondenten die deelnemen aan het onderzoek op een aantal punten niet representatief zijn voor de Nederlandse kiezers. Hoger opgeleiden zijn oververtegen-

woordigd in de steekproef. Vergeleken met de verkiezingsuitslag van 2003 is het aantal SP-kiezers in de steekproef over- en het aantal CDA-kiezers ondervertegenwoordigd. Op het laatste punt is een weging toegepast. Met deze weging kunnen we met onze verschillende metingen redelijke goed de peilingresultaten van TNS/NIPO en NSS/Interview vanaf eind september tot de verkiezingsdatum benaderen. Met NSS/Interview is de overeenstemming groot (de correlatie is gemiddeld 0,95); we schatten vlak voor de verkiezingen net als NSS/Interview de uiteindelijke winst van de SP hoger en het verlies van de PvdA groter in dan uiteindelijk het geval bleek te zijn. Met TNS/NIPO zijn de verschillen iets groter, maar ook vergeleken daarmee is de gemiddelde correlatie nog steeds hoog (0,90). Aan de vervolgmetingen nemen gemiddeld 872 van de respondenten uit de eerste meting deel. Toch verschillen de metingen niet in mate van representativiteit, zo blijkt uit een nadere analyse naar de uitval van deelnemers. Op kenmerken zoals sekse, leeftijd en opleiding zijn er geen significante verschillen tussen de deelnemers aan de verschillende metingen.

Een gebrekkige representativiteit van de steekproef voor de bevolking als geheel vormt een probleem voor wie wil voorspellen hoeveel procent van de bevolking iets vindt. Dat is echter niet het doel van dit boek. Het primaire doel van dit boek is te voorspellen hoe mensen onder invloed van aangeboden informatie van mening veranderen. Gebruikmaking van een internetpanel waarbij dezelfde kiezers herhaaldelijk worden ondervraagd is dan de beste keus. Het gaat er, bijvoorbeeld, niet om precies te berekenen hoeveel procent van de bevolking van de Stemwijzer op internet gebruikmaakt – op dat punt zou een internetpanel, hoe ook gewogen, wel eens een grove vertekening kunnen opleveren. Het gaat om de vraag wat de invloed is van een stemadvies van de Stemwijzer op respondenten die zo'n advies ontvangen hebben. Zouden we echter weer willen generaliseren naar alle Nederlanders, dan zouden we de plank waarschijnlijk wel misslaan, omdat mensen zonder internet die niet aan internetpanels deelnemen uiteraard ook minder vaak van een internetstemwijzer gebruik zullen maken.

1.4 Toelichting op de hoofdstukindeling

In het volgende hoofdstuk wordt weergegeven hoe de verkiezingscampagne in de steigers werd gezet. Daar komt bijvoorbeeld aan de orde hoe de partijen hun partijprogramma's presenteerden en hoe de stemwijzers daaruit afgeleid werden. In hoofdstuk drie wordt een eerste, globale beschrijving van de campagne gegeven. Wat waren van week tot week de hoogtepunten uit de campagne? In het daaropvolgende hoofdstukken wordt het nieuws systematisch in kaart gebracht. Daarin wordt het politiekinhoudelijke nieuws, het nieuws over de steun en kritiek voor partijen, en over het succes en het falen van partijen afzonderlijk besproken.

In de hoofdstukken zeven en acht wordt het vizier gericht op de lezers van en kijkers naar al dit nieuws. In hoofdstuk zeven komt aan de orde wat ze dachten, in hoofdstuk acht hoe ze reageerden op het nieuws. Tot besluit worden in het negende hoofdstuk nieuwe inzichten op een rijtje gezet die uit het onderzoek naar voren komen.

De verkiezingscampagne in de steigers

Het verloop van een verkiezingscampagne wordt bepaald door allerlei keuzes die lang van tevoren gemaakt worden. Politieke partijen zetten vaak al anderhalf jaar voor de uiteindelijke verkiezingsdatum de grote lijnen uit. Redacties van dagbladen en televisieprogramma's beraden zich ruim voor de verkiezingsdatum op de aanpak van hun campagneverslaggeving. En de opstellers van stemwijzers nemen allerlei besluiten zodra de verkiezingsprogramma's bekend zijn. De meeste kiezers hebben geen weet van deze langdurige voorbereidingen. Ze reageren op het nieuws dat eruit voortvloeit, en misschien ook op het advies dat een stemwijzer hun geeft. In de volgende hoofdstukken schetsen we hoe dat nieuws precies was samengesteld en hoe kiezers er vervolgens op reageerden. Het doel van dit hoofdstuk is inzichtelijk te maken welke insteek de belangrijkste spelers vooraf ongeveer kozen, overigens zonder de pretentie te hebben een nauwkeurig overzicht van de keuzeprocessen bij afzonderlijke partijen en media te geven.

2.1 Het politieke landschap na de verkiezingen van 2003

Na de verkiezingen van januari 2003 zijn CDA (44 zetels) en PvdA (42 zetels) bijna even groot en hebben CDA en VVD (28 zetels) samen geen meerderheid. In de formatie kiest het CDA uiteindelijk voor doorregeren met de VVD, zoals beloofd in de verkiezingscampagne. Om de coalitie aan een meerderheid te helpen schuift D66 als derde partij aan, op voorwaarde dat D66-minister De Graaf de kroonjuwelen van D66 op het gebied van bestuurlijke vernieuwing mag verzilveren.

Opiniepeilingen laten al snel zien dat het kabinet ongekend impopulair is. Bezuinigingen, plannen voor afschaffing van prépensioenen en voor een levenslooptregeling, stuiten op onbegrip bij de vakbeweging en bij de linkse partijen. Het voorjaarsoverleg van 2004 met de sociale partners loopt volledig vast. FNV-voorzitter De Waal spreekt van een 'rotkabinet'. Op 2 oktober 2004 volgt een, ook voor de organisatoren onverwacht massale, manifestatie tegen het kabinetsbeleid op het Museumplein in Amsterdam.

Ook rond door Pim Fortuyn op de voorgrond geplaatste onderwerpen, de islam in Nederland en de gebrekkige integratie van allochtone minderheden, zijn heftige discussies aan de orde van de dag. Het justitiële beleid van minister Donner en het immigratie- en integratiebeleid van minister Verdonk liggen herhaaldelijk onder vuur – minder van links dan van rechts overigens: men denke aan LPF-Kamerlid Joost Eerdmans. Ontsnapte tbs'ers leiden tot spoeddebatten in de Tweede Kamer en een steeds luider wordende roep om een strenger regime. De terrorismebestrijding roept vragen op, zeker nadat in juli 2004 minister Remkes een terrorismealarm afgeeft. Na maanden van felle discussies en verbeterde acties, krijgt minister Verdonk in februari 2004 de steun van een meerderheid in de Tweede Kamer om 26.000 uitgeprocedeerde asielzoekers uit te zetten. De moord op Theo van Gogh in november 2004 zet het integratievraagstuk opnieuw boven aan de media-agenda. Op internetsites gevoerde discussies maken duidelijk dat het VVD-Kamerlid Ayaan Hirsi Ali, die samen met Van Gogh de film *Submission* heeft gemaakt, de belangrijkste steen des aanstoots vormt voor moslims in Nederland. Na de moord op Van Gogh rijst in de opiniepeilingen de ster van Geert Wilders. In september 2004 is hij uit de VVD gestapt en als onafhankelijk Kamerlid doorgegaan. VVD-fractievoorzitter Van Aartsen wilde hem het zwijgen opleggen over zijn felle afwijzing van de toetreding van Turkije tot de EU.

In november 2004 meldt het *NOS Journaal* een succes van Balkenende: het is hem gelukt de onderhandelingen over toekomstige besprekingen over de toetreding van Turkije tot

de Europese Unie vlot te trekken. Het is kennelijk geen succes waarmee Balkenende verder voor het voetlicht wil treden. Hij houdt zich op de achtergrond in de campagne voor het referendum over de Europese Grondwet 1 juni 2005. De geldontwaarding door de komst van de euro speelt een belangrijke rol in de laatste weken van deze campagne. Nog meer aandacht besteden de media echter aan de belabberde campagne van de regering en de regeringspartijen. (Kleinnijenhuis, Takens & Van Atteveldt, 2006, p. 334). Zo kan het gebeuren dat drie kleine partijen die zich tegen de Europese Grondwet keren, namelijk de SP, de ChristenUnie en de Groep Wilders, het referendum 'winnen'. De regeringspartijen en de PvdA hebben het nakijken. Slechts 38 procent van de Nederlanders stemt voor de Grondwet, terwijl peilingen een jaar eerder nog duiden op een meerderheid van ruim 70 procent (Van der Kolk & Aarts, 2005, p. 9).

Intussen lijkt het laatste elan van het kabinet door interne strubbelingen weg te ebben. De PvdA-fractie in de Eerste Kamer laat in maart 2005 het eindvoorstel van minister De Graaf voor een gekozen burgermeester – een van de kroonjuwelen van D66 – sneuvelen. De Graaf treedt af. Er is een Paasakkoord voor nodig om de rest van D66 binnenboord te houden. De opvolger van De Graaf, Alexander Pechtold, haalt zich al snel de woede van collega's op zijn hals. Hij verwijt Balkenende bij te dragen aan de onrust over terrorisme in Nederland. In januari 2006 noemt hij desgevraagd de Haagse politiek veel vuiler en vunziger dan menigene denkt. Samen met het kabinet verdedigt Pechtold, na maanden van onzekerheid over zijn standpunt, echter wel de uitzending van troepen naar Uruzgan, ondanks tegenstand van de D66-Kamerfractie onder leiding van Boris Dittrich. In het Kamerdebat laat de PvdA, die de missie uiteindelijk steunt, weinig heel van het gezwabber van D66. Fractie leider Boris Dittrich treedt korte tijd later af en wordt opgevolgd door Lousewies van der Laan.

De val van het kabinet komt toch nog onverwacht. In mei 2006 laat VVD-minister Verdonk van Vreemdelingenzaken onverhoeds weten dat Ayaan Hirsi Ali, Tweede-Kamerlid voor de VVD, het Nederlanderschap niet bezit. In een uitzen-

ding van *Zembla* is het vluchtverhaal van Ayaan Hirsi Ali nog eens uit de doeken gedaan. Daarmee wordt openbaar dat zij gelogen heeft over haar naam en geboortedatum, iets wat voor wie het wilde weten al jaren bekend kon zijn. Voor Verdonk is dat reden om, nagenoeg zonder overleg met het kabinet, Ayaan Hirsi Ali haar Nederlandse paspoort te ontzeggen, en daarmee haar lidmaatschap van de Tweede Kamer. De Tweede Kamer valt bijna unaniem over de minister heen. Publicitair legt ze het af tegen Hirsi Ali die voor het oog van talloze televisiecamera's uit binnen- en buitenland, gestoken in het bekende zwart-wit, en gebruikmakend van de retoriek van familienamen uit de bijbel en de koran, met haar breekbare stem voordraagt: 'Ik ben Ayaan, de dochter van Hirsi, die de zoon is van Magan, de zoon van... enzovoorts' (De Vries, 2006, p. 110 e.v.). Een politieke complicatie is dat Verdonk tegelijkertijd verwickeld is in de verkiezingsstrijd om het lijsttrekkerschap van de VVD. Die strijd lijkt uit de hand te lopen. Een niet met name genoemd VVD-bewindspersoon laat weten dat 'wij haar een kk-uu-tt-wijf vinden' (*De Telegraaf*, 20 mei). Onder grote druk van vrijwel de hele Kamer en van het kabinet besluit Verdonk na enkele weken toch Hirsi Ali alsnog het Nederlanderschap te gunnen, maar slechts op grond van een schuldverklaring waarin zij bekent niet de volledige waarheid gesproken te hebben over haar afkomst. Nadat tegen het ochtendgloren premier Balkenende deze gang van zaken met zo veel woorden toegeeft, zegt Lousewies Van der Laan, fractievoorzitter van D66, het vertrouwen op in minister Verdonk. Haar motie haalt weliswaar geen meerderheid, maar heeft wel de steun van de regeringsfractie D66. Het kabinet valt. Informatie Lubbers formeert een minderheidskabinet-Balkenende III, steunend op CDA en VVD, dat de lopende zaken behartigt en vervroegde verkiezingen zal uitschrijven. De keuze valt op 22 november 2006.

De insteek van het CDA

De grootste regeringspartij heeft het voordeel het meest te kunnen profiteren van de politieke conjunctuurcyclus. In de eerste

jaren van een regeringsperiode kan met ambitiecommunicatie worden uitgelegd dat de problemen van het land groot zijn, maar dat de regering de ambitie heeft ze op te lossen. Zodra de verwachtingen tot een dieptepunt gedaald zijn, kan in het verkiezingsjaar worden uitgelegd hoe heilzaam het beleid geweest is. In de televisiedemocratie, waarin politici ook in de tussenliggende jaren zichtbaar moeten blijven om hun populariteit niet te verliezen, is het wel een probleem dat een te snelle omschakeling van ambitie- naar resultaatcommunicatie ongelooftwaardig kan overkomen. Immers, het één veronderstelt dat de problemen groot, het ander dat de problemen opgelost zijn. Als het kabinet op Prinsjesdag 2005 plotsklaps verkondigt dat het goed gaat, is de scepsis daarom groot. Het CDA stijgt niet onmiddellijk in de peilingen en verliest een halfjaar later fors bij de Gemeenteraadsverkiezingen. In het CDA gaan oude stemmen op dat de partij het 'sociale gezicht' verwaarloost. Als in de PvdA een discussie rond de AOW ontbrandt, hervindt het CDA het zelfvertrouwen. CDA-fractievoorzitter Verhagen zet op het congres van 20 mei 2006 de toon. 'Met Bos bent u de klos,' zegt Verhagen. Dat het CDA de aanval kiest, is onwennig. *Trouw* meent eind mei nog 'Smalen over Wouter Bos kunnen ze bij de vvd; in het CDA leren ze dat nooit' (30 mei, 2006).

Als eerste partij presenteert het CDA half augustus het verkiezingsprogramma. De partij stelt dat de Bos-belasting op de AOW onrust zaait en helemaal onnodig is. Immers: 'Het CDA heeft ook gewerkt aan solide financiën om toekomstige lastenstijging door vergrijzing het hoofd te bieden. Het CDA zal dat beleid voortzetten en wil de AOW handhaven als welvaartsvast basispensioen op 65 jaar' (Pellikaan, Van Holsteijn, Van der Meer, Ijsbrandy & Voerman, 2006, p. 64). Op Prinsjesdag 2006 brengt het kabinet bij monde van minister-president Balkenende (CDA) alleen maar goed nieuws: een droombegroting met een overschot, verbetering van koopkracht voor iedereen: 'na het zuur nu het zoet'. Mede door een strikt embargo op Troonrede en begroting, lekt voor het eerst in decennia niets uit en heeft het kabinet op Prinsjesdag publicitair bijna vrij spel. Balkenende geeft zelfs een extra persconferentie, alsof de Troonrede niet voor zichzelf sprak.

De insteek van de vvd

In de maanden vlak voor de val Balkenende II, is de vvd in de ban van een nieuw avontuur: de strijd om het lijsttrekkerschap tussen Rutte en Verdonk, met als kansloze derde het onbekende Kamerlid Veenendaal. De strijd levert de vvd veel publiciteit op. In peilingen krijgt de partij de stijgende lijn te pakken: 'vvd 6 zetels hoger dan CDA', meldt een persbericht van Maurice de Hond van 16 april 2006.

Maar de strijd loopt uit de hand. In het nieuws wordt Rutte gezien als exponent van de sociaalliberale vleugel (het kleine broertje van Bos), Verdonk als exponent van de conservatief-populistische vleugel. Eind mei wordt Rutte met een nipte meerderheid door de vvd-leden gekozen tot lijsttrekker en lijken de gelederen gesloten te worden. Zoals bij Amerikaanse verkiezingen gebruikelijk, prijst de verliezende kandidaat de winnaar. Maar daarmee is nog niet duidelijk wat nu het vvd-standpunt is over de toetreding van Turkije tot de EU, of meer in het algemeen over de problemen rond immigratie en integratie. Issues waarmee Verdonk stevig campagne heeft gevoerd. Die strijd wordt niet uitgevochten, zodat het vvd-standpunt onduidelijk blijft. Wel wordt afgesproken dat Verdonk haar eigen bijdrage aan de verkiezingscampagne zal leveren. Die onduidelijkheid over de koers bestond overigens al langer. In september 2004 had Van Aartsen niet voorkomen dat Wilders uit de vvd stapte, nadat hij wilde blijven verdedigen dat Turkije niet thuishoorde in de EU. Vervolgens bleef echter onduidelijk wat het standpunt van de vvd over Turkije en aanverwante kwesties dan wel was. Standpunten wisselden elkaar af, zonder duidelijke besluitvorming (De Vries, 2006).

Eind augustus presenteert de vvd een verkiezingsprogramma op tabloidformaat. Daarin staat – hetzij uit principiële, hetzij uit tactische overwegingen – geen woord over Hirschi Ali en al evenmin over standpunten inzake de thema's waarmee Bolkestein in de jaren negentig de vvd groot maakte, en waar Verdonk in de kabinetten-Balkenende op voortborduurde. Over de drie stevige programmapunten uit 2003 – 'strengere immigratiemaatregelen', 'een betere integratie' en 'een consequent uit-

zettingsbeleid' (Pellikaan, Voerman, van Holsteijn & Ijsbrandy, 2003, p. 756-757) – valt niets te lezen. De toetreding van Turkije tot de EU wordt slechts indirect genoemd: 'Uitbreiding van de EU, mits volgens de vastgestelde regels, betekent dat meer mensen meedoen met de gezamenlijke markt en rechtsorde. Dit is uiteindelijk goed voor onze economie en veiligheid' (Pellikaan, van Holsteijn, van der Meer, Ijsbrandy & Voerman, 2006, p. 591). De pers reageert sceptisch op de inhoud van het programma en gematigd positief op de verpakking. 'vvd wil politiek in klare taal', kopt *NRC Handelsblad* van 28 augustus 2006. In de vvd zelf lijkt het programma voor zoete koek geslikt te worden. Alleen Kamerlid Van Schijndel protesteert tegen het uit handen geven van de electorale erfenis van Bolkestein waarop lijsttrekker Rutte hem begin september uit de vvd-fractie zet, overigens zonder zelf te zeggen hoe de erfenis van Bolkestein te behouden.

Daarmee is de kous voorlopig af, maar in het vervolg zullen we zien dat de vvd de door miljoenen kiezers geraadpleegde stemwijzers, goeddeels gebaseerd op de verkiezingsprogramma's, over het hoofd heeft gezien.

De insteek van de PvdA

De PvdA wint met gemak de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006. Dat is geen gevolg van het vele tv-nieuws dat de PvdA weet te maken, maar eerder van het vele bedenkelijke nieuws dat de twee grote regeringspartijen, CDA en VVD, genereren (Letterie, 2006). Na de gemeenteraadsverkiezingen stijgt de PvdA in de peilingen tot liefst 61 zetels (NSS/Interview, 17 maart 2006). De PvdA wil investeren in contacten met de achterban, ook met allochtone jongeren, om te horen wat er in het land, en met name in oude wijken, leeft (Bessems, 2006; Kleijwegt & Van Weezel, 2006). Om na de verkiezingen samen met het CDA nieuw beleid te kunnen voeren, moet gefilosofeerd worden over mogelijkheden om kostbaar oud beleid af te bouwen. Maar als Bos oppert de AOW te fiscaliseren, krijgt hij voor het eerst de wind van voren. Oud-PvdA-minister Van Dam trekt in *de Volkskrant* fel van leer tegen het

plan. 'Het is niet waar dat zo'n maatregel alleen maar rijke gepensioneerden treft. Dat liep mij over de schoenen,' schrijft Van Dam, die daarbij het woord 'misleiding' in de mond neemt (*de Volkskrant*, 25 mei). Intussen daalt de PvdA weer in de peilingen en het verband is snel gelegd.

De programmacommissie van de PvdA vindt een oplossing: 'We beginnen pas in 2011, met mensen die vanaf dat moment 65 jaar worden' (Pellikaan, van Holsteijn, van der Meer, Ijsbrandy & Voerman, 2006, p. 331). Maar dat wordt in de pers als een zwakgebod gezien: 'Wouter Bos zwakt AOW-plan af' (*AD*, 1 september). CDA-fractievoorzitter Verhagen bijt door. Hij blijft erbij dat ouderen 'bij Bos de klos' zijn, zolang het plan niet helemaal van tafel wordt gehaald.

De toon van het PvdA-programma 'samen sterker' is gericht tegen de rechtse partijen. Van alle pagina's druipt af dat het socialer moet. Ondanks de economische groei staan immers nog steeds veel mensen aan de kant. Veel minder duidelijk wordt gemarkeerd waar de PvdA zich afzet tegen partijen ter linkerkant (GroenLinks en SP). Voor een goede verstaander staat wel te lezen dat de PvdA op de meeste beleidsterreinen, bijvoorbeeld op het terrein van de zorg, de doorgevoerde marktwerking niet terug wil draaien: 'Het is goed dat in de nieuwe basisverzekering de verschillen tussen ziekenfonds en particuliere verzekering eindelijk zijn opgeheven' (Pellikaan, van Holsteijn, van der Meer, Ijsbrandy & Voerman, 2006, p. 334). Argumenten waarom dat goed is ontbreken. Bij het begin van de campagne blijft daarmee onduidelijk op grond van welke binnen de partij gedeelde argumenten, het PvdA-woordvoerders vrijstaat zich af te zetten tegen de SP. Die partij wijt immers alle problemen in de zorg aan de marktwerking.

De insteek van de andere partijen

De SP wacht met het uitbrengen van het programma. Het uiteindelijk gepresenteerde programma ademt dezelfde geest van solidariteit met de zwakkeren als het PvdA-programma. Programmapunten waarmee de SP zich voorheen onder-

scheidde van de PvdA, ook in de Stemwijzer, keren er niet in terug. De SP is niet langer tegen de monarchie of de NAVO en niet langer vóór een belastingtarief van 72 procent op topinkomens. Verschillen met het PvdA-programma zijn er echter wel degelijk. Terwijl het PvdA-programma zo gelezen kan worden dat de partij instemt met de hervormingen in de zorg die VVD-minister Hoogervorst eindelijk heeft doorgevoerd, wekken de talloze argumenten van de SP tegen marktwerking in de zorg de indruk dat de SP die hervormingen juist terug wil draaien. Dat het weinig mag kosten vormt een tweede draad in het SP-programma: 'Een beter Nederland voor hetzelfde geld'. De SP wijdt ook een paragraaf aan dierenwelzijn. Volgens de Stichting Wakker Dier is de SP de meest diervriendelijke partij van 2006.

Het programma van de Partij voor de Dieren ademt echt de sfeer van een partij met één thema: het begint en eindigt met dierenwelzijn. De delen van het programma die over mensen gaan, komen overigens wel weer in de buurt van wat linkse partijen doorgaans willen, zo becijfert Paul Lucardie in een dagbladbijdrage (*Trouw*, 5 december, 'Links voor dieren én mensen').

GroenLinks zet in het programma met de titel 'Groeï mee' in op een 'socialer, groener en toleranter Nederland' (Pellikaan, van Holsteijn, van der Meer, Ijsbrandy & Voerman, 2006, p. 243). Groen is groen, maar groeien klinkt liberaal, sociaal klinkt links, en tolerant klinkt als progressief en gedogend. Niet voor niets is lijsttrekker Halsema is door de JVD in 2005 tot 'liberaal van het jaar' uitgeroepen. Ook haar boek *Linkse lente* getuigt van die geest (Halsema, 2006).

De ChristenUnie is in 2003 door VVD en CDA als mogelijke coalitiepartner ingeruild voor D66. Dat zal de ChristenUnie niet weer gebeuren. 'Het CDA heeft in 2003 tienduizenden stemmen van ons *te leen* gekregen – goed voor een paar zetels. Ik zou daar misschien vrede mee hebben gehad als dat een bijdrage was geweest aan een voluit bijbels verantwoord, christelijk-sociaal beleid. Maar – oordeel zelf – is dat zo?' (Rouvoet, 2006, p. 174). In het programma 'Duurzaam voor elkaar' wordt vanuit bijbelse normen en waarden een 'conservatief

pleidooi voor het einde van het gedogen van onthuisterende en onethische gedragingen ingezet dat uitmondt in een sociaal beleid dat bij de PvdA in de buurt komt. De ChristenUnie is tegenstander van abortus en euthanasie, maar met zo veel woorden wordt toch het bestaansrecht van de huidige regelgeving erkend: 'Zolang de Wet afbreking zwangerschap van kracht is, zal alles op alles moeten worden gezet om het aantal abortussen terug te dringen.'

Daarmee is een subtiel verschil met de SP aangegeven. 'Voor velen is de abortusdiscussie een gepasseerd station. Voor de SP niet! Het is en blijft ten hemel schreiend...' (Pellikaan, van Holsteijn, van der Meer, Ijsbrandy & Voerman, 2006, p. 534).

Bij de klein-rechtse partijen neemt de PVV van Geert Wilders de meest extreme posities in. In een verkiezingspamflet worden met *bullets* lange lijsten van maatregelen genoemd om de criminaliteit en het terrorisme keihard aan te pakken, een immigratiestop te bereiken en burgers meer invloed te geven. Doordat zo veel maatregelen puntsgewijs staan opgesomd, ontbreekt bijna overal uitleg. EénNL legt in vergelijking met de PVV de nadruk minder op maatregelen tegen de islam in Nederland, en meer op criminaliteitsbestrijding.

2.2 De insteek van media

Het nieuwsaanbod van dagbladen en televisienieuwsbulletins vormt geen constante. Redacties beslissen hoeveel ruimte ze vrijmaken om de verkiezingscampagne op een bijzondere manier, los van de alledaagse nieuwsgaring, te volgen. Belangrijk is daarbij hoe makkelijk of moeilijk men denkt het nieuws te kunnen maken voor de kijker of lezer. In de afgelopen vier jaar zijn de PCM-dagbladen over de hele linie moeilijker geworden, terwijl het *Nos Journaal*, *De Telegraaf* en het *AD* iets makkelijker zijn geworden. Omdat politiek 'moeilijk' geacht wordt, kiest het vernieuwde *AD* er ook in de verkiezingscampagne voor om van de verkiezingsstrijd minder vaak voorpaginanieuws te maken. *nrc.next*, dat zich richt op jongeren, maakt een vergelijkbare keuze.

Televisienieuwsbulletins bieden welhaast per definitie minder ruimte voor complexiteit dan dagbladen. Dat betekent dat het politieke verhaal aan minder hoofdrolspelers opgehangen wordt dan in dagbladen. Het verklaart ook dat politieke spelletjes bij voorkeur eenvoudiger worden voorgesteld dan ze feitelijk zijn. In het televisienieuws worden de kijkers er al maanden voor de verkiezingen op voorbereid dat het gaat spannen tussen Bos en Balkenende.

Het gehele medialandschap is voortdurend aan veranderingen onderhevig, ook aan veranderingen met politieke gevolgen. De komst van RTL als nieuwe televisiezender betekende in 1994 dat veel kiezers niet langer het *NOS Journaal*, maar het *RTL4 Nieuwsvolgen*. Dat leidde tot extra verlies voor het CDA. Dat veel kiezers in 2002 het nieuws van de betrekkelijk nieuwe zender SBS6, met veel aandacht voor de emoties van de straat, waren gaan volgen, leverde de LPF extra stemmen op. Toen de verkiezingen van 2006 zich aandienen, besloten de redacties van allerlei talkshows om vlak voor de verkiezingen iets met de lijsttrekkers van de partijen te willen doen. Dat kiezers in de laatste weken voor de verkiezingen talloze malen de lijsttrekkers van de grote partijen zouden zien langskomen, stond zo al lang van tevoren vast. Aangenomen mag worden dat het mediaspektakel dat al deze programma's samen bieden een mobiliserend effect heeft om vooral te gaan stemmen. De uiteindelijke opkomst van 80 procent laat zich mede daardoor verklaren.

2.3 De insteek van aanbieders van politieke informatie op internet

Internet is in een razend tempo doorgebroken. Van een speeltje voor jonge hoogopgeleide mannen gericht op pure informatie is het doorgedrongen tot bijna alle lagen van de bevolking. Internet biedt ook politieke partijen nieuwe mogelijkheden voor meer interactieve politieke communicatie (Coleman, 2001; Davis, 1999). Het biedt burgers de mogelijkheid sneller informatie te verkrijgen, eenvoudiger contact te leggen met politieke actoren en met andere burgers over

politiek van gedachten te wisselen via chats, forums en blogs.

Nederlandse politieke partijen zijn vanaf 1994 actief op internet, maar de doorbraak komt pas bij de verkiezingen van 2002. Volgens het Nationaal Kiezers Onderzoek bezocht in 1998 ongeveer 6 procent van het electoraat een website van een partij. In 2003 maakt al ruim een derde van de kiezers gebruik van internet (Van Holsteijn & Den Ridder, 2005, p. 58). In 2002 wordt de website van de LPF met 557.689 bezoekers het vaakst bezocht – na de moord op Fortuyn schoot het bezoek omhoog – terwijl in 2003 de website van de PvdA met 484.215 bezoekers de populairste wordt, met als goede tweede de website van de SP met 305.196 bezoekers (Voerman & Boogers, 2005, p. 201). Zowel in 2002, 2003 als 2006 heeft de SP prijzen in ontvangst mogen nemen voor de website. Nederlandse politieke partijen gebruiken internet voornamelijk in één richting: om top-downinformatie te geven aan kiezers over partijstandpunten, activiteiten en kandidaten, net als elders in de wereld overigens (Gibson, Margolis, Resnick & Ward, 2003; Schweitzer, 2005). Zo gebruikt de SP de website om zorgvuldig uit te leggen waarom oude standpunten over de NAVO en de monarchie even ter zijde zijn geschoven.

Nieuwe ontwikkelingen op internet nodigen nog sterker uit tot interactief internetgebruik door partijen en kandidaten. Kiezers kunnen persoonlijk kennismaken met politici die 'chatten', 'bloggen', 'podcasten' of 'hyven'. Bij de Tweede-Kamerverkiezingen in 2006 konden kiezers voor het eerst massaal kennismaken met politici via Hyves en daarmee gelijk contacten opbouwen met andere 'vrienden' van die politici. Utz (2006) concludeert op grond van een internetenquête onder Hyves-vrienden van lijsttrekkers dat ze gemiddeld onder de dertig zijn, een grote politieke interesse hebben, maar toch passieve bezoekers blijven. Ze bekijken in de eerste plaats het profiel van hun grote politieke 'vriend(in)', en daarnaast vaak ook nog het profiel van Balkenende, en ook wel van Bos. Ze lezen de blog en kijken naar de foto's. Slechts ongeveer de helft leest in de krabbels die anderen achterlaten, slechts ongeveer een derde laat zelf een – meestal positief getinte – krabbel achter op het profiel

van de favoriete lijsttrekker, en slechts een achtste op het profiel van Balkenende. Balkenende krijgt in de maanden voor de verkiezingen bijna 50.000 vrienden op Hyves, maar een Hyves-bezoek aan Balkenende getuigt toch eerder van nieuwsgierigheid dan van 'echte' vriendschap, blijkens vragen over sympathie voor de lijsttrekkers. Hyves-gebruikers blijven sceptisch over politici: bijna de helft ziet Hyves als een gemakkelijke manier voor politici om stemmen te trekken en bijna driekwart denkt dat de meeste politici Hyves alleen maar gebruiken omdat anderen het ook doen, en dat ze na de verkiezingen hun Hyves-profiel niet meer bij zullen houden (Utz, 2006).

De Stemwijzer en het Kieskompas

Bij hun partijkeuze kunnen burgers gebruikmaken van een groeiend aantal websites waar partijstandpunten worden vergeleken (Voerman & Boogers, 2005). Deze niet-partijgebonden websites met partijprofielen zijn reeds te vinden in Nederland, België, Duitsland, Bulgarije, Slovenië, Zwitserland en de Scandinavische landen. In Nederland bestaat sinds 1994 de mogelijkheid om via internet een stemadvies te krijgen. Zo'n stemadvies is toegesneden op iemands persoonlijke politieke standpunten over issues. De belangrijkste Nederlandse website met partijprofielen is de Stemwijzer, ontwikkeld door het Instituut voor Publiek en Politiek, het Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen en de Universiteit Twente. In 1998 zijn 250.000 stemadviezen gegeven, in 2003 ruim 2,2 miljoen en in 2006 is 4,7 miljoen. Kortom: in 2006 heeft ruim 40% van het electoraat gebruikgemaakt van de Stemwijzer. In 2006 is daar het Kieskompas bijgekomen, ontwikkeld aan de Vrije Universiteit door een van de auteurs van dit boek, Krouwel, in samenwerking met dagblad *Trouw*. Meer dan anderhalf miljoen kiezers hebben daar gebruik van gemaakt. Zowel bij de Stemwijzer als bij het Kieskompas wordt de overeenstemming tussen de opvattingen van de kiezer en de partijstandpunten van politieke partijen gemeten met behulp van stellingen. Wie een stemwij-

zer invult wordt gevraagd in hoeverre men het eens of oneens is met bepaalde stellingen.

De stellingen van de Stemwijzer zijn ontleend aan partijprogramma's, waarbij 'wordt gelet op de spreiding over the thema's die in de programma's aan de orde komen, of de stellingen voldoende controversieel zijn (minstens een partij voor en een partij tegen) en of "positieve" en "negatieve" stellingen voldoende in evenwicht zijn' (Schuszler, De Graaf & Lucardie, 2003, p. 195). De opstellers formuleren ongeveer 100 stellingen die daarna 'in ruime kring worden besproken, waarbij wordt gekeken naar actualiteit, eenduidigheid, formulering enzovoort'. Uiteindelijk blijft een groslijst van 50 stellingen over die wordt voorgelegd aan 'gezaghebbende' personen binnen politieke partijen. Deze personen bepalen of hun partij het *eens of oneens* is met de voorgelegde stellingen en kunnen ook commentaar geven op stellingen en ontbrekende stellingen toevoegen (Schuszler, De Graaf & Lucardie, 2003). Het gevolg is dat partijen *strategische antwoorden* kunnen geven, of zelfs kunnen proberen vragen te herformuleren om de 'verkooppunten' van de eigen partij uniek te laten worden, en te voorkomen dat electorale concurrenten unieke verkooppunten krijgen. Zo geeft de campagneleider van het CDA, Jack de Vries, met zo veel woorden toe dat het CDA de antwoorden op de stellingen van de Stemwijzer zo heeft geformuleerd dat er een gunstige uitslag zou volgen (*Het Parool*, 28 november).

Vervolgens worden de 25 à 30 *meest onderscheidende* stellingen uit deze groslijst geselecteerd. De overblijvende stellingen zijn niet noodzakelijkerwijs de stellingen die afzonderlijke verkiezingsprogramma's het beste typeren noch de meest relevante stellingen die in de verkiezingsstrijd het vaakst naar voren komen. Als er veel partijen meedoen, zoals in het Nederlandse meerpartijstelsel, dan moeten er allerlei vragen over onderwerpen in de vragenlijst worden opgenomen om onderscheid te maken tussen kleine partijen die voor de middenpartijen niet het meest belangrijk zijn. Zo bleek in 2002 de Stemwijzer uiteindelijk nauwelijks te discrimineren tussen de middenpartijen CDA, D66 en PvdA

(Groot, 2003). Middenpartijen kunnen dit nadeel deels compenseren door neutrale posities opgeven bij stellingen waarover de kiezers met elkaar van elkaar verschillen (Arendsen, 2003). Echter, ook in 2003 werd een middenpartij, het CDA, benadeeld door de Stemwijzer. Analyses uitgaande van het Nationale Kiezersonderzoek laten zien dat 20% van de kiezers die de Stemwijzer gebruikte CDA stemde, vergeleken met 30% van de kiezers die dat niet deden. Respondenten die toch op het CDA stemden, moeten het advies van de Stemwijzer dus genegeerd hebben. Van de stemwijzergebruikers die zeiden dat de Stemwijzer hen niet beïnvloed had stemde 21% op het CDA, van degenen die zeiden dat de Stemwijzer hen wel beïnvloed had stemde slechts 14% CDA. Hoe dit ook zij, ook in 2006 krijgt de Stemwijzer kritiek omdat partijen in de Stemwijzer soms hun ware standpunten lijken te verbloemen, en de logica achter de keuze van de stellingen moeilijk te volgen is (bijvoorbeeld Syp Wynia, 'Evidente fouten en rare onderwerpkieze in Stemwijzer', in *Elsevier*, 18 oktober 2006; Wouter Teepe 'Stemwijzer van IPP deugt van geen kant', in *NRC Handelsblad* van 26 oktober 2006).

Uitgangspunt van het Kieskompas is dat de stellingen betrekking moeten hebben op keuzes die in de komende verkiezingsstrijd en de komende regeringsperiode aan de orde komen. Pas binnen de categorie van relevante stellingen wordt nagegaan of ze onderscheidend zijn. Om dat te bepalen wordt voor elk verkiezingsprogramma's nagegaan welke issues worden benadrukt. Ter controle van deze rangordening van issues is aan waarnemers van het politieke spel – enkele journalisten, enkele wetenschappers – gevraagd wat volgens hen de belangrijkste issues worden in de verkiezingen. Dat zouden er in 2006 twaalf worden. Over elk issue zijn drie vragen opgenomen.

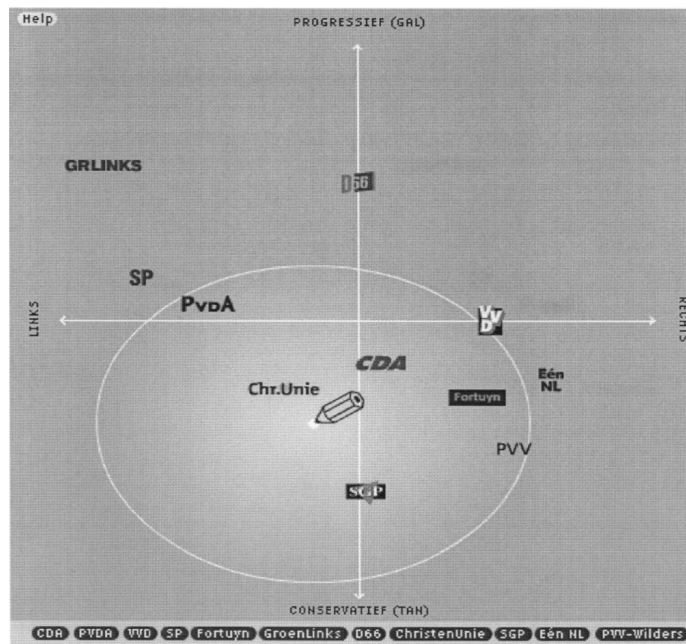
Strategische antwoorden van partijen kunnen in het Kieskompas minder gemakkelijk de overhand krijgen dan in de Stemwijzer, omdat ijking van de partijstandpunten geschiedt aan de hand van passages uit officiële partijdocumenten. Uitgangspunt was dat gebruikers van het Kieskompas bij elke opgenomen stelling bij elke partij naar een officieel partijstand-

punt moeten kunnen doorklikken. Meerdere codeurs (per partij minimaal 3) hebben alle politieke partijen op basis van de standpunten in de verkiezingsprogramma's geijkt op elk van de 36 vragen. Was het partijstandpunt: helemaal mee eens, mee eens, neutraal, niet mee eens, of helemaal niet mee eens? Neutrale en gematigde partijstandpunten zijn toch mogelijk gemaakt (ondanks de kritiek van Arendsen, 2003), juist omdat ook in de politiek neutrale en gematigde partijstandpunten worden ingenomen om kiezers die het met elkaar oneens zijn bij de partij te houden. Indien in het verkiezingsprogramma geen melding werd gemaakt van het issue is allereerst uitgeweken naar standpunten op de website van de partij. Voor nieuwe partijen met 'dunne' programma's bleven er zo nog wel veel vraagtekens over. Alle plaatsingen en alle vraagtekens zijn vervolgens aan de politieke partijen zelf voorgelegd. Als een partij vond dat een plaatsing door de codeurs onterecht was, of dat er toch een standpunt was, dan kon dit middels door de partij formeel geautoriseerde notities en rapporten worden onderbouwd. Daarbij ging het bij de meeste partijen over slechts enkele vragen en was de plaatsing al wel in de juiste richting. Het betrof meestal onenigheid over de mate waarin men het met de stelling (on)eens was. In slechts enkele gevallen positioneerden onze codeurs een partij in een andere richting dan de 'autorisor' van de partij zelf. In deze gevallen ontstond meestal een intensieve discussie, waarbij aan de betreffende partij werd verzocht rapporten, notities of andere formele teksten aan te leveren die een (ver)plaatsing konden rechtvaardigen. Aanvankelijke onenigheid bleek overbrugbaar te zijn als het ging om, soms buitengewoon complexe, passages uit partijrapporten die naar het oordeel van de opstellers van Kieskompas toch de kool en de geit wilden sparen, maar niet altijd als er spanning bestond tussen de veelvuldig herhaalde politieke ideologie van een programma en losse opmerkingen over het beleid ten aanzien van een concreet punt. Een bekend theorema uit de logica is immers dat alles te bewijzen valt als er ook maar iets inconsistent is.

Het voor de gebruikers meest zichtbare verschil tussen de Stemwijzer en Kieskompas betreft overigens de presentatie

van het advies. De Stemwijzer laat van boven naar beneden een rangorde van partijen zien. Wie op de middelbare school geleerd heeft wat een assenstelsel is, kan uit de presentatie van Kieskompas gemakkelijker afleiden hoe die partijen inhoudelijk van elkaar verschillen. Gebruikers van Kieskompas krijgen hun eigen positie – gemarkeerd door een rood potloodje omgeven door een blanke glans – en die van de partijen te zien in een assenstelsel met een horizontale links-rechts-as en een verticale progressief-conservatief-as.

20 van de 36 voorgelegde standpunten hebben namelijk vooral te maken met de links-rechtstegenstelling rond economische en financiële kwesties, en de resterende 16 met een immateriële kwesties. Die immateriële dimensie kennen we al uit de Nederlanden van de zestiende eeuw als de tegenstelling tussen *rekkelijken* en *preciezen*. Die tegenstelling



Figuur 2.1: Visualisatie van Kieskompas ontwikkeld door Trouw en de Vrije Universiteit

is in Nederland nooit weggeweest (Kleinnijenhuis & Pennings, 2001), maar bestaat in een iets andere gedaante ook in andere Europese landen, zo blijkt uit internationaal vergelijkend onderzoek naar dagbladberichtgeving, waarbij dezelfde methode gebruikt wordt als in dit onderzoek (Kriesi et al., 2007, te verschijnen). Die immateriële dimensie kan worden aangeduid als de progressief-conservatiedimensie, als de permissief-orthodoxdimensie, of in de terminologie van Hooghe en Marks als de GAL-TAN-dimensie: groen, alternatief en libertair tegenover traditioneel, autoritair en nationalistisch (Hooghe & Marks, 2003). Rondom de eigen positie in het assenstelsel wordt een ellips getekend uitgaande van de standaarddeviaties van de eigen standpunten op de links-rechts- en op de progressief-conservatiedimensie, waarbinnen de partijen vallen waarop men ook nog wel zou kunnen stemmen.

2.4 Welke richting werden de kiezers op geduwd door internetadviseurs?

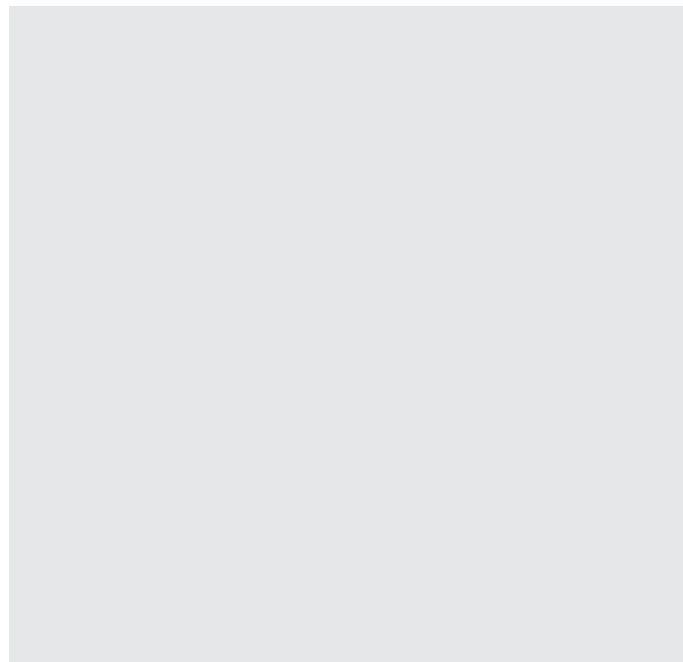
In figuur 1.2 hierboven is als voorbeeld de ellips afgebeeld van een conservatieve kiezer met een sociaal hart die niet op de hoogte is van welke partijideologie dan ook, kortom een kiezer waarop het volgende citaat van SCP-directeur Schnabel uit oktober 2004 van toepassing is: ‘Voor de meeste mensen valt er niet veel meer te winnen, maar wel veel te verliezen. Dat is ook waar ze bang voor zijn. Verlies van veiligheid, van solidariteit, van gemeenschapszin... Wat mensen willen is “hard vanbuiten en zacht vanbinnen”. We willen een muur om ons heen en het met elkaar een beetje gezellig hebben’ (op. cit. Breedveld, 2005, p. 121-122). In hoofdstuk zeven zal blijken dat deze mensen uit 2004 model staan voor de modale Nederlander van 2006. Als deze kiezer onbevooroordeeld alle partijprogramma’s grondig zou lezen, zouden bijna alle partijen nog in aanmerking komen. Maar de ellips uit de figuur laat zien dat volgens Kieskompas de vvd en de sp niet in aanmerking komen. In dit hoofdstuk is de achtergrond daarvan al geschetst. De vvd getuigt in het partijprogramma niet van de conserva-

tieve lijn van Bolkestein, terwijl de SP met het partijprogramma zozeer de linkse puntjes op de i van het PvdA-programma zet, dat uit dit programma geenszins blijkt dat de SP ook als een traditionele, autoritaire en nationalistische partij, kortom als een conservatieve TAN-partij, gezien kan worden

Om een nauwkeurige indruk te krijgen van de verschillen tussen partijen volgens de twee wijzers moet paarsgewijs geteld worden op *hoeveel* punten ze volgens de wijzers van elkaar verschillen. Die paarsgewijze verschillen kunnen met een zogenaamde clusteranalyse inzichtelijk in kaart worden gebracht. Als de clusteranalyse uitwijst dat partij A nauwelijks verschilt van partij B, dan betekent dit dat kiezers die het op de meeste punten eens zijn met partij A, toch gemakkelijk het advies krijgen om partij B te stemmen. Clusteranalyse kent verschillende varianten. Hier is, evenals bij de selectie van vragen voor de Stemwijzer, de recht-toe-recht-aan methode gebruikt (*city block clusters* met meest nabije burens, zie Schuszler, de Graaf & Lucardie, 2003, p. 198). Partijen lijken op elkaar als hun lijnen in figuur 2.2 vrijwel onmiddellijk samenkomen, ze lijken alleen in de verte op elkaar als hun lijnen pas in de verte samenkomen.

Volgens de Stemwijzer lijkt de SP op de Partij voor de Dieren, en lijkt GroenLinks op de PvdA. De SP en de PvdA verschillen behoorlijk van elkaar volgens de Stemwijzer. Volgens Kieskompas lijken de SP en GroenLinks op elkaar. De Partij voor de Dieren is in Kieskompas niet opgenomen. Volgens Kieskompas verschilt de PvdA ook behoorlijk van de SP. Volgens het Kieskompas lijken de drie christelijke partijen CDA, CU en SGP op elkaar. Volgens de Stemwijzer lijkt de SGP op klein rechtse partijen, de CU in de verte op linkse partijen, terwijl het CDA een tamelijk unieke partij is. Volgens de Stemwijzer lijkt de VVD op klein rechtse partijen. Volgens Kieskompas is dat ook wel zo, maar meer in de verte. De algehele conclusie is echter dat de Stemwijzer en het Kieskompas beide bedoeld zijn om partijstandpunten overzichtelijk te ordenen, maar uitkomen bij een totaal andere ordening.

De hamvraag is vervolgens of de vragen waarop twee partij-



Figuur 2.2: Clusters van partijen die volgens Stemwijzer en Kieskompas op elkaar lijken

en verschillen, gegeven de verdeling van voorkeuren in de Nederlandse samenleving, in het voordeel van de ene of de andere partij geformuleerd zijn. Een heikele kwestie in de verkiezingscampagne vormde bijvoorbeeld de AOW. Veel mensen zullen ontkennend antwoorden op de vraag 'Wilt u dat rijkere ouderen hun eigen AOW gaan betalen?' Immers, zo wordt gevraagd of men rijken misgunt wat jezelf graag ook wilt krijgen. Maar bij de vraag 'Wilt u betalen voor de AOW van rijke ouderen?' ligt dat anders. De achterliggende vraag is dan of je zelf genoeg overhoudt om nog wat weg te geven aan anderen, en dan nog wel aan rijken. Bij heel veel onderwerpen kan men de vraag aldus *linksom* als *rechtsom* formuleren: iedereen wil wel wat krijgen, zelfs op voorwaarde dat ook alle anderen het krijgen, maar weinigen willen betalen voor iets wat anderen krijgen, zeker niet als die anderen met velen zijn of al heel veel

hebben. Of politieke vragen in een campagne linksom of rechtsom worden geformuleerd bepaalt of linkse of juist rechtse partijen winnen. Als ‘linkse issues’ zoals de sociale zekerheid in het nieuws voorop staan, dan wordt eigenlijk de vraag gesteld of men wat wil krijgen, zelfs als anderen het ook krijgen. Maar als ‘rechtse issues’ zoals de belastingen, of de overheidsfinanciën voorop staan, dan is de vraag om men wat wil geven aan al die anderen (Budge & Farlie, 1983).

In de Stemwijzer wordt gevraagd of men het eens is met het PvdA-standpunt: ‘Toekomstige ouderen met AOW en een pensioen van meer dan 15.000 euro moeten zelf gaan meebetalen aan deze uitkering.’ Volgens de opstellers van de Stemwijzer willen alleen de PvdA, de CU en GroenLinks afschaffen dat je de AOW zomaar *krijgt*. De stelling is linksom geformuleerd, omdat de vraag overheerst of het onrechtvaardig is dat anderen iets krijgen wat je ook zelf wilt krijgen. Zo zijn de PvdA, de CU en GroenLinks in het nadeel. De vraag ‘Wilt u ook meebetalen aan een AOW voor rijke ouderen?’ zou voor deze partijen voordeliger zijn geweest. Bij Kieskompas wordt een tussenweg geprobeerd: ‘Rijke ouderen moeten in de toekomst meer bijdragen aan de AOW dan arme ouderen.’ Maar niet alleen door de vraagformulering is de AOW-kwestie in het Kieskompas minder nadelig voor de PvdA. Volgens de opstellers van Kieskompas geven PvdA en SP namelijk hetzelfde antwoord op deze vraag.

Ook andere verschillen tussen PvdA en de SP uit de Stemwijzer werken in het nadeel van de PvdA. ‘Als je thuiszorg nodig hebt, moet je daar aan meebetalen.’ Het antwoord linksom is dat jij niet wilt betalen, maar liever wilt krijgen wat je nodig hebt. Volgens de Stemwijzer geven SP en CDA hier het linkse antwoord, maar de PvdA het rechtse antwoord dat wel betaald moet worden. Een vraag die rechtsom geformuleerd is luidt: ‘Ouders die werken moeten betalen voor kinderopvang.’ Omdat de meeste mensen het prima vinden dat anderen betalen voor wat ze zelf nodig hebben, geven de SP en het CDA hier het antwoord dat kiezers aanspreekt, terwijl de PvdA, die vindt dat je juist kinderopvang wel weer zomaar zou moeten *krijgen*, het nakijken heeft.

Zowel volgens de Stemwijzer als volgens Kieskompas stemt de vvd in met de stelling dat Turkije lid moet kunnen worden van de Europese Unie, waarbij in Kieskompas het woordje ‘kunnen’ zelfs vervallen is. Het vvd-programma van Verwaaijen verzet zich daar niet tegen. Uit de clusteranalyse valt echter af te leiden dat potentiële vvd-kiezers zowel van Kieskompas als van de Stemwijzer daardoor niet het advies kregen vvd te stemmen maar een van de klein rechtse partijen. Bij de Stemwijzer kon men, zo laat de clusteranalyse zien, als potentiële vvd-kiezer ook gemakkelijk uitkomen bij de SGP. EénNL onderscheidt zich zowel in de Stemwijzer als in Kieskompas van de andere klein rechtse partijen door gematigde standpunten. Ook EénNL komt er daardoor bekaaid af. Om de kleine rechtse partijen uit elkaar te kunnen houden, moesten in de stemwijzers overigens relatief veel vragen worden opgenomen over immigratie en integratie. Daardoor tikte het ontbreken van heldere vvd-standpunten over integratie en immigratie in het vvd-programma nog harder door.

Ook op andere punten weten de vvd en de PvdA in de Stemwijzer geen *unique selling points* te maken van traditionele programmapunten. De vvd staat bekend als de partij tegen de files en voor meer asfalt. Maar volgens de Stemwijzer zijn tot en met de PvdA alle partijen, met uitzondering van de ChristenUnie, GroenLinks, de SP en de Partij voor de Dieren, het eens met de vvd-stelling ‘Er moeten meer wegen komen om de files te bestrijden’. Volgens de Stemwijzer is niet alleen de PvdA – weliswaar na druk van de vakbeweging – maar ook het CDA het eens met de stelling ‘Het moet voor werkgevers gemakkelijker worden om werknemers met een vaste baan te ontslaan’.

2.5 Conclusie

Hoewel partijprogramma’s zelf niet veel gelezen worden, zijn ze toch belangrijk. Partijprogramma’s geven de marges weer waarbinnen woordvoerders van de partij zich gedurende de campagne tamelijk vrij kunnen bewegen. Hoe de PvdA verschilde van de SP kon echter uit het partijprogramma van

de PvdA niet eenvoudig worden afgeleid. De vvd heeft nadelen ondervonden van een partijprogramma waarin gezwe- gen werd over onderwerpen waarop de vvd sinds Bolkestein sterk stond. Het partijprogramma bood geen houvast toen Rutte en Verdonk in de campagne opnieuw een eigen koers gingen varen.

Bovendien worden de intussen populaire stemwijzers op internet voor een belangrijk deel gebaseerd op partijpro- gramma's. Als in partijprogramma's niet precies geformuleerd wordt wat een partij aantrekkelijk maakt in de ogen van kiezers, dan wordt het dus voor potentiële kiezers voor die partij erg moeilijk om – met welke stemwijzer dan ook – bij de 'eigen' partij uit te komen. In Kieskompas ligt besloten dat noch de vvd, noch de sp in hun programma kiezen voor een traditionele, autoritaire, nationalistische lijn, kortom voor een conservatieve lijn. Potentiële kiezers die zich daartoe wel aangesproken voelen, zullen van Kieskompas niet het advies gekregen hebben op die partijen te stemmen. Vraagformule- ringen in de Stemwijzer hebben mede bijgedragen aan het feit dat potentiële PvdA-kiezers geadviseerd is sp of Partij van de Dieren te stemmen. Het cda heeft optimaal geprofiteerd van de aow-discussie door als het ware de PvdA links te pas- seren met het standpunt dat bezuinigingen helemaal niet meer nodig waren.

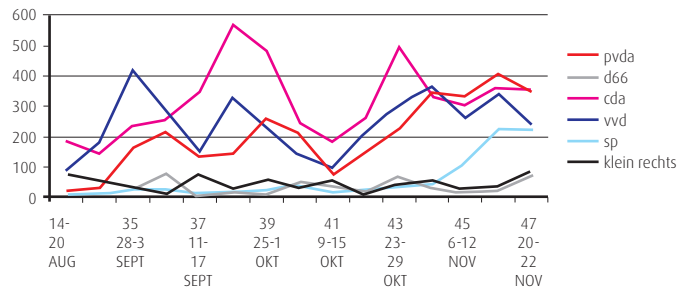
Berichtgeving gedurende de campagne

De aandacht die de media aan partijen besteden verschilt niet alleen van partij tot partij, maar ook in de loop der tijd. Nieuws is dynamisch: gebeurtenissen op steeds weer andere terreinen kunnen ervoor zorgen dat een partij of een persoon het éne moment midden in de belangstelling komt te staan, terwijl men het volgende moment niets meer over de betref- fende partij of persoon verneemt.

In dit hoofdstuk wordt het verloop van de campagne glo- baal geschetst. Over welke onderwerpen en welke partijen ging het nieuws? Vervolgens kijken we naar de aandachtsver- deling voor de verschillende politieke partijen. We eindigen met een top dertig van de belangrijkste politici in het verkie- zingsnieuws. Uitgaande van het globale nieuwsoverzicht uit dit hoofdstuk, kunnen afzonderlijke facetten van het nieuws in de volgende drie hoofdstukken dan systematisch worden besproken.

3.1 De campagne in vogelvlucht: aandacht van week tot week

Aan de hand van figuur 3.1 geven we van week tot week een overzicht op hoofdlijnen van de campagne: welke partij kwam in welke week hoe vaak in het nieuws? De grafiek laat halverwege voor alle partijen een dip zien. We onderscheiden daarom in het vervolg twee hoofdperioden. De aanloop van de campagne loopt tot en met 15 oktober. In de aanloopfase van de campagne schommelt de aandacht voor de politieke partijen flink. De grootste piek in aandacht is echter duidelijk te zien op 19 september, Prinsjesdag. Na 15 oktober komt de verkiezingscampagne echt op stoom.



Figuur 3.1: Aandacht voor politieke partijen per week

De eerste periode: tot en met 15 oktober

Augustus staat in het teken van de partijprogramma's. Halverwege augustus gaat het nieuws over het CDA-programma, eind augustus krijgt het VVD-programma volop aandacht. Maar meer nog dan het programma, trekt gedoe rond de kandidatenlijst van de VVD de aandacht. Voormalig super-PC Docters van Leeuwen (plaats 10 op de lijst) is ontevreden: 'In de VVD van Teeven (nummer 5 op de lijst) heb ik niets meer te zoeken,' laat hij in *nrc.next* weten (30 augustus). Van Schijndel, die de electorale erfenis van Bolkestein wil bewaken, stapt na een conflict met Mark Rutte uit de VVD-fractie.

De AOW blijft vooralsnog het belangrijkste thema. 'Het CDA heeft de campagne geopend en meteen ook het thema bepaald: de AOW', kopt *AD* (28 augustus). En in *Trouw* zegt Bos in een interview: 'Ik heb enorme spijt dat we die 10.000 euro genoemd hebben' (1 september). Diezelfde dag noemt *de Volkskrant* Bos' AOW-plan een dure beginnersfout. In de twee weken voor Prinsjesdag gaat het politieke nieuws over van alles en nog wat. De ene partij komt met idee A, een tweede met plan B en een derde met voorstel C in het nieuws. Veel aandacht is er voor minister Donner die aan Wilders moet uitleggen wat hij bedoelde met zijn uitspraak dat het in Nederland mogelijk is met een tweederde meerderheid de sharia in te voeren.

Prinsjesdag

In de week waarin Prinsjesdag valt, van 18 tot 24 september, betaalt het nieuwsmanagement van het kabinet zich uit: mede dankzij de strikte embargoregeling weet het kabinet, en dan vooral het CDA met premier Balkenende, heel veel publiciteit te genereren. De tweede regeringspartij, de VVD, volgt op gepaste afstand, de linkse oppositiepartijen weten nauwelijks meer aandacht te trekken dan in de weken voor Prinsjesdag. De toonzetting is zonder meer positief voor het kabinet: 'De feestbegroting van het kabinet-Balkenende pakt nog een keer uit', kondigt *AD EEN DAG VOOR PRINSJESDAG AL AAN. DE KOPPEN EN OPENINGEN NA PRINSJESDAG HEBBEN ZONDER UITZONDERING DEZELFDE STREKKING: 'NA HET ZUUR NU HET ZOET'* (*nrc Handelsblad*), 'Met droombegroting naar de kiezers: Nederland is weer gezond, is de boodschap' (*de Volkskrant*). De kritische noten betreffen eerder de vorm dan de inhoud: 'Veel klachten over Prinsjesdag, "feest van de public relations"' (*de Volkskrant*, 21 september). Maar ook dat telt als een succes voor het kabinet. Hoe groot in het nieuws over issues de voorsprong is die het CDA neemt, komt aan de orde in het volgende hoofdstuk.

Kort na Prinsjesdag wordt het begin september al uitgelekte rapport over de Schipholbrand gepresenteerd in de Tweede Kamer. Reageerde het kabinet eerder nog kritisch, zo men wil strijdvaardig, op het uitgelekte conceptrapport, nu trekken de ministers Donner en Dekker hun conclusie en treden af. De Schipholbrand beheerst eind september het nieuws, maar keert in de maanden erna slechts sporadisch terug.

Armeense kwestie en partijcongressen

Wie verwacht had dat het politieke nieuws in de week na Prinsjesdag (25 september-1 oktober) uitsluitend in het teken van de Algemene Beschouwingen zou staan, komt bedrogen uit. De soms stevige woordenwisselingen tussen de fractievoorzitters van CDA (Verhagen) en PvdA (Bos) blijven zeker niet onopgemerkt, evenmin als de naderhand in een soms serieuze, soms hilarische, context herhaalde oproep van premier Balkenende

om ‘blij te zijn met elkaar’ en weer ‘die voc-mentaliteit’ ten toon te spreiden. Maar daarnaast gaat veel aandacht uit naar de Armeense kwestie. Na een positieve pers over het kritische rapport van CDA-europarlementariër Eurlings over de voorbereidingen van Turkije om lid te worden van de EU, schrapt het CDA twee kandidaten van Turkse afkomst van de kandidatenlijst voor de Tweede Kamer die de door Turkije in 1915 gepleegde volkerenmoord op Armeniërs niet erkennen. De PvdA volgt het CDA en schrapt ook een Turkse kandidaat.

In de week van 2-8 oktober blijft de Armeense kwestie spelen. Dat geldt met name voor de PvdA. De verklaringen van de nummer twee van de PvdA, Kamerlid Albayrak, zelf van Turkse komaf, roepen veel vragen en discussie op. Tekenend zijn de koppen ‘Armeense kwestie zit Albayrak op de hielen’ en ‘Kletsboek Albayrak heeft onaangename bijmaak’ (*de Volkskrant*, 4 oktober).

Verder schrijven de dagbladen in het begin van de week over de partijcongressen van CDA en PvdA, gehouden in het weekeinde. Een echte toename in aandacht zien we in deze week slechts voor één partij, te weten voor D66. Oorzaak: oprichter Van Mierlo pleit voor opheffing. Niet echt het gedroomde verkiezingsnieuws.

De tweede periode: vanaf 16 oktober tot aan de verkiezingen

Uit figuur 3.1 blijkt dat de week van 9-15 oktober een stilte voor de storm van het pure verkiezingsnieuws vormt, waarmee de voorafgaande periode wordt afgesloten waarin de partijprogramma’s, Prinsjesdag, de Algemene Beschouwingen en de Schipholbrand centraal stonden. We houden daarom ook in de vervolghoofdstukken van dit boek steeds 15 oktober als scharnierpunt aan.

Armeense kwestie, ‘Lingo’ en nog zo wat

In de weken van 9-15 en van 16-22 oktober blijft de Armeense kwestie in de publiciteit, vooral omdat nu van Turkse zijde opgeroepen wordt CDA en PvdA te boycotten en te stemmen op D66, meer specifiek op nummer 6 van deze lijst, het van

oorsprong Turkse Kamerlid Koser Kaya. D66 blijft 22 november op drie zetels steken, maar Koser Kaya komt dankzij ruim 34.000 voorkeurstemmen rechtstreeks in de Tweede Kamer. In week 42 trekt het bericht dat het tv-spelletje *Lingo* wellicht van het scherm zal verdwijnen, omdat er vooral ouderen naar kijken, veel aandacht. Hoewel – of misschien wel juist omdat – politiek Den Haag niets over zendschema’s en dergelijke te zeggen heeft, stelt het CDA-Tweede-Kamerlid Atsma tijdens het vragenuurtje het mogelijk verdwijnen van *Lingo* aan de orde. Hij spreekt er schande van, rept van leeftijdsdiscriminatie en stelt dat ouderen bij het grof vuil gezet worden – in het verlengde natuurlijk van de aanslag van de PvdA op de AOW van ouderen. Als vervolgens premier Balkenende tijdens de wekelijkse persconferentie laat weten mee te voelen met de *Lingo*-kijkers – ‘Hoe graag zien wij niet presentatrice Lucille Werner?’ – stort ook menig columnist en commentator zich op *Lingo*, een voorbeeld van ‘interesseloses Wohlgefallen’, aldus columnist Schouten (*Trouw*, 16 oktober). Het trefwoord ‘Lingo’ levert zo in één week ruim 80 treffers op, meer dan welk ander onderwerp ook tot nu toe. Ter zijde: van de ruim 4000 lezers die in de rubriek ‘Stelling van de dag’ in *De Telegraaf* van zich laten horen, is tweederde van mening dat de politiek zich terecht bemoeit met het al dan niet verdwijnen van *Lingo*.

Tegen het eind van de week van 23-29 oktober komt het CPB naar buiten met de doorrekening van de verkiezingsprogramma’s. Dat genereert vanouds veel publiciteit, al was het maar omdat alle politieke partijen hun uiterste best doen om de voor hen gunstige en voor hun tegenstanders ongunstige punten zoveel mogelijk op te poetsen en ten toon te stellen. Verder zorgt ‘de voc-mentaliteit’ van premier Balkenende voor beroering (en stijgende aandacht voor het CDA): Suri-naamse organisaties verwijten premier Balkenende de slavenhandel goed te praten.

Lijsttrekkersdebatten

De week van 30 oktober tot en met 5 november is de week van de eerste debatten. Op zondag 29 oktober gaan de lijsttrek-

kers van de grote(re) partijen voor het eerst met elkaar in debat. Twee uur lang kruisen ze op Radio 1 de degenen. Vrijdag 3 november is de dag van het eerste en enige tv-debat tussen Balkenende en Bos. Verloop en uitkomst van de debatten bepalen een week lang inhoud en toon van het politieke nieuws. Wat het debat Radio 1 betreft is het meest in het oog springende punt de aanval van Balkenende op Bos. Balkenendes verwijt aan Bos, 'U draait en u bent niet eerlijk. Dat zijn de feiten', krijgt veel aandacht en wordt over het algemeen getypeerd als een harde aanval. De kop 'Harde toon in eerste debat – Balkenende beticht Bos van oneerlijkheid' (AD, 30 oktober) had bij wijze van spreken in elke krant kunnen staan. Op gezag van Maurice de Hond bericht *De Telegraaf* dat Balkenende het debat gewonnen heeft. In het hoofdredactioneel commentaar is *Trouw* (31 oktober) nogal kritisch over Balkenendes harde aanval op Bos. De krant vindt de aanvallen eerst van Verhagen en nu van Balkenende op Bos en de PvdA misplaatst. Alle commotie leidt wel tot meer aandacht voor de PvdA. Door het radiodebat wordt de soundbite van Wilders over een tsunami van islamisering wederom nieuws.

Wat het RTL4-debat betreft staat de vraag wie de winnaar is centraal. Eensgezind zijn de berichten in de dagbladen niet. 'Enquête: Bos winnaar van tv-debat', kopt *de Volkskrant* (4 november). En *De Telegraaf* laat op de voorpagina weten: 'Henk Jan Smits: Balkenende heeft x-factor' (4 november).

Opnieuw de Armeense kwestie

In de week van 6-12 november komt Wouter Bos in *NRC Handelsblad* terug op de Armeense kwestie en stelt dat de term 'genocide' te snel gebruikt wordt (7 november). Balkenende krijgt media-aandacht voor uitspraken die het goed doen bij rechts. Hij krijgt kritiek op – en dus veel aandacht voor – zijn uitspraak dat de doodstraf voor Saddam Hoessein best te begrijpen valt (*NRC Handelsblad*, 6 november). Hij neemt het PvdA-plan voor gratis kinderopvang op de korrel (staatscrèches) (*De Telegraaf*, 7 november). De vvd komt minder koersvast in het nieuws. Winsemius, de nieuwe vvd-minister op vrom, laat in een tv-interview weten beperking van de hypo-

theekafrek niet zonder meer af te wijzen. Wat de volgende dag de kop 'Hypotheekuitglijder minister Winsemius' oplevert (*De Telegraaf*, 8 november). Intussen maakt ook Rita Verdonk nieuws. Wouter Bos sluit de week af met – zoals hijzelf later zegt – een verkeerd begrepen grap: 'Blunder: Wouter Bos maakt een grapje' (*de Volkskrant*, 10 november). Om geen voorkeur te hoeven uitspreken voor een kabinet met hetzij de sp, hetzij het cda, kiest hij voor de derde mogelijkheid die hem in een vraag wordt voorgelegd. Dat was een coalitie met vvd en GroenLinks. Interpretaties van de peilingen – die in hoofdstuk vijf aan de orde komen – leveren intussen bijna dagelijks nieuws op waarin Bos als verliezer wordt neergezet.

Wees eens eerlijk

In de week van 13-19 november verschijnen al de eerste terugblikken op de campagne. Onder de kop 'Persoonlijke aanvallen – “weest u nou voor de verandering eens eerlijk”' zet het AD (13 november) de persoonlijke aanvallen van Verhagen en Balkenende op Bos alsmede diens reacties daarop nog eens op een rij. *nrc Handelsblad* laat het niet bij 'op een rij zetten'. De krant gaat een stap verder en stelt dat de aanpak van het cda werkt: 'Wasmiddelentactiek van het cda werkt: PvdA-lijsttrekker Wouter Bos wordt steeds persoonlijker aangevallen' (13 november). 'Wat Wouter wil' (Bos, 2006) is intussen voor veel kiezers een vraag geworden. *De Telegraaf* (14 november) kiest bij het beschouwen van de campagne een andere invalshoek en kopt 'PvdA en vvd gaan door met blunderen'. Refererend aan de voorzichtige toenadering ter linkerkant, zegt Balkenende op een cda-verkiezingsbijeenkomst: 'Linkse lente wordt gure herfst'. Een onliner die als kop dient boven een interview met Balkenende in *De Telegraaf* (18 november).

De vvd komt in de laatste week voor de verkiezingen op twee manieren in het nieuws. Nummer twee van de vvd, Rita Verdonk, laat weten graag vicepremier te worden in een volgend kabinet. Wat lijsttrekker Rutte de reactie ontlokt dat hij daar over gaat (*NRC Handelsblad*, 14 november; *Trouw*, 15 no-

vember). Verder komt lijsttrekker Rutte – één dag nadat de dagelijkse files als gevolg van slecht weer (veel) langer zijn dan normaal – met het plan dubbeldekssnelwegen te bouwen ‘vvd wil veel meer asfalt’, (*De Telegraaf*, 14 november). Men laat Rutte praten, vervolgnieuws ontbreekt nagenoeg.

Linkse lente

De laatste week voor de verkiezingen is het kopje koffie dat Bos, Marijnissen en Halsema op uitnodiging van laatstgenoemde met elkaar drinken, beeldbepalend. ‘PvdA werft kiezers met een kopje koffie’, kopt *de Volkskrant* (20 november), eraan toevoegend dat zulks vooral bedoeld is om afstand te nemen van het CDA. In hoofdstuk vijf, waarin het nieuws over steun en kritiek systematisch besproken wordt, komen we daar op terug. De vraag is opnieuw wat Wouter wil. *Trouw* kopt ‘Wouter Bos doet beroep op linkse twijfelaars’ (20 november). Terugblikkend op de verkiezingsstrijd kopt diezelfde krant een dag later ‘vvd voert een pechcampagne’ (21 november). Twee partijen zien hun aandachtscurve stijgen: D66 en pvv (Wilders). De lijsttrekkers van deze twee partijen weten ook in het televisiedebat van de kleine partijen de aandacht op zich te vestigen.

3.2 Aandacht voor politieke partijen

De aandacht die politieke partijen en politici vanaf eind augustus tot en met 21 november van media krijgen, is bepaald niet gelijk verdeeld. De meeste aandacht gaat uit naar de twee regeringspartijen, het CDA (33%) en de vvd (25%). De grootste oppositiepartij, de PvdA blijft daar bij achter met ruim 20 procent. De SP, D66, GroenLinks, ChristenUnie, pvv, SGP, en de versplinterde partijen ter rechterzijde van de vvd (Partij voor Nederland, LVF, EénNL) spelen in het nieuws een veel bescheidener rol.

In de aanloopfase van de campagne (14 augustus-15 oktober) domineert het CDA het politieke nieuws: de partij haalt een aandeel van 37 procent, de grootste oppositiepartij de PvdA,

Tabel 3.1: Aandacht voor politieke partijen

Partij	Totaal	aandacht in procenten van totaal	
		14 aug -15 okt	16 okt – 22 nov
CDA	33,1	36,9	28,8
VVD	25,1	26,1	24
PvdA	20,5	17,4	24
SP	5,1	2,3	8,2
D66	3,8	4,5	3,1
Groen Links	3	2,4	3,7
Klein rechts	2,7	3,9	1,3
Partij voor de Vrijheid	1,9	1,9	1,8
Christen Unie	1,9	1,4	2,4
SGP	0,8	0,7	0,9
Partij voor de Dieren	0,2	0,2	0,3
Overige partijen	1,9	2,4	1,3
Totaal	100	100	100
Aantal uitspraken	13999	7453	6546

moet het met minder dan de helft daarvan doen (17%) (tabel 3.1). De verklaring daarvoor ligt in het dubbele gezicht van het politieke nieuws. Dat nieuws gaat weliswaar over het gewone parlementaire werk (Prinsjesdag, Algemene Beschouwingen, debat over rapport Schipholbrand/aftreden ministers Donner en Dekker), maar staat tegelijkertijd voortdurend in het teken van de naderende verkiezingen. Het CDA – lees premier Balkenende – komt in deze fase prominent in het nieuws met een positief getoonzette boodschap. Bij de afhandeling van de Schipholbrand kort na Prinsjesdag treden weliswaar twee ministers af, maar het CDA – lees minister Donner – trekt duidelijk meer aandacht dan de vvd. Media speculeren over de vraag op welke positie Donner terug zal keren.

Omstreeks half oktober zien we een breekpunt: de aandacht voor de regeringspartijen CDA en vvd loopt terug, de aandacht voor de linkse oppositiepartijen neemt toe. Dat geldt zowel voor de PvdA en de SP als – zij het in wat mindere mate – voor GroenLinks. De campagne begint op stoom te komen.

3.3 Aandacht voor soorten politiek nieuws

Hét politieke nieuws bestaat niet. Het nieuws waarin politieke partijen of politici een rol spelen is onder te verdelen in drie nieuwstypen; inhoudelijk nieuws (issuenieuws), nieuws over steun voor en kritiek op politieke partijen en politici (conflictnieuws) en nieuws over succes en falen, waaronder peilingen (wedstrijdnieuws) (zie hoofdstuk 1). Een veelgehoorde klacht is dat het steeds minder over de inhoud en steeds meer over personen en peilingen gaat. 'De niet-informatieve sfeerberichten en vooral de berichten die de politiek als paardenkoers voorstellen, nemen hand over hand toe. Een steeds prominenter onderdeel hiervan zijn de peilingen, de dagkoersen van de stemming onder de kiezers,' aldus Hans Wansink, politiek commentator van *de Volkskrant* en winnaar van de Anne Vondelingprijs bij de uitreiking van die prijs (*de Volkskrant*, 29 juni 2006). Nog voor de verkiezingsstrijd goed en wel begonnen is, krijgt hij luide bijval van PvdA-hoogleraar De Beus, ooit schrijver van een PvdA-verkiezingsprogramma. 'Verkiezingen van de Tweede Kamer: ze heten dé feestdag te zijn van de parlementaire democratie. Maar de voorpret is van korte duur als kiezers worden ondergesneeuwd door onbetrouwbare peilingen, als politici elkaar vliegen gaan afvangen of met modder gaan gooien. Campagneleiders en campagneverslaggevers willen rondom de kandidaten graag spanning creëren, afgewisseld met vermaak' (*NRC Handelsblad*, 21 oktober 2006). Een dag voor de verkiezingen kent De Beus geen spoor van twijfel: elke inhoudelijkheid is door eendrachtige samenwerking van politici en media de nek om gedraaid, 'het mag namelijk vooral nergens over gaan' (*de Volkskrant*, 21 november 2006).

De scherpe kritiek zoals boven aangehaald, wordt bepaald niet ondersteund door de uitkomsten van onderzoek. Integendeel. Te samen hebben de onderzochte dagbladen en tv-nieuwsuitzendingen meer dan ooit sinds 1994 ruimte en tijd vrij gemaakt voor inhoudelijke berichtgeving over issues. Tegelijkertijd is het aandeel van conflict- en wedstrijdnieuws la-

Tabel 3.2: Aandacht voor nieuwstypen issue standpunten, steun en kritiek, en succes en falen van 1994 tot 2006

	1994	1998	2002	2003	2006
Issue standpunten (inhoudelijk nieuws)	34%	35%	28%	32%	38%
Steun en kritiek (conflictnieuws)	47%	49%	51%	49%	45%
Succes en falen (wedstrijdnieuws)	19%	16%	21%	19%	17%

Cijfers zijn gebaseerd op nieuwstypen waarin politieke partijen of politici worden meegenomen (n = 15804). Het nieuws over feitelijke ontwikkelingen blijft buiten beschouwing omdat politieke partijen geen deel uitmaken van deze nieuwsssoort.

ger dan in voorgaande verkiezingsjaren. De critici lijken ziende blind voor het gegeven dat het grote wapen van de regeringspartijen in deze campagne juist het inhoudelijke nieuws rond Prinsjesdag is.

Daarmee rijst de vraag hoe het opmerkelijke verschil tussen enerzijds enkele geoefende waarnemers en anderzijds de kille cijfers te verklaren valt. Waar de cijfers tevens betrekking hebben op geschreven media, baseren de geoefende waarnemers hun observaties vooral, zo niet uitsluitend, op de rol van televisie. De Beus maakt dat ook expliciet: 'De kwaliteitpers moet zeker in staat worden geacht een waakhond te blijven van het oplettende publiek. Maar zij kan het zichtbaar dreigende verval van de politieke televisie nooit voor honderd procent vereffenen' (*NRC Handelsblad*, 21 oktober). Een tweede verklaring kan gezocht worden in de samenstelling van het issuenieuws zelf: de verkiezingsstrijd van 2006 kende geen uitgesproken dragende thema's. Opgeteld over alle weken vormde het immigratie- en integratiethema een uitermate belangrijk thema, maar anders dan in 1994 of in 2002 waren er geen weken waarin dit thema er duidelijk boven uit stak. In de campagne ging het maar weinig over onderwerpen zoals natuur en milieu of de toekomst van Europa (zie ook hoofdstuk 4). Het is een campagne waarin de bedreigde toekomst van *Lingo* wordt aangegrepen om opnieuw de dreigende aanslag op de sociale zekerheid van ouderen door de PvdA onder de aandacht te brengen. Kortom, de inhoud van de campagne was geheel anders dan waarop de waarnemers van PvdA-huize wellicht hoopten. Omdat er da-

gelijks peilingen waren, vormden ze minder vaak de opening van het nieuws. In de cijfers hierboven komt niet tot uiting dat ze misschien wel een grotere rol speelden in het verwachtingspatroon van politieke verslaggevers en kiezers. Dat alles kan bijgedragen hebben aan het beeld van een inhoudsloze campagne. Maar dat neemt niet weg het beeld onjuist is.

3.4 Politici, aandacht en issuenieuws: de top dertig

Wat aandacht in het politieke nieuws betreft zijn de partijen CDA en VVD de koplopers (zie tabel 3.1). Dat is in de top dertig van aandacht voor politici niet anders. Integendeel zelfs, de overmacht van CDA en VVD is hier nog groter: CDA-politici (10) en VVD-politici (11) staan samen 21 keer in de top dertig en schrijven 58 procent van alle aandacht voor politici op hun conto. De PvdA heeft drie politici in de top dertig, SP, GroenLinks, D66, Pvd, CU en EénNL ieder één: samen 9, goed voor 25 procent van alle aandacht.

Kijken we naar de gehele periode, dan zien we dat Balkenende Bos voor blijft en dat Verdonk Rutte achter zich laat. Behalve de ministers van Ontwikkelingssamenwerking (Van Ardenne) en van LNV (Veerman) staan alle ministers uit Balkenende III in de top dertig. De top dertig is goed voor 83 procent van alle aandacht voor politici, de ministers uit Balkenende III nemen bijna de helft (49%) van alle aandacht voor politici voor hun rekening. In de aanloopfase is dat nog een fractie hoger (51%). Na 15 oktober, als de campagne echt is losgebarsten, krijgen de ministers, op Balkenende en Verdonk na, duidelijk minder aandacht. Donner en Dekker bijvoorbeeld zakken van 10 respectievelijk 4 procent naar 1 respectievelijk 0 procent. Dat illustreert nog eens het dubbele karakter van met name de aanloopfase in deze verkiezingscampagne.

Kortom, het kabinet domineert. De oppositie komt veel minder aan bod. De belangrijkste oppositiepartij, de PvdA, heeft maar één politicus in de top 20. De lijsttrekkers van de SP en de Pvd, Marijnissen en Wilders, komen in de top 10 op

plaats zeven en acht. Wilders laat bijvoorbeeld Halsema (plaats 12) en Pechtold (plaats 18) ver achter zich.

Naast het grotendeels wegvallen van ministers uit het kabinet-Balkenende III in de periode vanaf 16 oktober, zijn er nog enkele opvallende verschillen in aandacht voor politici. Bijna alle lijsttrekkers komen prominenter in het nieuws: Balkenende (van 12 naar 18%), Bos (van 7 naar 20%), Rutte (van 4 naar 7%) Marijnissen (van 3 naar 5%), Halsema (van 2 naar 3%) en Pechtold (van 1 naar 2%) krijgen meer aandacht. Wilders, Rouvoet en Pastors stijgen noch dalen. Het gezamenlijke aandeel van de lijsttrekkers stijgt van 30 naar 59 procent. Verder neemt de concentratie op een beperkt aantal politici sterk toe. In de eerste periode is de top tien goed voor iets meer dan de helft van alle aandacht voor politici (53%). In de echte campagne is de top tien goed voor 70 procent van alle aandacht.

Aparte vermelding verdient de positie van VVD-lijsttrekker in het nieuws. In de aanloopfase blijft hij qua aandacht achter bij minister Zalm, tijdens de echte campagne streeft de nummer twee van de lijst, Rita Verdonk, hem duidelijk voorbij. Mede daardoor kwam Rutte niet meer los van de vergelijking met wethouder Hekking die hij zelf trok na het radiodebat – evenmin overigens als van zijn uitspraken over een sterke tv-presentatrice. De hekkensluiter in de top dertig is de politica die de afgelopen jaren als geen ander het publieke debat beheerst heeft: Ayaan Hirsi Ali. Geen Kamerlid meer, niet actief meer in de Nederlandse politiek, werkend in Amerika en toch niet te vermijden als voorwerp in de campagne. Tot slot: voor het eerst sinds de verkiezingen van 1994 ontbreekt Hans Wiegel in de top dertig.

De ministers in de top dertig komen vaker met inhoudelijke standpunten in het nieuws dan de lijsttrekkers, hetgeen er opnieuw op wijst dat ‘de inhoud’ in deze campagne, zo vlak na Prinsjesdag, een belangrijk wapen voor de regeringspartijen was. Op het eerste gezicht lijkt dat weinig van doen te hebben met de campagne: zij presenteren zoals elk jaar hun voorstellen, lichten wijzigingen toe en verdedigen hun begroting. In de laatste weken voor de verkiezingen weet zowel

Tabel 3.3: Totale nieuwsaandacht en aandacht voor issue standpunten per politicus (top dertig)

Politicus	partij	functie	14 augustus – 22 november	14 augustus – 15 oktober	16 oktober – 22 november
			Aandacht	aandacht	aandacht
			issue	issue	issue
Balkenende	CDA	P & L	15	12	18
Bos	PvdA	F & L	13	7	18
Verdonk	WVD	M	6	3	20
Rutte	WVD	L	6	4	9
Donner	CDA	M	5	10	7
Zalm	WVD	M	3	5	1
Marijnissen	SP	F & L	3	1	2
Wilders	PvdV	F & L	2	2	5
Dekker	WVD	M	2	4	2
Wijn	CDA	M	2	3	0
Peijs	CDA	M	2	3	1
Halsema	GL	F & L	2	3	1
Bot	CDA	M	2	1	3
Van der Hoeven	CDA	M	2	2	2
Hoogervorst	WVD	M	2	2	1
Hirsch Ballin	CDA	M	2	1	1
Kamp	WVD	M	1	1	2
Pechtold	D66	F & L	1	1	2
			13	19	9

Politicus	partij	functie	14 augustus – 22 november	14 augustus – 15 oktober	16 oktober – 22 november
			Aandacht	aandacht	aandacht
			issue	issue	issue
Van Geel	CDA	S	1	1	1
Remkes	WVD	M	1	1	26
De Geus	CDA	M	1	1	1
Verhagen	CDA	F	1	1	38
Aboutaleb	PvdA	W	1	1	0
Rouvoet	CU	F & L	1	1	71
Pastors	EenNL	L	1	1	7
Winsemius	WVD	M	1	1	4
Albayrak	PvdA	K	1	1	18
Nicolai	WVD	M	1	1	13
Van Aartsen	WVD	K	1	1	20
Hirsi Ali	WVD	Ex K	1	1	5
Overige politici			17	26	1
Totaal			100	100	12

Legenda voor 'functie': P = premier; L = lijsttrekker; F = fractievoorzitter; M = minister; S = staatssecretaris; W = wethouder; K = Kamerlid
 Leesvoorbeeld: Balkenende, krijgt 15% van de aandacht in teksten. In 20% van het nieuws over Balkenende wordt hij gepresenteerd met issuenuws.

Balkenende als Bos vaker in het nieuws te komen met standpunten over issues. Van de lijsttrekkers wordt Balkenende vaker neergezet als een man van beleidsdoelen en -daden dan Bos (respectievelijk 20 en 15%). Alleen Wilders (23%) scoort op dit punt nog wat hoger.

3.5 Conclusie

Zou men de campagne van 2006 willen typeren, dan is het een campagne waarvan het verlossende startschot pas laat gegeven werd, maar die in de aanloopfase volledig gedomineerd werd door veel inhoudelijk nieuws rond Prinsjesdag, waarin de vvd, en vooral het cda het nieuws volledig domineerden. Al met al werd het zo een campagne waarin de inhoud centraler stond dan in de twee voorafgaande campagnes. In de top 30 van politici die veel aandacht kregen spelen tot 15 oktober ministers en staatssecretarissen een belangrijke rol. Pas vanaf halverwege oktober is er volop aandacht voor de lijsttrekkers – en voor minister Verdonk.

Hoe het gaat en hoe het moet: ontwikkelingen en standpunten

Over het inhoudelijke nieuws kunnen twee typen vragen worden gesteld: vragen over feitelijke ontwikkelingen en vragen over de standpunten die partijen innemen om de ontwikkelingen in banen te leiden. Bij het eerste type gaat het om vragen als: hoe worden feitelijke ontwikkelingen in het nieuws voor het voetlicht gebracht? Wordt een optimistisch of een somber beeld geschetst? Is het beeld van feitelijke ontwikkelingen gunstiger of ongunstiger dan bij de voorgaande verkiezingen? Kortom, hoe gaat het, afgaande op het nieuws? Bij het tweede type gaat het om vragen als: met welke beleidsterreinen worden politieke partijen in verband gebracht? Voor welke beleidsterreinen hebben de media überhaupt aandacht? Welke partijen slagen erin hun standpunten in het nieuws markant tot uiting te brengen? Kortom, hoe moet het, afgaande op het nieuws, volgens de verschillende partijen?

4.1 Feitelijke ontwikkelingen van 2006: het gaat beter

Afgaande op het nieuws gaat het beter met Nederland dan in 2002/2003: bij 11 van de 12 issues is de richting minder negatief (zie tabel 4.1). De cijfers in de eerste kolom geven aan wat de relatieve aandacht is voor elk van de thema's binnen het gehele aanbod aan nieuws over feitelijke ontwikkelingen. De cijfers in de tweede kolom geven de richting aan: gaat het goed (+) of slecht (-) met de overheidsfinanciën, de gezondheidszorg, enzovoorts. De richting drukt uit wat de strekking van het nieuws over een ontwikkeling is. Tussen feitelijke ontwikkelingen en het nieuws erover bestaat geen één-op-

éénrelatie. In dit boek spreken wij uitsluitend over de manier waarop het nieuws bericht over feitelijke ontwikkelingen. Als bijvoorbeeld de economische groei 3 procent op jaarbasis bedraagt, maar een dagblad bericht dat de economische groei tegenvalt, dan wordt dit als een negatieve ontwikkeling gecoörd.

In de campagne van 2006 ontbreekt het, evenals in de campagne van 1998 aan een dragend thema, geen enkel thema springt er qua aandacht echt uit. In de onderste rij van de tabel wordt weergegeven of over de hele linie sprake is van gunstige of juist van ongunstige feitelijke ontwikkelingen. De stemming in 2003 is over de hele linie neutraal (-0,03), evenals in 1998 (-0,02). Omdat nieuws meestal een negatieve toon heeft, is dat in de praktijk het hoogst haalbare. In het nieuws van de laatste maanden voor de verkiezingen van 2006 en van 1998 passeren veel minder negatieve en ongunstige feitelijke ontwikkelingen de revue dan in de maanden voorafgaande aan de verkiezingen van 2003 (-0,24) en 2002 (-0,22). Afgaande op het nieuws, was de economische toestand in 2003 veel slechter, terwijl in 2002 het nieuws beheerst werd door 'de puinhopen van acht jaar Paars' waarop Pim Fortuyn de media attent gemaakt had (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder, Van Hoof & Vliegenthart, 2003).

Er zijn maar een paar thema's waarbij de feitelijke ontwikkelingen in 2006 niet neutraal zijn. De meest betekenisvolle uitzondering is het nieuws over werkgelegenheid en economische groei (gemiddeld +0,42): de echo van 'na het zuur het zoet' is hier duidelijk zichtbaar. In vergelijking met het nieuws voorafgaande aan de verkiezingen van 2002 (-.36) en 2003 (-.46) is de stemming hier duidelijk omgeslagen.

Een tweede spectaculaire verandering ten opzichte van 2002 en 2003 is dat het, afgaande op het nieuws, ook goed gaat met linkse issues als sociale zekerheid en armoedebestrijding (gemiddeld +0,04 tegenover -0,32 en -0,28 in 2003 en 2002). Dat is deels een uitvloeisel van de aantrekkelijke werkgelegenheid en deels van de doorgevoerde hervormingen in de sociale zekerheid. Nieuwe wetgeving, aanscher-

Tabel 4.1: Aandacht voor en richting van feitelijke ontwikkelingen in 2006, 2003, 2002 en 1998 (van boven naar beneden gesorteerd naar percentage media-aandacht in 2006; Richting uitgedrukt van -1..+1)

Issues	2006		2003		2002		1998	
	% aandacht	Richting	% aandacht	Richting	% aandacht	Richting	% aandacht	Richting
Rechtse issues, overheidsfinanciën	12%	0,02	16	-0,08	12	-0,24	8	0,01
Criminaliteitsbestrijding	11%	-0,05	16	-0,26	23	-0,22	8	-0,3
Onderwijs	9%	-0,24	6	-0,35	5	-0,05	3	-0,08
Integratie immigranten	9%	-0,16	8	-0,27	9	-0,36	8	-0,17
Gezondheidszorg	8%	-0,08	5	0,03	7	-0,17	8	-0,25
Linkse issues, sociale zekerheid	7%	0,04	12	-0,32	6	-0,28	7	-0,01
Consensusissues, ec. groei, werk	7%	0,42	9	-0,46	4	-0,36	7	0,58
Infrastructuur	6%	-0,04	7	-0,35	8	-0,41	11	0,04
Milieu	5%	0,05	6	-0,2	8	0,16	4	0,15
Terreurbestrijding	2%	-0,12	1	-0,16				
Internationale interventie	1%	-0,21	3	-0,22				
Overige issues	24%		12		18		36	
Totaal	N = 3073	-0,03	N = 2610	-0,24	N = 2775	-0,22	N = 2378	-0,02

Leesvoorbeeld: 7 % van het nieuws over feitelijke ontwikkelingen gaat in 2006 over consensusissues, zoals economische groei en werkgelegenheid. Deze nemen afgaande op het nieuws duidelijk toe (gemiddeld +0,42 op een schaal met een waardenbereik van -1..+1).

ping van criteria en decentralisatie van de uitvoering hebben de problemen op landelijk niveau wellicht minder zichtbaar gemaakt. Hoe dat ook zij, afgaande op het nieuws, is ook hier sprake van een veranderde stemming. Het SCP en het CBS komen in de week voor de verkiezingen met nieuwe gegevens. 'Armoede daalt voor het eerst in vier jaar' (*de Volkskrant*, 17 november). SP en PvdA proberen zelf feiten zo te presenteren dat aannemelijk wordt dat het sociaal gezien in Nederland niet goed gaat. SP-leider Jan Marijnissen wijst erop dat in Nederland 430.000 kinderen in armoede opgroeien. PvdA-leider Bos brengt naar voren dat voor drie miljoen huurders de huren de komende jaren met vijftig euro per maand omhoog zullen gaan (*de Volkskrant*, 7 november). Zolang oppositiepartijen zulke feiten steeds zelf moeten aandragen, kunnen ze gemakkelijk ontzenuwd worden. Het CDA laat Marijnissen praten, maar CDA-fractievoorzitter Verhagen laat niet na erop te wijzen dat de huurstijging de laagste is sinds 1959, en zeker veel lager dan 'onder Bos', toen Bos staatssecretaris van Financiën was in het tweede paarse kabinet (*de Volkskrant*, 15 november), waarmee wederom twijfel gezaaid wordt over de stelling van Bos dat dit land zoveel beter kan (Bos, 2005). Evenals in 1998, toen de economische conjunctuur ook in het voordeel van de regeringspartijen werkte, is de aandacht voor consensusissues zoals de economische groei en de werkgelegenheid met 7 procent toch kwantitatief gezien tamelijk gering. 'Goede wijn behoeft geen krans' is kennelijk ook op het nieuws van toepassing.

Slechts op één terrein gaat het afgaande op het nieuws tamelijk slecht. Het onderwijs zit in de knel (-0,24). Afgaande op opinieonderzoek houden de kiezers de kabinetten-Balkenende verantwoordelijk voor de problemen in onderwijs en zorg (zie hoofdstuk zeven). In dat licht zou men verwachten dat oppositiepartijen er alles aan doen om aannemelijk te maken dat het slecht gaat met het onderwijs en de zorg. Uit de tabel valt op te maken dat de linkse oppositiepartijen in de maanden voor de verkiezingen geen continue stroom van berichten over misstanden in de zorg op gang hebben weten te krijgen (slechts -0,08).

Met de integratie gaat het anno 2006 zeker niet goed (-0,16) maar vergeleken met het nieuws van 2002 (-0,36) en 2002 (-0,27) is duidelijk sprake van een verbetering. Kortom: het nieuws over feitelijke ontwikkelingen van 2006 levert argumenten voor voortzetting van het beleid van de regeringspartijen.

4.2 Aandacht in het nieuws voor partijstandpunten

In tabel 4.2 staan de cijfers voor de relatieve aandacht voor en de richting van de standpunten van politieke partijen over een aantal issues. De relatieve aandacht is aangegeven in promillages van de totale aandacht voor alle issuestandpunten. Het standpunt dat gemiddeld aan een partij wordt toegeschreven, geven we aan met rood- en blauwtinten. Rood impliceert dat een partij ergens tegen is, blauw dat een partij ergens vóór is. Paarstinten die meer naar rood of meer naar blauw neigen, geven aan dat een partij gematigd tegen of gematigd vóór is. Hoe sterk een partij ergens voor of tegen is, wordt behalve door de kleur ook getalsmatig weergegeven (-1 = radicaal tegen, +1 radicaal = vóór).

De hoeveelheid aandacht die een bepaalde partij aan een bepaald issue schenkt komt tot uiting in de helderheid van de kleur. Heldere tinten geven aan dat een partij veel aandacht krijgt voor een issue. Fletse, naar wit neigende, tinten betekenen dat een partij weinig aandacht krijgt voor een issue. Kortom: de partijstandpunten die helder oplichten in de tabel krijgen veel aandacht in het nieuws. Een standpunt dat rood oplicht betekent dat een partij veel aandacht krijgt voor een contraststandpunt, een standpunt dat blauw oplicht dat een partij veel aandacht krijgt met een prostandpunt. Een paars standpunt betekent dat een partij afgaande op het nieuws een middenpositie inneemt, zoals het CDA bij de sociale zekerheid.

Voor de interpretatie van de tabel is de theorie over effecten van issuestandpunten van belang. Volgens de theorie over 'issue ownership' (Petrocik, 1996) is het goed voor een partij wanneer het in het nieuws vaak gaat over thema's waar-

mee die partij geassocieerd wordt. Een partij trekt makkelijker kiezers met heldere, tamelijk extreme standpunten dan met genuanceerde, gematigde standpunten (Rabinowitz & McDonald, 1989). Maar dan moet er natuurlijk wel aandacht zijn voor die standpunten.

Het CDA blijkt gedurende de campagne van 2006 het inhoudelijke nieuws over partijstandpunten gedomineerd te hebben: in de kolom met issuestandpunten van het CDA zijn de meeste kleuren helderder dan in welke andere kolom dan ook. Voor PvdA en vvd zijn de kleuren duidelijk fletser, om over de overige partijen maar niet te spreken. Die krijgen duidelijk minder aandacht, maar geheel blank zijn de kolommen ook weer niet. Ze mogen verwachten dat ze kiezers die het in beginsel wel eens zijn met hun standpunten, kunnen aanspreken.

In de bovenste twee rijen van de tabel met linkse (sociale zekerheid) en rechtse (overheidsfinanciën) issues, zien we de klassieke tegenstelling tussen linkse en rechtse partijen terug. Op het punt van de sociale zekerheid neemt het CDA een volmaakte tussenpositie (parse kleur, score 0,0). Het vvd-standpunt ligt dicht bij het CDA-standpunt. Vooral doordat Bos hamert op betaalbare huren, krijgt de PvdA veel aandacht voor het standpunt ten aanzien van de sociale zekerheid. De SP en GroenLinks krijgen enige aandacht voor hun wat radicalere standpunten. Zij profiteren mee van de aandacht die Bos genereert voor dit thema.

Rechtse thema's als marktwerking, liberalisering en overheidsfinanciën, gelden als eigen issues van de vvd. De vvd heeft bij de aanvang van de campagne een sterke reputatie op deze punten. Aan de vvd wordt enige lof toegezwaaid voor de beleidsresultaten van de afgelopen jaren (zie hoofdstuk 7). Maar het CDA slaagt erin deze lof grotendeels naar zich toe te trekken en daarmee verdwijnt de verpersoonlijking van dit vvd-beleid, minister van Financiën Gerrit Zalm, naar de achtergrond. Zalm zegt dat het CDA eigenlijk het vvd-beleid uitgevoerd heeft – waarmee overigens de barrière voor vvd-kiezers om CDA te stemmen niet hoger gemaakt wordt. Rechtse

Tabel 4.2: Richting van standpunten [-1..+1] en promillage aandacht standpunten 14 aug.-22 nov. N=9079 beweringen over partijstandpunten; standpunten kleinere partijen niet in tabel opgenomen

	SP	GL	PvdA	D66	CU	CDA	VVD	Klein Rechts
Linkse issues, sociale zekerheid	0,7 8%	0,7 7%	0,5 42%	0,3 1%	0,4 3%	0,0 38%	-0,2 27%	-0,6 1%
Rechte issues, overheidsfinanciën	-0,3 8%	0,0 4%	-0,1 26%	-0,4 1%	-0,1 3%	0,3 56%	0,2 54%	0,9 3%
Consensusissues, ec. groei, werk	-0,2 2%	1,0 5%	0,5 5%	1,0 1%	1,0 1%	0,4 15%	0,7 11%	1,0 1%
Immigranten, asielzoekers	1,0 1%	0,5 1%	0,4 21%	0,6 3%	0,3 1%	0,3 35%	0,0 36%	-0,7 13%
Infrastructuur	-0,4 2%	0,4 2%	0,3 5%	1,0 0%	0,0 0%	0,3 24%	0,2 26%	-0,5 3%
Christelijke normen en waarden	0,8 3%	-1,0 0%	0,9 3%	-1,0 0%	1,0 4%	0,8 11%	0,4 3%	1,0 1%
Milieu	0,8 1%	0,8 7%	0,9 11%	1,0 1%	1,0 0%	0,2 35%	0,2 10%	1,0 0%
Bestuurlijke vernieuwing	0,4 3%	0,9 4%	0,9 3%	0,9 5%	1,0 1%	0,3 12%	-0,2 12%	1,0 1%
Nieuw links, emancipatie	0,7 3%	1,0 3%	0,8 12%	1,0 3%	0,5 2%	-0,1 15%	0,8 11%	0,5 1%
Europese integratie	-0,4 1%	1,0 0%	-0,3 3%	0,6 1%	0,0 0%	0,2 6%	-0,4 5%	-1,0 0%
Kabinet Balkenende	0,0 0%	0,0 0%	-0,8 3%	0,0 0%	-0,3 2%	0,9 23%	0,5 2%	1,0 0%
Kabinet Bos	0,7 3%	0,8 3%	0,7 28%	0,0 0%	0,0 0%	-0,9 2%	-0,9 2%	1,0 0%
International interventie	-1,0 0%	0,3 0%	0,0 2%	-1,0 0%	0,0 0%	0,1 1%	1,0 2%	0,0%
Criminaliteitsbestrijding	0,1 1%	1,0 0%	0,6 15%	-0,6 1%	1,0 1%	0,4 32%	0,6 26%	0,7 4%
Gezondheidszorg	0,3 2%	0,4 1%	0,5 13%	0,0 0%	0,6 1%	0,1 23%	0,1 18%	1,0 0%
Onderwijs	0,8 2%	1,0 1%	0,8 11%	1,0 0%	1,0 0%	0,5 39%	0,5 16%	0,3 2%
Terreurbestrijding	1,0 1%	0,0 0%	0,0 1%	0,0 0%	0,0 0%	-0,5 3%	0,7 4%	0,0 0%

(n=9079 beweringen over partijstandpunten; standpunten kleinere partijen niet in de tabel opgenomen)

standpunten op rechtse thema's zijn betrekkelijk onomstreden. De PvdA komt er uitgesproken genuanceerd mee in het nieuws (-0,1). GroenLinks is gemiddeld gesproken zelfs neutraal over onderwerpen die met liberalisering te maken hebben. Alleen de SP profileert zich nog het duidelijkst als de partij die marktwerking verfoeit. De subtiele verschillen tussen de partijprogramma's van PvdA, GroenLinks en SP op het punt van marktwerking en liberalisering (zie hoofdstuk 2) keren dus terug in het nieuws.

Integratie en immigratie keren in het campagnenieuws steeds terug, zeker in de laatste weken als de 'Stem Rita'-campagne doorwerkt, hoewel dit thema in geen enkele week het nieuws volledig beheerst. De kleine rechtse partijen komen zoals verwacht geregeld in het nieuws met anti-islam- en anti-immigratiestandpunten. GroenLinks, de SP, de ChristenUnie en D66 komen af en toe, de PvdA aanzienlijk vaker, in het nieuws met licht positieve standpunten ten aanzien van de islam en immigratie. Al deze partijen bepleiten een generaal pardon voor het nog in Nederland verblijvende deel van de 26.000 vreemdelingen die nog onder de oude Vreemdelingenwet een aanvraag hebben ingediend. D66 krijgt aandacht doordat lijsttrekker Pechtold in het eerste radiodebat tussen de lijsttrekkers een scherpe aanval op het standpunt van Geert Wilders (de tsunami van islamitische immigranten moet gestopt worden) inzet. Bovendien stelt D66 zich van meet af aan op het standpunt dat kandidaat-Kamerleden van Turkse komaf de Armeense genocide niet hoeven te erkennen. Evenals bij de dramatisch verlopen verkiezingscampagne van Melkert in 2002 wordt de PvdA, vooral in de cruciale laatste weken voor de verkiezingen, in het nieuws neergezet als een partij die soft is voor immigranten (+0,4 aandacht 26 %). De relatief grote aandacht voor het PvdA-standpunt, komt voor een groot deel op rekening van de 'Armeense kwestie'. Kamerlid Albayrak, nummer twee op de lijst, slaagt er niet in een standpunt te formuleren dat zowel voor haar Turkse achterban als voor de Nederlandstalige media begrijpelijk is. Dus wordt het groot nieuws als Wouter Bos een paar weken voor de verkiezingen nog eens terug-

komt op de 'Armeense kwestie' en stelt dat het woord 'genocide' niet te snel gebruikt moet worden. En daarmee de CDA-campagne – 'u draait en u bent niet eerlijk' – van nieuwe brandstof voorziet. Zo raken twee van de drie PvdA'ers uit de top 30 van politici uit het vorige hoofdstuk beschadigd door de Armeense kwestie. De integratiekwestie speelt ook een rol bij de beschadiging van de derde PvdA'er uit de top 30: Abou-taleb moet excuses aan Verdonk aanbieden.

De parallellen met 2002 worden nog sterker als het vvd-standpunt in de analyse betrokken wordt. Evenmin als Dijkstal in 2002, slagen Rutte en Verdonk erin de kiezers die een streng immigratiebeleid wensen, te bedienen met een helder en eenduidig standpunt. Gerekend over de hele campagneperiode van 14 augustus tot 22 november, komt de vvd uit op een volkomen neutraal standpunt waar de media erg veel belangstelling (36 %) voor hebben: het is immers opgebouwd uit volstrekt tegenstrijdige geluiden. In september zet Rutte bijvoorbeeld het Kamerlid Van Schijndel uit de fractie nadat die scherpe kritiek heeft geuit op het feit dat het vvd-programma niets zegt over het thema 'immigratie etc.', een thema waarmee de vvd onder Bolkestein nota bene groot is geworden. In de periode na 15 oktober krijgt vooral Rita Verdonk die met haar eigen Stem Rita-campagne het land doortrekt, veel aandacht, onder meer met dit thema. Dergelijke geluiden worden zowel voor als na 15 oktober weer afgezwakt door tegen geluiden van vvd'ers die verontrust zijn over het laatste vvd-standpunt in deze kwestie.

Bij de meeste andere thema's is de aandacht voor partijstandpunten gefragmenteerd. Wat zowel samenhangt met, als een illustratie is van, het feit dat de campagne geen dragend thema kent. Voor wie de programma's een beetje kent, zijn de meeste ingenomen standpunten voorspelbaar. Soms is ook een beetje gezond verstand ruim voldoende voor een betrouwbare voorspelling. Het zal bijvoorbeeld niemand verbazen, dat het CDA het vaakst een positief standpunt inneemt over een volgend kabinet-Balkenende en de PvdA het vaakst over een kabinet-Bos. We bespreken daarom van de issue-standpunten over andere thema's slechts enkele opmerkelijke verrassingen.

Niet alleen het cda en de ChristenUnie, maar ook de sp en de PvdA maken nieuws door normen en waarden centraal te stellen. Het lijsttrekkersdebat bij de nos begint zelfs met de erkenning dat Balkenende waarden en normen weer op de agenda gekregen heeft. Ten aanzien van het issue 'milieu' sp, GroenLinks, D66 en ChristenUnie weliswaar radicalere standpunten in dan het cda en de vvd, maar ook de laatste twee partijen weten al met al het standpunt uit te dragen dat ze het milieu een warm hart toedragen. Dat staatssecretaris Van Geel (cda) mede verantwoordelijk was voor de recente affaire rond het schip Proba Koala (illegale giflozingen in Nigeria met dodelijke afloop), stond daarbij kennelijk niet in de weg. Al Gore, op bezoek in Nederland om zijn documentaire over klimaatverandering te promoten, werd immers vergezeld door Balkenende en dat bleek net iets groter nieuws. Verrassend is ook dat de vvd al met al geen stevig standpunt neerzet ten aanzien van de bestrijding van de files. Als Mark Rutte in de laatste weken van de verkiezingscampagne plotseling pleit voor meer asfalt, is het eigenlijk al te laat en ebt de aandacht snel weer weg. Bij de 'nieuw linkse' kwesties gaat het om zaken die verband houden met de emancipatiegedachte van de jaren zestig van de vorige eeuw. In concreto gaat het in 2006 vooral over gratis kinderopvang. Het cda is de enige partij die daar een duidelijk herkenbaar prijskaartje aan hangt. Bij de criminaliteitsbestrijding, sinds de jaren zeventig toch sterker een issue van de vvd dan van het cda, valt op dat het cda er meer aandacht voor krijgt en een even hard standpunt neerzet als de vvd. Ook bij de criminaliteitsbestrijding kan de vvd zich dus niet profileren.

Benadrukt moet worden dat de tabel over issuestandpunten gebaseerd is op de gemiddelde neerslag in de pers van partijstandpunten over de periode van 14 augustus tot 22 november. Er zijn natuurlijk grote verschillen van week tot week (zie hoofdstuk 3). Tot 15 oktober heeft het cda in het nieuws over partijstandpunten bijna de alleenheerschappij. Het cda komt vaak in het nieuws met positieve berichten over de economie en de overheidsfinanciën. Vóór 15 oktober zit het cda nog in het defensief tegenover de PvdA wat de

zorg betreft. De nadruk in het nieuws ligt dan op de bezuinigingen die het cda doorgevoerd heeft en nog wil doorvoeren en op berichten dat in het cda-programma verdere bezuinigingen in de zorg niet onderbouwd worden. Maar tegenover de vvd weet het cda zich dan al te profileren door te pleiten voor het afschaffen van de no-claimkorting in de zorg, ingevoerd door vvd-minister Hoogervorst. Na 15 oktober bijten PvdA noch sp door op het issue 'zorg'. Daardoor wordt het standpunt dat het cda de gezondheidszorg wil stimuleren vooral door efficiënter te gaan werken, in het nieuws steviger neergezet dan voor 15 oktober.

In hoofdstuk zeven zullen we zien dat op dit punt de PvdA wellicht wel had kunnen doorbijten: in hoofdstuk zeven zal blijken dat de kiezers het cda aanwezen als de partij die blaam treft voor problemen in de zorg. Voor de PvdA geldt echter dat na 15 oktober standpunten over de zorg zwakker weerklinken in de media dan daarvoor. In het voorafgaande bespraken we al dat na 15 oktober de media-aandacht voor PvdA-standpunten voor een niet onaanzienlijk deel opging aan standpunten over de 'Armeense kwestie'. Hoewel na 15 oktober de sp nog steeds veel minder aandacht krijgt voor standpunten dan de PvdA, wordt de achterstand van de sp op de PvdA wel kleiner. Afgaande op het nieuws na 15 oktober, neemt de sp radicalere standpunten in dan de PvdA. Als radicalere standpunten meer aandacht krijgen, dan zullen vaker dan voorheen kiezers die de richting ervan onderschrijven gaan kiezen voor een radicale in plaats van voor een gematigde partij (Aarts, MacDonald & Rabinowitz, 1999). Dat is precies wat de partijstrategen die aankoersten op een horse race tussen Bos en Balkenende hadden willen voorkomen.

Als we even aannemen dat het cda, de PvdA en de vvd kunnen doorgaan voor gematigde, betrekkelijk genuanceerde partijen, dan is het – eerder door Henri Beunders in *NRC Handelsblad* van 12 december gewraakte – verwijt aan de media van Ruud Koole, voormalig voorzitter van de PvdA, volledig ongegrond. In zijn inaugurele rede zegt Koole een 'antipolitiek vertoog' ontwaard te hebben, alsmede een 'populistisch frame in de politieke berichtgeving, met name op televisie'.

Koole verlangt van journalisten ‘regelmatig zelfonderzoek’ om zich af te vragen wat daarvan de effecten zijn. Koole zelf wacht dit zelfonderzoek door journalisten niet af, maar suggereert als effecten al vast dat ‘genuanceerde of gematigde opvattingen steeds minder kans krijgen gehoord te worden of gemakzuchtig op één hoop worden gegooid’. Dat laatste is pertinent onjuist. Tabel 4.2 laat zien dat de drie grote, gematigde partijen uit 2003 in de informatieve media in 2006 niet over één kam geschoren werden, maar juist heel veel aandacht voor hun onderscheiden standpunten kregen. Kennelijk tot verdriet van Koole komen de politici van PvdA, CDA en VVD in 2006 juist vaker met naam en toenaam in beeld bij populaire amusementsprogramma’s dan in de vorige eeuw. Tot verdriet van Koole positioneerden de politieke partijen zich in 2006 zo, dat kiezers niettemin gingen uitzien naar andere partijen (Koole, 2006). In de media overall populisten te zien is dan wel een heel doorzichtig doekje voor het bloeden.

4.3 Conclusie

Uit het nieuws van 2006 over feitelijke ontwikkelingen komt naar voren dat de campagne van 2006 een dragend thema ontbeert en dat het afgaande op het nieuws, over de hele linie beter gaat met Nederland. Vooral dat het goed gaat met consensusissues als economische groei en werkgelegenheid, is groot nieuws. Bij Prinsjesdag en de Algemene Beschouwingen wordt dat uitgedragen door de regeringspartijen en met name door het CDA: na het zuur nu het zoet. Opmerkelijk is dat het volgens het nieuws ook beter gaat met linkse issues als armoedebestrijding en sociale zekerheid. Oppositieleider Bos kan de titel van zijn boek uit 2005 ‘Nederland kan zoveel beter’ ook ten aanzien van linkse issues niet uitleggen aan de kiezers. Als Bos er herhaaldelijk op wijst dat drie miljoen kiezers bij Balkenende een huurverhoging moeten vrezen, drijft CDA-fractievoorzitter Verhagen hem in het nauw met de stelling dat ‘onder Bos’ – tijdens de jaren van het daarna allereerste verfoeide tweede paarse kabinet – de huren veel sterker stegen dan in de jaren van Balkenende.

Ook uit het nieuws van 2006 over issuestandpunten komt een tamelijk gefragmenteerd beeld naar voren. Zeker tot halverwege oktober heeft het CDA bijna het monopolie op inhoudelijke standpunten. Van de mogelijkheden die Prinsjesdag en de Algemene Politieke Beschouwingen bieden is daarbij volop gebruikgemaakt. De campagnes van de VVD en van de PvdA gaan de mist in op een manier die een wonderlijke gelijkennis vertoont met 2002. De belangrijkste conclusie over de PvdA-campagne is wellicht dat in de laatste anderhalve maand voor de verkiezingen de ambiguïteit van de PvdA-standpunten over het immigratie- en integratiebeleid en over het beleid ten aanzien van de gezondheidszorg pijnlijk aan het licht gebracht kwam toen het CDA systematisch ging hameren op inconsistenties in de PvdA-standpunten. In de cruciale campagneweek slaagt de PvdA er niet in om op issues waar het CDA kwetsbaar was (zorg, onderwijs) door te bijten. Intussen krijgt de SP in het nieuws dan al steeds meer aandacht met net iets radicalere standpunten die in dezelfde lijn liggen als die van de PvdA, maar uit de mond van Jan Marijnissen toch vertrouwd overkomen. De VVD ten slotte raakte verstrikt in standpunten over het integratie- en immigratiebeleid. Het nieuws over een veelheid aan standpunten van VVD’ers over immigratie en integratie laat pijnlijk zien dat het kiezers haast niet kon ontgaan dat de VVD als partij geen helder standpunt had. Het ontbreken van een door het partijprogramma gegeven kader waarbinnen standpunten van VVD’ers over immigratie en integratie zich moesten begeven (zie hoofdstuk 2) bleek een kostbare fout te zijn.

Het politieke steekspel: de strijd en het succes

Naast het inhoudelijke nieuws over issues (over feitelijke ontwikkelingen en standpunten), dat in het vorige hoofdstuk centraal stond, onderscheiden we nieuws over steun en kritiek (kortheidshalve ook wel aangeduid als conflictnieuws) en nieuws over succes en falen (ook aangeduid als wedstrijdnieuws). Conflictnieuws laat kiezers zien hoe de partijen zich verhouden tot elkaar, en tot de media en de maatschappij. We maken in dit hoofdstuk een nader onderscheid tussen steun en kritiek vanuit de eigen gelederen van een partij, steun en kritiek van opposerende politieke partijen, en steun en kritiek van andere maatschappelijke actoren. Wedstrijdnieuws informeert de kiezers over de krachtsverhoudingen, omtrent vermoedelijke winnaars en verliezers.

Gemeten over de hele campagneperiode heeft 45% van het nieuws betrekking op conflicten en gaat 17% van het nieuws over de politieke wedstrijd. Vooral wanneer de verkiezingen naderen, neemt het nieuws over conflicten toe. De politieke partijen en hun lijsttrekkers zetten zich steeds duidelijker tegen elkaar af. Tevens neemt de aandacht voor het wedstrijd-element van de campagne toe. Er komen vaker politieke debatten, en sommige marktonderzoeksbureaus gaan over van wekelijkse peilingen op dagelijkse peilingen.

5.1 Het partijpolitieke steekspel: steun en kritiek van partijen voor elkaar

We bespreken het nieuws steeds door twee perioden te vergelijken: de aanloop naar de campagne tot 15 oktober, en de periode erna tot de verkiezingen van 22 november. Voor een

goed begrip van het partijpolitieke steekspel blijkt het zinnig de laatste anderhalve week voor de verkiezingen, het eindspel van 13 november tot 22 november afzonderlijk te bekijken, los van het middenspel van 16 oktober tot en met 12 november.

Het partijpolitieke nieuws over de openingsfase, het middenspel en het eindspel kan het best besproken worden aan de hand van netwerkfiguren, waarvan de pijlen weergeven dat een partij, afgaande op het nieuws, vaak steun of kritiek krijgt, hetzij uit eigen gelederen, hetzij van een andere partij. Interne steun en kritiek wordt in de figuren zichtbaar in de lijnen die naar de eigen partij terugkeren. Steun en kritiek van partijen op elkaar wordt zichtbaar in de pijlen die van de ene partij naar de andere lopen. De dikte van de pijl geeft de gemiddelde hoeveelheid nieuws over steun en kritiek nieuws aan. Hoe dikker de pijl des te meer 'steun en kritiek'-nieuws er is. De kleur geeft de richting van het nieuws aan. Blauwe pijlen duiden op nieuws dat gemiddeld gesproken positief is (steun), rode pijlen duiden op nieuws dat gemiddeld gesproken negatief is (kritiek). De richting van een uitspraak kan variëren van +1 (uiterst positief) tot -1 (uiterst negatief), waarbij paarsstinten weer een neutrale houding aanduiden.

De openingsfase van de campagne: tot 15 oktober

In de aanloopfase van de verkiezingscampagne blijft geen van de grote partijen gevrijwaard van interne problemen. Met name binnen de vvd is er heibel. Docters van Leeuwen trekt zich terug als blijkt dat *crimefighter* Fred Teeven hoger op de lijst staat dan hij. Kamerlid Van Schijndel wordt na kritiek op het verkiezingsprogramma uit de fractie gezet en van de kandidatenlijst gehaald. Journalisten zien ondanks de openbare verzoening toch tekenen van rivaliteit tussen de nummers één en twee van de kandidatenlijst, Rutte en Verdonk.

Bij zowel cda als PvdA ontstaat er half september een rond een aantal Turkse Kamerleden die door de partijvoorzitters van cda en PvdA, in deze volgorde, van de kandidatenlijst worden gehaald omdat zij twijfelen aan de 'Armeense ge-

nocide' van 1915. Aanleiding vormt een kritisch rapport van CDA-europarlementariër Camiel Eurlings over problemen in Turkije die EU-lidmaatschap van Turkije in de weg staan..Vooral binnen de PvdA, de vaste basis van het Turks-Nederlands electoraat, leidt dit tot felle kritiek. Binnen het CDA blijft de toon gemiddeld licht positief.

Ook de kleinere partijen houden het niet droog: D66 oprichter en coryfee Hans van Mierlo twijfelt eerst openlijk aan het bestaansrecht van de partij en slikt die twijfel op het landelijk congres weer in. En op rechts komen de partijen in het nieuws omdat ze van eigen oudgedienden (Van As versus Nawijn, de broer van Pim Fortuyn over de LVF) de wind van voren krijgen.

Al in de aanloopfase van de campagne is er in de media vooral aandacht voor de strijd tussen CDA en PvdA. De PvdA valt overwegend aan, het CDA verdedigt overwegend. De PvdA valt het CDA aan omdat de onderkant van de samenleving onvoldoende zou profiteren van de economische groei. Het CDA laat bij de Algemene Politieke Beschouwingen het

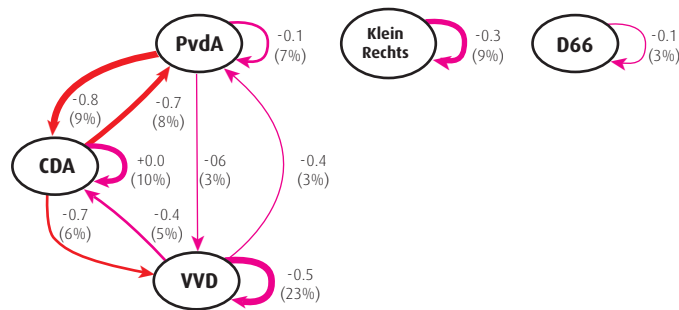
weerwoord en de tegenaanval over aan fractieleider Verhagen. De PvdA-plannen zouden sterk nadelig zijn voor de middeninkomens. Die interpretatie wint. 'CDA en PvdA vechten met cijfers om gunst van middeninkomens' (*de Volkskrant*, 5 oktober). Het CDA handhaaft de kritiek op het – intussen sterk afgezwakte – voorstel van de PvdA om ouderen mee te laten betalen aan de AOW. De PvdA klaagt dat CDA-premier Balkenende niet in debat wil met Bos. De PvdA en de andere oppositiepartijen spreken bij de presentatie van het rapport over de Schipholbrand van Raad voor Veiligheid de regering aan op de doden die onnodig zijn gevallen. Donner (CDA) en Dekker (VVD) treden af, expliciet om discussie daarover buiten de verkiezingsstrijd te houden.

De VVD staat als tweede regeringspartij enigszins aan de zijlijn. De kritiek van de VVD op het CDA en op de PvdA legt het zowel qua omvang als toon in het nieuws af tegen de tweestrijd tussen PvdA en CDA. Tevergeefs probeert de partij de successen van het afgelopen jaar te claimen, daarbij afgevend op het CDA dat met de buit van de economische groei aan de haal gaat. De PvdA en het CDA reageren nauwelijks op de aanvallen van de VVD. De PvdA blijkt in zekere zin een paarse partij gebleven te zijn: ze is kritischer jegens het CDA dan jegens de VVD. In het nieuws worden D66 en de kleine rechtse partijen door CDA, PvdA en VVD totaal genegeerd. De Christenunie, GroenLinks en de SP ten slotte ontbreken zelfs in de figuur vanwege een te geringe media-aandacht.

Het middenspel: 16 oktober-12 november

Het nieuws wordt nog sterker beheerst door de tegenstelling tussen PvdA en CDA dan in de openingsfase, maar de rollen zijn nu omgedraaid. Het CDA gaat voluit in de aanval op de PvdA. De felle toon wordt gezet in het eerste radiodebat tussen Bos en Balkenende op 29 oktober: 'Balkenende valt Bos aan: Premier: U draait en u bent oneerlijk. Dat zijn de feiten' (*Trouw*, 30 oktober). Een uitspraak die eindeloos herhaald zal worden in de media. 'CDA laat nu Balkenende zelf blaffen' (*nrc.next*, 30 oktober). In de twee weken die erop volgen komt

Figuur 5.1: Partijpolitieke steun en kritiek in openingsfase: 14 augustus-15 oktober

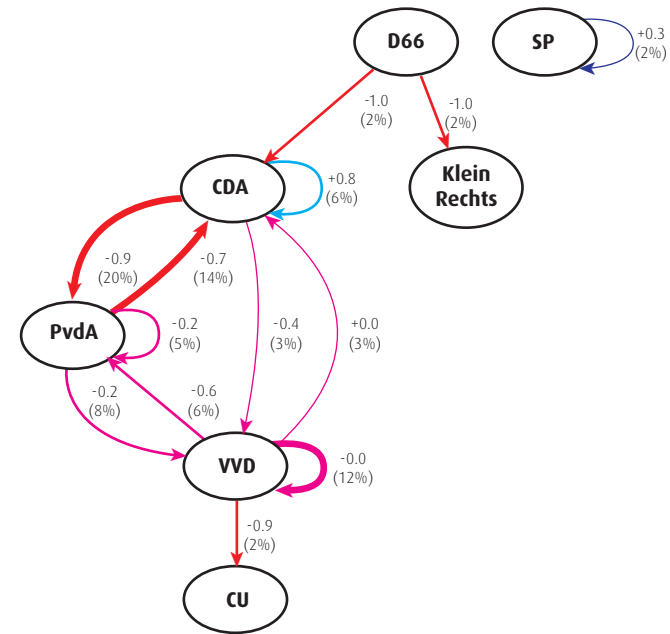


Leesvoorbeeld: Er zijn twee soorten pijlen: terugkerende en voorwaartse pijlen. De terugkerende pijl bij de vvd drukt uit dat 23% van de totale aandacht in het nieuws over partijpolitiek gaat over de interne verhoudingen binnen de vvd. Afgaande op het nieuws is de vvd dus vooral met zichzelf bezig. De vvd brandt zichzelf af: gemiddeld is sprake van sterk negatieve onderlinge relaties (-0,5 op een schaal van -1 tot +1). De voorwaartse pijl van de PvdA naar het cda drukt uit dat 9% van het partijpolitieke nieuws gaat over de aanvallen van de PvdA op het cda. Van aanvallen mag gesproken worden, omdat de gemiddelde richting -0,8 bedraagt.

het CDA steeds opnieuw voor de dag met nieuwe inconsistenties van de PvdA. Dubbelzinnige uitspraken van Albayrak over de Armeense kwestie, de beleidonzekerheid over de AOW, en de wisselende coalitievoorkeuren van Bos moeten het ontgelden. 'Ik kan er niets aan doen dat Bos in drie dagen drie verschillende coalities als voorkeur uitspreekt. Consistentie is van belang in de politiek, daar wijs ik dan ook op,' aldus Balkenende (*de Volkskrant*, 11 november). En Verhagen voegt eraan toe: 'Bos is heel erg goed in presentatie en vorm, buitengewoon goed zelfs. Maar inhoudelijk is hij niet coherent. Op het gebied van de AOW is hij gedraaid, over het Scandinavisch model hoor je hem niet meer. Hij zou de vergrijzing aan pakken, maar nu blijkt dat het PvdA-programma daar helemaal niks, nul komma nul, aan bijdraagt.' Eigenlijk staat Bos al schaakmat: 'Als hij nu al voor links kiest, jaagt hij de zwevende kiezer in de gordijnen, die willen dat niet. En als hij zegt dat-ie niet over links wil, dan haalt hij nooit meer kiezers weg bij de SP' (*NRC Handelsblad*, 11 november). In 2006 verwisselt het CDA zo de rollen, ook in vergelijking tot vorige verkiezingscampagnes waarin de PvdA vaak het CDA met de rug tegen de muur zette omdat het CDA geen coalitievoorkeur wilde uitspreken.

De tegenaanvallen van de PvdA op het CDA zijn minder talrijk én minder fel van toon, en bovendien minder inhoudelijk. In zijn ijver om te zeggen dat hij van de aanvallen niet onder de indruk is, gaat PvdA-leider Bos zichzelf beklagen: 'CDA en VVD proberen mij KAPOT te maken' (interview *De Telegraaf*, 11 november). Dat de boodschap van Bos was dat hij niet kapot was, wordt pas verderop gemeld. Hoe dit ook zij, in de beeldvorming maakt Bos ruim baan voor de tegenaanval van de eindeloos verguisde bewindslieden Donner, Verdonk en Balkenende: 'Hoe Bos minister-president kan worden als hij nu al vindt dat hij kapotgemaakt wordt' (*de Volkskrant*, 11 november). Uit het nieuws over interne verhoudingen blijkt dat het CDA bij dit alles eensgezind blijft (gemiddeld +0,8), terwijl zich in de PvdA haarscheuren openbaren (gemiddeld -0,2). Zo zijn Albayrak en Bos, twee van de drie PvdA-politici uit de

Figuur 5.2: Middenspel partijpolitieke steun en kritiek: 16 oktober-12 november



top 30 van meest nieuwswaardige politici (zie hoofdstuk 3), 'aangeschoten wild' geworden voor het eindspel van de verkiezingscampagne begint. Het interview met Bos in *De Telegraaf* keert in het nieuws van de laatste weken voor de verkiezingen terug als het ultieme bewijs dat Bos geen succesnummer meer is, maar faalt.

Waar twee honden vechten om een been, gaat de derde ermee heen, luidt het spreekwoord. Ter linkerzijde wordt de SP nog steeds genegeerd, maar door de winst in de opiniepeilingen komt er toch in het nieuws over steun en kritiek steeds meer aandacht voor de eensgezindheid in de door Marijnissen aangevoerde SP (gemiddeld +0,2).

Ter rechterzijde heeft de VVD echter wel te lijden onder de tweestrijd. De VVD blijft het CDA als toekomstige coalitiepartner zien. Rutte is slechts kritisch over het feit dat Balkenende niet wil zeggen door te willen met de VVD. Het CDA reageert

mild, hoewel niet positief. Opvallend is dat de PvdA nog steeds een paarse partij blijft: De kritiek op de vvd is mild in vergelijking tot de kritiek op het cda. De enige echte confrontatie tussen de PvdA en de vvd komt op naam van Aboutaleb en Verdonk. Aboutaleb beschuldigt Verdonk eind oktober uit eigenbelang te hebben gesproken op de herdenkingsavond op de Dam voor de door een moslimfundamentalist vermoorde Theo van Gogh. Verdonk eist op hoge toon excuses. Aboutaleb ontkomt er niet aan die aan te bieden, waarna alles weer pais en vree is: 'Verdonk en Aboutaleb samen tegen discriminatie' (*Trouw*, 30 oktober). Aboutaleb, de derde PvdA'er uit de top 30 van meest nieuwswaardige politici, kan na zijn excuses echter ook geen stempel meer op de campagne drukken. Hoewel het niemand ontgaat dat Verdonk en Rutte gescheiden campagne voeren, wordt het beeld van een intern verscheurde partij gecompenseerd door bijval over en weer (gemiddeld -0,0).

De kleine(re) partijen hebben moeite om nieuws te maken. D66 haalt het nieuws met een aanval op het cda en op klein rechts. Pechtold gaat tekeer tegen uitspraken van Wilders over Moslims: 'Wilders vreest "tsunami" moslims' (*de Volkskrant*, 7 oktober). Zo komt klein rechts in het nieuws met iets anders dan interne verdeeldheid. De ChristenUnie komt in beeld door een aanval van de vvd. Wilde eerder de ChristenUnie nog wel regeren met zowel de PvdA als de vvd, Rutte laat weten geen heil te zien in een coalitie met de ChristenUnie: 'vvd wil geen coalitie met ChristenUnie' (*AD*, 10 november). GroenLinks komt ook in de tweede periode in nieuws over partijpolitieke steun en kritiek niet voor.

Het eindspel: 13 november-22 november

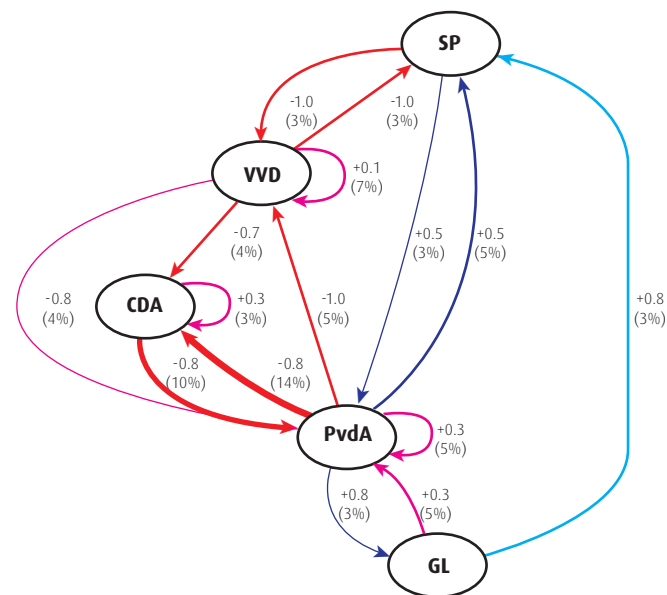
Het eindspel begint met onverwachte kritiek op Bos uit eigen gelederen van oud PvdA-minister De Boer en oud-PvdA-senator Van den Berg in Buitenhof op 12 november. Ook zonder een uitvoerige netwerkanalyse zoals hierboven weergegeven, hebben De Boer en Van den Berg geconstateerd dat het cda tegen de PvdA veel feller te keer gaat dan omgekeerd,

en dat de sp voor de PvdA een steeds groter gevaar wordt. Hun conclusie: Bos moet scherper optreden tegen het cda, samen met de sp. Bij het cda heeft Bos niets te zoeken. Bos vermijdt de waarschijnlijk slechtste oplossing door geen openlijk conflict aan te gaan met de oudgedienden, maar kiest voor de niet veel minder slechte oplossing door opzichtig getoet te komen aan hun advies.

De PvdA begint het cda nu vaker en feller aan te vallen: 'Wouter Bos gaat nu vol in de aanval' (*De Telegraaf*, 14 november). In de laatste anderhalve week voor de verkiezingen luwt de kritiek van het cda op de PvdA een beetje.

Ook het tweede advies van De Boer en Van den Berg krijgt navolging. Het is groot nieuws dat Bos en Marijnissen ingaan op de uitnodiging van GroenLinks leider Halsema om over een linkse coalitie te praten: 'Links koffieoverleg bij muziekzender' (*AD*, 20 november). Tussen de drie linkse opposi-

Figuur 5.3: Partijpolitieke steun en kritiek in eindspel: 13 november-22 augustus



tiepartijen bloeit iets van een linkse lente op. Het netwerkplaatje van het eindspel verschilt aldus dramatisch van het netwerkplaatje van het middenspel: let daartoe op de blauwe relaties tussen SP, GroenLinks en de PvdA in het netwerkplaatje van het eindspel. Als de SP en GroenLinks in de laatste week voor de verkiezingen volop in beeld komen, en ze het eens zijn met de PvdA, dan voor linkse PvdA-kiezers de barrières om naar de SP of GroenLinks over te stappen, zeker omdat er toch twijfel mogelijk is over de oprechtheid van de draai naar links: 'PvdA werft kiezers met een kopje koffie: Gesprek van Bos met Halsema en Marijnissen vooral bedoeld om afstand te nemen van CDA' (*de Volkskrant*, 20 november).

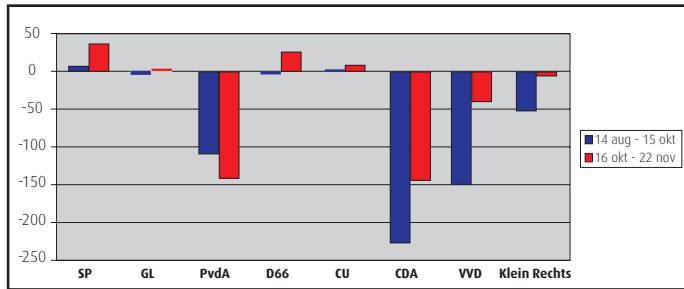
Behalve door de late voorkeur van de PvdA voor samenwerking met de SP, komt de SP nu ook in het nieuws als sparing partner voor de VVD. Rutte laat niet na om te betogen dat het beleid dat de SP voorstaat gevaarlijk voor het land is, terwijl de SP betoogt dat de VVD regeringsperiode na regeringsperiode de onderkant van de samenleving de rekening heeft laten betalen: 'Een botsing op de flanken: Rutte (VVD) en Marijnissen (SP) vallen elkaar hard aan tijdens lijsttrekkersdebat' (*nrc.next*, 16 november). Het is voor beide partijen ongevaarlijk – electoraal zijn ze nauwelijks concurrenten.

De VVD probeert zich ook te profileren door scherpere kritiek op het CDA. Het CDA daarentegen is, evenals in de laatste weken van de succesvolle CDA-campagne van 2003, gemiddeld licht positief over de VVD. De kritiek wordt nauwelijks beantwoord. Ook in 2003 nam het CDA zo de wind uit de zeilen van de VVD. Bij gebrek aan tegenstand komt de financieel-economische agenda van de VVD van Rutte in de laatste weken van de verkiezingscampagne wederom niet aan bod. Rutte krijgt minder aandacht dan Verdonk, die het integratiethema weer op de agenda plaatst. Ook de PVV heeft van het laatste kunnen profiteren, al is de PVV in het eindspel minder goed zichtbaar dan in het middenspel. Ook D66 en de ChristenUnie staan buitenspel in het partijpolitieke eindspel.

5.2 Steun en kritiek vanuit de maatschappij

Steun en kritiek van maatschappelijke actoren (onderzoeksinstellingen, maatschappelijke organisaties als vakbonden, werkgevers, milieuclubs etc.) is minder verdacht en daarom moeilijker te ontcrachten dan partijpolitieke steun en kritiek. Van een smet op het blazen of een pluim op de hoed van een partij kan in de verdere campagne gebruikgemaakt worden. Partijen kunnen proberen één en ander te regisseren, maar dat lukt nooit helemaal. Een mooi voorbeeld hiervan zijn de doorrekeningen van de verkiezingsprogramma's door het Centraal Planbureau (CPB). Elke partij kan overleggen, zo men wil onderhandelen, met het CPB. Maar als er dan toch uitkomt dat het PvdA-programma voor de middeninkomens niet slechter uitpakt dan het CDA-programma, en het PvdA-programma voor de koopkracht niet beter uitpakt dan het CDA-programma, dan moeten beide partijen toch uit een iets ander vaatje tappen. Het CPB zet vraagtekens bij de financiële onderbouwing van het zorgplan van het CDA, vraagtekens die vervolgens door andere partijen ogenblikkelijk van een uitroepteken worden voorzien: 'PvdA'er: CDA-plan kost levens' (*NRC Handelsblad*, 15 november). Een andere lastige categorie actoren voor politieke partijen in campagnetijd zijn journalisten: 'Van Geels geklungel' (*NRC Handelsblad*, 19 oktober). In figuur 5.4 staat de steun en kritiek van de maatschappelijke actoren op politieke partijen weergegeven. Hierbij is de campagne weer opgedeeld in twee periodes: de aanloop tot (tot en met oktober) en de afloop van de campagne (16 oktober-22 november).

Er zijn slechts weinig partijen die kunnen bogen op steun vanuit de maatschappij. Vooral de regeringspartijen worden in de eerste fase van de campagne onderworpen aan de kritische blik van organisaties en journalisten: 'FNV: Kabinet laat kansen lopen' (*Trouw*, 13 september). De kritiek van de Raad voor Veiligheid op de rol van overheidsinstanties bij de Schipholbrand leidt zelfs tot het aftreden van de ministers Donner (CDA) en Dekker (VVD).



Figuur 5.4: Steun en kritiek van maatschappelijke actoren op politieke partijen, twee perioden

Niet alleen de regeringspartijen maar ook de PvdA en de klein rechtse partijen vormen het doelwit van kritiek van media en maatschappelijke actoren. De versplintering op rechts en het gebrek aan een nieuwe Pim Fortuyn is reden voor scherts in de media. Zo schrijft *de Volkskrant* over de nieuwe lijsttrekker van de LVF Olaf Stuger 'Fortuyn heeft zijn zoveelste ware erfgenaam' (*de Volkskrant*, 26 september). De PvdA ten slotte krijgt rond de 'Armeense kwestie' vooral kritiek vanuit de Turkse gemeenschap: 'PvdA kan de Turkse stemmen wel vergeten: Turken in het Amsterdamse stadsdeel Geuzenveld zeggen verkiezingen te boycotten' (*NRC Handelsblad*, 5 oktober). Alleen de SP komt met steunbetuigingen in het nieuws. Zo laten bekende Nederlanders weten de partij te steunen: 'Huib Oosterhuis gaat SP helpen' (*Trouw*, 4 september).

Ook na 15 oktober blijven er vanuit de maatschappij en de journalistiek voornamelijk kritische geluiden klinken. Een belangrijke verschuiving is dat CDA en VVD nu minder vaak kritiek oogsten, terwijl de kritiek op de PvdA aanzwelt. De Armeense kwestie breidt zich als een olievlek uit: 'Langs de islamitische meetlat: de PvdA' (*Trouw*, 15 november). Het advies nu te stemmen op de nummer 6 van D66, Fatma Koser Kaya 'Steun D66 van Turken' (*De Telegraaf*, 1 november). De kritiek krijgt een wat persoonlijker karakter dan in de aanloopfase. De kwaliteiten van Bos als premier worden vaker en sterker in twijfel getrokken: 'Bos is veel te keurig' (*NRC Handelsblad*, 11

november) en ook zijn optreden in de campagne stuit op onbegrip: 'Huilebalk' (hoofdreactionele commentaar *De Telegraaf*, 12 november). Bij het CDA spreidt de kritiek over de gehele partij verdeeld (bijvoorbeeld 'De riskante polarisatie van het CDA', in *Trouw*, 20 november), maar krijgt Balkenende persoonlijk steun: 'Balkenende is een keurige vent. Betrouwbaar. Je geeft hem je portemonnee en je krijgt rente terug' (*Trouw*, 11 november). De SP blijft op een gunstige manier in het nieuws komen, ook wat betreft de steun en kritiek vanuit de samenleving: 'Het lijkt wel of Jan Marijnissen niets fout kan doen', *AD*, 18 november).

5.3 Succes en falen

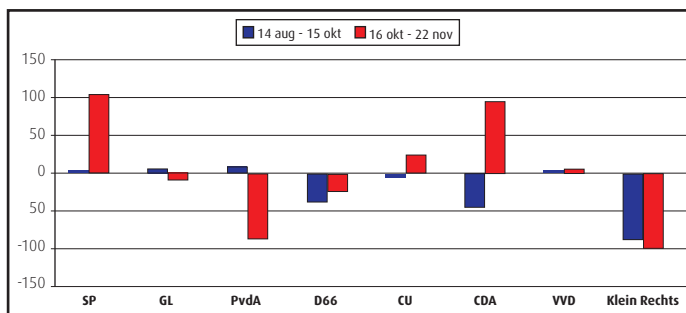
Om de gunst van de kiezer te winnen is het belangrijk om volgens de media succes te hebben. Per definitie geldt voor uitspraken waarin aan iemand succes of falen wordt toegeschreven, dat niet 1-2-3 uit de uitspraak zelf duidelijk is wie of wat verantwoordelijk is voor het succes of het falen. Politici kunnen ze daarom nog moeilijker ontcrachten dan uitspraken over steun en kritiek vanuit de maatschappij.

De afgelopen decennia zijn opiniepolls een steeds belangrijker context geworden voor uitspraken over winst en verlies, succes en falen. Niemand wil op een verliezend paard wedden en iedereen springt op de 'bandwagon' van partijen die lijken te gaan winnen. Dat laatste geldt zeker voor de media zelf. Winnaars in de opiniepolls worden welwillender ondervraagd dan verliezers die stevast eerst moeten uitleggen waarom ze op verlies staan, of hoe erg ze zich dit persoonlijk aantrekken, of zelfs of ze al hun positie ter beschikking hebben gesteld omdat ze het zich zouden moeten aanrekenen. Het eind van het liedje is vaak dat politici die door vragen over hun falen in het nauw gedreven worden antwoorden gaan geven die bevestigen dat ze in het nauw zitten.

Zoals fraaie cijfers in jaarverslagen geen garantie bieden voor winst op de optiebeurs, zo biedt een groot aantal zetels in de polls geen zekerheid dat journalisten succes toeschrijven aan een partij. Het aantal zetels van een partij wordt in

het nieuws afgezet tegen het aantal zetels bij de vorige verkiezingen en/of tegen het aantal zetels bij de vorige opiniepeiling en/of tegen de lineaire trend in vorige opiniepeilingen en/of tegenover nog veel meer. Zo kan aan een partij die op 45 zetels in de peilingen staat en bij de vorige verkiezingen 42 zetels haalde, in het nieuws verlies toegeschreven worden: in vorige peilingen stond die partij immers hoger. En in het nieuws kan aan een partij die stijgt in de peilingen maar fors achterblijft bij het resultaat van de vorige verkiezingen, succes toegeschreven worden.

Naast de opiniepeilingen zijn interpretaties van winst of verlies in een televisiedebat een belangrijke factor geworden om succes of falen toe te schrijven aan politieke partijen. Hier geldt dat niet zozeer het televisiedebat zelf doorslaggevend is, als wel de flitsen eruit die daarna nog vaak herhaald en van een standaardduiding voorzien worden. In 2006 waren die flitsen overwegend gebaseerd op beelden uit het radiodebat waarin Balkenende aan Bos verweet dat hij draait en op beelden uit het RTL-lijsttrekkersdebat waarin Balkenende rechtse kiezers geruststelt dat hij ondanks het aandringen van Bos en de grap daarover van debatleider Wester ('nu moet u het echt even alleen doen') geen voorbeelden weet te noemen van beduidende offers die van de hogere inkomens gevraagd werden – hetgeen natuurlijk voor vvd-kijkers buitengewoon geruststellend moet zijn geweest.



Figuur 5.5: Succes en falen politieke partijen, twee perioden

In de campagne van 2006 is in 17% van de gevonden kernbeweringen succes of falen toegeschreven aan een partij of politicus. Halverwege oktober zien we een breekpunt in dit nieuws. Tot halverwege oktober wordt in het nieuws nauwelijks succes toegeschreven aan CDA (-.17 op schaal van -1 (volledig falen) tot +1 (volledig succes), en vvd (-.20), de partijen waarop de kabinetten-Balkenende II en III steunen. Dit ondanks de droombegroting die het kabinet op Prinsjesdag presenteert ('Na het zuur nu het zoet' (*De Telegraaf*, 19 september)) en ondanks een oplevende economie: 'Wijn: Groei wel te danken aan beleid Balkenende I en II' (*Trouw*, 2 september). CDA en vvd blijven in het nieuws in de verdediging, onder meer door de verantwoordelijkheid van de ministers Donner en Dekker voor de omstandigheden die de fatale gevolgen van de Schipholbrand mogelijk maakten, en door de uitspraak daarover van Verdonk dat zorgvuldig gehandeld was. Alles bij elkaar gaat het tot halverwege oktober in het nieuws slecht met CDA en vvd.

De PvdA staat in de peilingen nog wel op winst, maar het gat met het CDA wordt steeds kleiner. Op 7 oktober kopt *De Telegraaf* nog 'CDA en PvdA stijgen in peiling', twee dagen later is de kop in *NRC Handelsblad* 'CDA en PvdA gelijk in peilingen' en in *de Volkskrant* 'CDA passeert PvdA in peilingen'. Het lijken en zijn kleine verschuivingen, maar in het succes en falen nieuws kunnen kleine verschuivingen grote gevolgen hebben. Uit eerder onderzoek is gebleken dat toegeschreven succes bij het begin van een campagne als een vliegwiel werkt: niets heeft meer succes als succes. De PvdA komt in een negatieve spiraal terecht: er komt meer en negatiever getint het falen van de partij en haar politici (van -0,1 in de eerste periode tot -0,4 in de tweede periode).

Het tegenovergestelde effect is waar te nemen bij het CDA. Waar het CDA tot half oktober nog als weinig succesvol wordt afgeschilderd, verandert dat na 15 oktober radicaal en wordt het de meest succesvolle partij. Fortuna neemt het CDA bij de hand. Balkenende groeit in zijn rol als vader des vaderlands. Tegelijkertijd wordt het steeds onwaarschijnlijker dat Bos premier wordt: 'Bos moet flink gat dichten: PvdA-leider ver-

liest op betrouwbaarheid van Balkenende' (*Trouw*, 3 november). Hiermee komt een selffulfilling prophecy op gang: omdat verslaggevers Bos gaan zien als 'verliezer', moet hij vragen voor verliezers gaan beantwoorden, en worden andere zinsneden geselecteerd uit wat hij zegt. Daardoor krijgen ook de lezers en kijkers te maken met een verliezende Bos, die nauwelijks meer met eigen thema's in het nieuws komt, waardoor Bos weer verder wegzakt in de peilingen.

De SP kan de positieve lijn in het nieuws over successen vasthouden. Al vanaf de Algemene Beschouwingen zit de partij afgaande op het nieuws in de lift: 'SP klaar voor regeringspluche' (*De Telegraaf*, 1 september). Deze trend weet de SP de hele campagne vol te houden. Hoewel – of wellicht juist omdat – Marijnissen in het begin nog werd genegeerd door de grote partijen, blijkt zijn partij gestaag te groeien en wordt hij steeds serieuzer genomen, zeker wanneer de SP in de peilingen zelfs de VVD voorbij gaat: 'Peiling: SP met 25 zetels groter dan de VVD' (*de Volkskrant*, 7 november).

Voor de SP profiteert zo van de voortijdige winst van Balkenende in de 'titanenstrijd' met Bos. Door het wegvallen van de machtsvraag – wordt CDA of PvdA de grootste? – hoeft de SP niet bang te zijn voor een leegloop op het laatste moment zoals in 2003. Daarnaast heeft de PvdA het CDA nooit uitgesloten als regeringspartner, waardoor mensen bang zijn dat een stem op de PvdA Balkenende in het zadel zou kunnen helpen. Zo behoudt Marijnissen zijn aanhang.

5.4 Conclusie

Kritiek van tegenstanders blijkt ook in 2006 van groot belang voor politieke partijen. Het biedt mogelijkheden om de eigen partij scherp te profileren en zo de gunst van de kiezers te verwerven. De kritiek van het CDA helpt de PvdA bij het profileren van de eigen partij, maar van een echte profilering komt weinig terecht omdat de SP ter linkerzijde nauwelijks of geen inhoudelijke kritiek levert op standpunten van de PvdA (wel op die van de VVD), maar zich slechts openlijk afvraagt waarom Bos niet kiest voor een coalitie met de SP. Omdat zowel de

PvdA als het CDA relatief vriendelijk is voor de VVD, kan ook de VVD zich niet profileren. De interne perikelen rond het partijleiderschap spelen de partij de hele campagne parten. Inhoudelijk kunnen de kleine partijen zich profileren tegenover elkaar. Vooral D66 en de Partij voor de Vrijheid profiteren van elkaar in het debat over de islamisering van Nederland.

Ook waar het gaat om kritische geluiden uit de samenleving, staan CDA en PvdA centraal. Hiervan kan Balkenende in zoverre profiteren dat hij niet op persoonlijke kenmerken wordt bekritiseerd maar steeds meer wordt gezien als de betrouwbare buurman bij wie je huis in vertrouwde handen is als je op reis gaat. De kritiek vanuit de media en de maatschappij op de PvdA zwelt aan in de slotfase van de campagne, terwijl de kritiek op CDA en VVD luwt.

De berichtgeving over succes en falen van de partijen laat heel duidelijk de neergang van zowel de PvdA als de VVD zien. Kan de PvdA in het begin van de campagne de schade nog beperkt houden, na 15 oktober gaat het afgaande op het nieuws bergafwaarts met de partij. Hetzelfde geldt voor de VVD. Het CDA daarentegen komt tot 15 oktober nog met berichtgeving over het falen van de partij in het nieuws, maar na 15 oktober wordt hoog opgegeven van de successen van het CDA. SP en ChristenUnie zitten dan eveneens in de lift.

Verschillen tussen de media

Klachten over ‘de’ media zijn niet van de lucht. De kern van deze kritiek luidt dat media opinie en feiten vermengen, door hun focus op personen en entertainment. De toegenomen snelheid in de nieuwsverwerking maakt dat journalisten geen tijd meer hebben om ingewikkelde kwesties te bestuderen. Liever rennen zij achter elkaar aan, terwijl hun primaire woordkeus (‘genocide’; ‘draaikont’) bepaalt waarover en met welke teneur in de volgende weken nieuws gebracht zal worden. Deze verwijten treffen natuurlijk vooral de televisie, maar ook dagbladen blijven niet buiten schot. Toch vormen de media in Nederland geen gesloten front. Men kan niet spreken van ‘de’ media. Ze zijn nog steeds tot op zekere hoogte *pluriform*, ook nu de banden met politieke partijen en levensbeschouwelijke organisaties uit het verzuilde tijdperk al lang zijn doorgeknipt. In dit hoofdstuk gaan we nader in op de verschillen tussen de media.

6.1 De aandacht voor de campagne

Wanneer we kijken naar de verschillende dagbladen, zien we dat *de Volkskrant*, *NRC Handelsblad* en *Trouw* het meeste nieuws over de verkiezingscampagne voor hun rekening nemen. De eerste twee dagbladen zijn ieder goed voor ruim 20 procent van het totale nieuws in de dagbladen, *Trouw* neemt iets minder dan 20 procent voor haar zijn rekening. *Algemeen Dagblad* en *De Telegraaf* ontlopen elkaar nauwelijks en schrijven ieder iets meer 14% van het totale nieuws over de verkiezingen op hun conto. In *nrc.next* sluit de rij der dagbladen met een aandeel van net onder de 10 procent. De jour-

naals van NOS en RTL4 zijn samen goed voor de rest, het onderlinge verschil is te verwaarlozen.

In tabel 6.1 kijken we specifieker naar de soorten nieuws. Bij de dagbladen is het nieuws in *nrc.next* en *Trouw* het meest inhoudelijk van aard (43%) terwijl het minst inhoudelijke nieuws te vinden is *De Telegraaf* (38%). De berichtgeving over de steun en kritiek van de partijen onderling, vanuit de eigen gelederen en vanuit de maatschappij is vooral te vinden in het *AD*, direct gevolgd door *De Telegraaf* en *Trouw*. Bij het wedstrijdnieuws gaan *de Volkskrant* en *nrc.next* op kop met 17%, *Trouw* besteedt hier de minste aandacht aan (11%).

Tabel 6.1: Aandachtsverdeling tussen nieuwsoorten per medium (kolompercentages)

Nieuwstype	NOS journaal	RTL Nieuws	de Volkskrant	NRC Handelsblad	De Telegraaf	Trouw	AD	NRC•Next	Totaal
Issue standpunten	34	26	39	42	38	43	39	43	38
Steun en kritiek	48	44	44	44	46	46	48	40	45
Succes en falen	18	30	17	14	16	11	13	17	17

In vergelijking met het dagbladnieuws zien we bij het televisienieuws duidelijk minder aandacht voor issue-nieuws en een iets sterkere focus op conflictnieuws. *RTL Nieuws* besteedt erg veel aandacht aan nieuws over succes en falen. Er is zelfs meer aandacht voor wedstrijdnieuws dan voor inhoudelijk nieuws over issues.

6.2 Inhoudelijk nieuws per medium

Een belangrijk verschil tussen de individuele media is te vinden in de aandacht voor verschillende onderwerpen. In tabel 6.2 staat de top tien van issues waar de media aandacht aan hebben besteed. We zijn hierbij uitgegaan van het totaal aantal uitspraken van alle media samen. De totalen per medium geven het percentage weer dat de top tien van onderwerpen vertegenwoordigt van het totale inhoudelijke nieuws.

In de dagbladen gaat de meeste aandacht uit naar de rechtse issues, met vooral een focus op de overheidsfinanciën en im-

Tabel 6.2: percentage aandacht voor de tien belangrijkste issues per medium

Issues	NOS Journaal	RTL Nieuws	Televisie	Kranten	de Volkskrant	NRC Handelsblad	De Telegraaf	Trouw	AD	NRC•Next
rechtse issues, overheidsfinanciën	10	13	11	12	13	11	15	10	12	12
immigranten, asielzoekers	7	6	7	12	10	14	14	11	9	13
linkse issues, sociale zekerheid	8	3	6	9	10	7	4	12	8	9
Criminaliteitsbestrijding	11	5	8	8	8	6	8	11	7	7
Onderwijs	13	10	12	7	7	7	6	4	9	8
Gezondheidszorg	5	7	6	7	7	8	4	7	8	5
Milieu	8	10	9	5	4	5	3	5	6	4
Infrastructuur	5	3	4	5	6	5	4	5	5	5
consensusissues, ec. groei, werk	4	3	4	5	3	4	7	4	8	4
Bestuurlijke vernieuwing	2	5	3	4	5	3	5	5	3	3
Totaal	73	65	69	72	73	70	70	74	75	70

migratie. De nieuwsrubrieken op televisie besteden relatief de meeste aandacht aan onderwijs en aan het milieu.

De verhouding tussen de aandacht voor rechtse issues en linkse issues vormt een eerste aangrijpingspunt om verschillen in de politieke signatuur van de verschillende dagbladen te ontwaren. De aandacht voor linkse issues, zoals de sociale zekerheid, is verhoudingsgewijs hoog in *Trouw* en *de Volkskrant*, en laag in *RTL Nieuws* en *De Telegraaf*. De aandacht voor rechtse issues is laag in *Trouw* en in het *NOS Journaal*, en hoog in *RTL Nieuws* en *De Telegraaf*, maar ook in *de Volkskrant*. Zo bezien tendeert *Trouw* naar links, tenderen *De Telegraaf* en *RTL Nieuws* naar rechts, nemen *de Volkskrant* en het *NOS Journaal* een paarse schutskleur aan, en staan de resterende dagbladen ergens agnostisch in het midden, noch bevlogen door links, noch door rechts. In zekere zin heeft *de Volkskrant* qua onderwerpkeuze het meest vlakke profiel: bij de vijf onderwerpen met de grootste onderlinge verschillen, is de krant de enige die geen enkele keer de meeste of de minste aandacht aan een onderwerp besteedt.

Bij de meeste onderwerpen zijn er tussen de onderzochte media geen grote verschillen in aandacht. Het immigratie-

en integratiethema krijgt de meeste aandacht in *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf* (14%), de minste in *AD* (9%). Bij criminaliteitsbestrijding worden de uitersten gevormd door *Trouw* (11%) en *NRC Handelsblad* (6%). Onderwijs, ten slotte, krijgt in *AD* de meeste (9%) in *Trouw* de minste (4%) aandacht als politiek beleidsveld. Opgemerkt zij, dat in deze cijfers niet de aandacht voor onderwijs buiten een politieke context vervat is – *Trouw* publiceert bijvoorbeeld jaarlijks een vergelijkend warenonderzoek naar scholen.

6.3 Steun en kritiek vanuit de samenleving en de media

In tabel 6.3 staat per medium aangegeven of vanuit de maatschappij steun of kritiek komt voor de verschillende partijen. Op deze manier kunnen we een indicatie geven van de politieke voorkeuren van de verschillende dagbladen en journaals in Nederland. Uit de gegevens blijkt dat de meeste dagbladen dezelfde tendensen laten zien, zij het met nuances verschillen in de sterkte ervan. De overeenkomsten zijn vooral te vinden in de steunbetuigingen voor zowel de *SP* als GroenLinks en de kritiek op de *PvdA*. De meeste steun voor de *SP* en de minste kritiek op de *PvdA* is te vinden in *de Volkskrant*, waarin ook regelmatig uitgehaald wordt naar de *VVD*: Zalm is ‘kinderachtig’ (23 september), Kamp ‘holt hijgend achter de feiten aan’ (20 november), Dekker is ‘geen vernuftig politica’ (22 september), en Verdonk ‘ondermijnde eigen ambitie’ (19 september) Hiermee lijkt de traditioneel linkse signatuur van de krant nog steeds door te klinken in de berichtgeving over de campagne. Eenzelfde profiel is te vinden in *nrc.next*, met als nuance bijvoorbeeld dat in deze krant *D66* negatief in het nieuws komt. *NRC Handelsblad* en *Trouw* verschillen weinig: beide kranten zijn sterker in kritiek op het *CDA* dan in kritiek op de *VVD*. Bovendien is het nieuws over de *PvdA* in beide dagbladen kritischer dan in *de Volkskrant*. In het *AD KOMEN DE REGERINGSPARTIJEN cda* en *VVD* licht negatief in het nieuws, maar is het nieuws over de *PvdA* nog iets negatiever.

Tabel 6.3 Steun en kritieknieuws van maatschappelijke actoren op politieke partijen in verschillende media

	NOS	RTL	de Volkskrant	NRC Handelsblad	De Telegraaf	Trouw	AD	NRC Next
SP	0,0;1	0,8;5	0,5;5	0,4;4	-0,3;6	0,3;6	0,5;4	0,5;9
GL	0,7;2	0,0;0	0,3;2	0,2;3	-0,5;2	0,0;3	0,3;3	0,6;3
PvdA	-0,4;25	-0,4;22	0,0;21	-0,4;10	-0,5;25	-0,2;17	-0,5;19	-0,3;15
D66	0,4;4	0,0;4	0,4;5	0,1;3	0,4;1	0,0;5	0,1;2	-0,3;6
CU	1,0;1	0,3;1	0,3;1	0,5;1	-0,1;3	0,1;2	0,8;2	1,0;1
CDA	-0,2;33	-0,3;35	-0,2;31	-0,3;37	0,1;27	-0,4;36	-0,3;31	-0,3;27
SGP	0,0;0	0,0;0	1,0;0	-0,2;1	-1,0;0	0,4;1	-1,0;0	1,0;0
VVD	-0,2;30	-0,4;29	-0,4;30	-0,2;35	0,1;32	-0,3;24	-0,2;34	-0,4;30
Klein Rechts	-0,2;3	-0,3;4	0,0;6	-0,3;7	-0,8;3	-0,4;6	-0,4;5	-0,1;7

(uitgedrukt in richting tussen -1..+1, gevolgd door kolompercentage aandacht, n=4214)

Het meest opvallende profiel is dat van *De Telegraaf*. In deze krant zien we een heel ander patroon dan in de andere dagbladen. Terwijl in de andere media de SP licht positief bejegend wordt, krijgt de SP in *De Telegraaf* kritiek. De SP doet bijvoorbeeld aan 'kiezersbedrog' (16 november). Marijnissen was al een 'opportunist' (2 september) en wat lijstduwer Oosterhuis zegt is 'walgelijk' en 'raakt kant noch wal' (11 november). De PvdA krijgt in *De Telegraaf* echt de wind van voren. Wat de partij wil is 'wonderlijk' (24 september), ja zelfs 'bizar' (28 september) en getuigt van 'gedram' (15 augustus) en, evenals wat de SP zegt te willen, van 'kiezersbedrog' (16 november). 'Aboutaleb misbruikt dood van Theo van Gogh' en 'grossiert in blunders' (18 oktober). 'Bos zet zichzelf buitenspel' met zijn 'geweeklaag' (14 november): hij is een 'huilebalk' (12 november). De regeringspartijen daarentegen komen vooral positief in het nieuws. Hierbij is opvallend dat als we kijken naar de onafgeronde getallen het CDA (0,13) nog net iets positiever in het nieuws komt in *De Telegraaf* dan de VVD (0,05). Het lijkt erop dat de VVD niet alleen haar huisthema's maar ook haar huiskrant kwijt geraakt is aan het CDA. Balkenende is 'verstandig' (14 september). Hij mist volgens

CDA'ers leiderschap (20 september), maar toch: 'ondernemers blij met Balkenende' (4 oktober). Nieuws over de VVD is bijvoorbeeld: 'VVD omarmt Roemenen' (15 augustus), en 'Verdonk houdt het hoofd koel' (23 september), en over Rutte: 'Ik zal beter luisteren' (21 oktober). Met andere woorden als we ook in 2006 *De Telegraaf* rechts noemen, dan wordt duidelijk dat rechts niet kiest voor de VVD, laat staan voor de VVD van Rutte, maar voor het CDA.

6.4 Het wedstrijdnieuws per medium

In tabel 6.4 wordt zichtbaar wat de gemiddelde richting is van het nieuws over succes en falen, ook wel wedstrijdnieuws genoemd, in de verschillende media uitgesplitst naar de verschillende partijen. Ook hier zien we dat *De Telegraaf* het succes van Balkenende en de zijnen breed uitmeet en tegelijkertijd het falen van Bos en zijn aanhang sterker dan welke andere krant dan ook belicht. Zelfs het succes van de SP komt minimaal in het nieuws bij *De Telegraaf*. Liever kijken zij dan naar de successen van de ChristenUnie. Het succes van Balkenende straalt ook bij *De Telegraaf* niet af op de andere regeringspartij. De VVD faalt ook in het nieuws van *De Telegraaf*.

In *de Volkskrant* komt het succes van het CDA maar mondjesmaat aan bod, want volgens de berichtgeving in *de Volkskrant* gaat het nog steeds tamelijk goed met de PvdA. Het succes van de andere linkse partijen, met name de SP, wordt sterk benadrukt.

Volgens het nieuws in *NRC Handelsblad* zijn het CDA en de SP de meest succesvolle partijen in deze verkiezingscampagne, maar in vergelijking met *De Telegraaf* juicht de krant minder hard over de successen van CDA en SP. *NRC Handelsblad* heeft, anders dan *de Volkskrant*, wel oog voor het falen van de PvdA. De VVD is volgens *NRC Handelsblad* de sterkst falende partij.

Deze tendensen zijn niet terug te zien in *nrc.next*. Deze krant heeft vooral oog voor het succes van partijen, behalve als het D66 betreft. *Trouw* laat hetzelfde beeld zien als bij de

steun en kritiek vanuit de maatschappij. De krant is kritisch ten opzichte van het CDA en heeft vooral oog voor het falen van deze partij. Dat in de peilingen het CDA de PvdA gepasseerd is blijkt geenszins uit het nieuws over het succes of falen van partijen in *Trouw*. ‘CDA verliest steun: PvdA is op de weg terug’ (21 november). De PvdA komt in *Trouw* zelfs minder negatief uit het nieuws over successen dan het CDA. De Geus slikt zijn woorden snel in (21 september), Donner moet op het matje (14 september) evenals Ross (19 september). Het CDA veroorzaakt een ‘riskante polarisatie’ (20 november). Ook in *Trouw* zijn er overigens tegengeluiden: ‘waarom Balkenende de verkiezingen zal winnen’, bijvoorbeeld (Van Zoonen, in *Trouw* van 28 oktober). Veel oog is er ook voor het succes van de SP. Ook in het AD zien we bijna hetzelfde patroon als bij de maatschappelijke steun en kritiek. Alleen is de berichtgeving over de PvdA iets meer gericht op het succes van de partij dan op het falen van de partij.

De verschillen tussen de televisienieuwsbulletins zijn groter dan bij het nieuws over steun en kritiek uit de samenleving. Het *NOS Journaal* is vooral gericht op het falen van de partijen, waarbij vooral de VVD en de PvdA negatief in het nieuws komen. Alleen de SP komt er licht positief vanaf. In het *RTL*

Nieuws daarentegen is er veel aandacht voor het succes van CDA en SP, terwijl het falen van de VVD wordt benadrukt.

6.5 Politici in het nieuws

Een andere invalshoek om naar verschillen tussen media is te letten op de aandacht voor afzonderlijke politici in de verschillende media. Een belangrijk verschil met dagbladen is dat televisienieuwsrubrieken zich veel sterker concentreren op een klein aantal politici. Bij de twee journaals is de top tien van politici goed voor ruim driekwart van alle aandacht voor politici. Bij de dagbladen ligt dat op 55% van alle aandacht. Blijkbaar putten de journaals uit een beperkt aantal politici die zij voor de camera laten verschijnen. Bij de dagbladen zien we bij het AD de sterkste concentratie op de top tien (64%), bij *NRC Handelsblad* de minst sterke concentratie (52%). In deze cijfers zien we terug dat wie het televisienieuws wil volgen minder politieke voorkennis nodig heeft dan wie *NRC Handelsblad* wil lezen.

Hetzelfde verschil zien we in de aandacht voor de twee kandidaten voor het premierschap. Krijgen Balkenende en Bos in de dagbladen samen ongeveer een kwart van de aandacht voor personen, op televisie is de focus veel sterker: 44%. Ook tussen dagbladen zijn er op dit punt grote verschillen: het duo Balkenende-Bos is in het *Algemeen Dagblad* goed voor 32% van alle aandacht voor politici, in *NRC Handelsblad* en *nrc.next* blijven ze steken op 20%. Bos krijgt in het *NOS Journaal* meer aandacht dan Balkenende. In *RTL Nieuws*, de *Volkscrant* en het AD krijgen ze ongeveer evenveel aandacht, in de andere media krijgt Balkenende meer aandacht dan Bos.

Verschillen zijn er ook bij het belichten van de VVD-kopstukken Rutte en Verdonk. In het televisienieuws wint Rutte, terwijl de dagbladen meer oog hebben voor Verdonk. Alleen in het AD krijgt Rutte meer aandacht dan Verdonk. In *nrc.next* krijgt de nummer twee van de VVD zelfs meer aandacht dan de nummer één van de PvdA, Wouter Bos. Jan Marijnissen van de SP krijgt in alle media aandacht. De aandacht voor de

Tabel 6.4: Succes en Falen van partijen per medium

	NOS	RTL	de Volkskrant	NRC Handelsblad	De Telegraaf	Trouw	AD	NRCNext
SP	0,6;2	0,6;12	0,9;6	0,4;10	0,0;10	1,0;6	0,7;11	0,1;10
GL	-1,0;2	-0,6;3	0,5;3	-1,0;1	0,0;0	-0,3;3	-0,3;3	0,4;1
PvdA	-0,5;24	-0,1;26	0,0;30	-0,3;20	-0,5;18	-0,6;16	0,0;18	0,4;21
D66	-1,0;2	-0,3;7	-0,4;9	-0,8;5	-0,5;3	0,0;6	0,5;2	-1,0;10
CU	-1,0;1	0,2;3	0,0;1	0,2;0	0,9;2	0,6;6	0,2;2	1,0;3
CDA	-0,1;37	0,3;26	0,1;31	0,1;29	0,3;37	-0,1;37	-0,2;35	0,3;26
SGP	0,0;0	0,7;2	0,0;0	-1,0;1	0,0	0,0;0	0,6;2	-0,3;1
VVD	-0,6;28	-0,7;13	-0,3;17	-0,5;26	-0,2;25	-0,4;23	-0,4;22	0,2;19
Klein Rechts	0,2;4	-0,3;8	-0,6;3	-0,9;7	-0,4;5	-0,4;4	-0,3;6	0,2;9

(uitgedrukt in richting tussen -1..+1, gevolgd door kolompercentage aandacht, n=2439)

lijsttrekkers van kleinere partijen, bijvoorbeeld voor Van der Vlies (SGP) of voor Thieme (Partij van de Dieren) varieert wel, maar in geen van de onderzochte media kunnen zij een hoofdrol opeisen.

6.6 Conclusie

De overeenkomsten tussen de afzonderlijke media waarvan de berichtgeving onderzocht werd zijn groter dan hun verschillen. Dagbladen laten hun politieke voorkeuren vaker doorklinken dan televisienieuwsbulletins, maar de richting van hun commentaar is ongeveer hetzelfde. Dagbladen spreiden hun aandacht uit over meer politici dan televisienieuwsbulletins, maar dezelfde politici staan voorop. *De Telegraaf* laat van alle onderzochte media het vaakst een afwijkend geluid horen. Het CDA krijgt in *De Telegraaf* de meeste lof en de PvdA wordt het hardst aangevallen.

Het nieuws in de verschillende media over succes en falen blijkt in het algemeen in het verlengde te liggen van de steun of juist de kritiek die zij leveren op partijen. Nu is succes of falen van politieke partijen in beginsel feitelijk van aard – wie er wint in peilingen, of in debatten; wie in het nauw zit, of er weer bovenop is – terwijl steun of kritiek vanuit de media zelf per definitie een politiek commentaar vormt. Feiten en commentaren moeten gescheiden worden. Het uitgangspunt *facts are sacred, comments are* wordt in de journalistiek algemeen onderschreven. Men zou daarom verwachten dat media het over de feiten meer eens zijn dan over de commentaren. Dat blijkt niet altijd het geval te zijn. Zo laden de onderzochte media de verdenking op zich dat feitelijke uitspraken over het succes of falen van politici regelmatig in de plaats komen van expliciet politiek commentaar.

Tabel 6.6: Concentratie op de toptien van politici per medium

Politicus	NOS		RTL		Televisie		Dagbladen		De Volkskrant		NRC Handelsblad		De Telegraaf		Trouw	AD	NRCnext
	Journal	Nieuws	Nieuws	Nieuws	Televisie	Dagbladen	Volkskrant	NRC Handelsblad	De Telegraaf	Telegraaf	Handelsblad	Telegraaf					
Balkenende	19	22	22	20	14	14	14	12	15	16	16	16	12	16	16	16	12
Bos	26	22	24	24	12	14	14	8	13	11	16	16	8	16	16	16	8
Verdonk	5	4	4	4	6	6	6	6	7	7	5	5	10	7	5	5	10
Rutte	8	6	7	7	5	4	4	5	7	5	6	6	6	5	6	6	6
Donner	6	8	7	7	5	6	6	6	4	5	5	5	4	5	5	5	4
Zalm					4	3	4	5	2	3	2	2	4	3	2	2	4
Marjissen	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	3	5	3	3	3	5
Dekker	3	3	3	3													
Hirsh B.	5	2	3	3													
Wilders					2	3	3	2	2	4	3	3					
Dekker					2	2	2	2	2	3	3	3					
Wijn					2	2	2	2	2	3	3	3					
Halsema	2	3	3	23													
De Geus	2																
Peijs	33	3															
Vd. Hoeven																	
Hoogervorst																	
Totaal	80	77	76	76	55	60	60	52	61	58	64	64	58	58	64	64	58

De kiezers

Hoewel kiezers zich misschien soms laten meesleuren op de golven in het nieuws, hebben zij in principe het roer toch zelf in handen. In dit hoofdstuk wordt besproken welke bakens de kiezer voor ogen had, en waarop hij dus had kunnen varen.

Kiezers blikken terug en kijken vooruit. Terugkijkend, *retrospectief*, is de vraag wie volgens de kiezers blaam treft voor de problemen in het land, of juist lof toekomt voor de oplossing ervan. Vooruitkijkend, *prospectief*, is de vraag met welke beleidspunten van welke partijen de kiezer instemt (Blais, Turgeon, Gidengil, Nevitte & Nadeau, 2004).

Kiezers letten niet alleen op het beleid, maar ook op de lijsttrekkers die erachter staan. Hoe groot is Kiezers het vertrouwen in de lijsttrekkers? De deelnemers aan het door Rui-grok/Netpanel uitgevoerde onderzoek – zie ook hoofdstuk 1 – vertelden rond Prinsjesdag 2006 hoe zij persoonlijk deze bakens voor zich zagen.

Vervolgens is aan de deelnemers aan het onderzoek om de twee weken gevraagd wat hun opgevallen was in het nieuws van de afgelopen weken. Waren ze het eens of juist oneens met degenen die hun opvielen? Ook is gevraagd of ze gebruikmaakten van de Stemwijzer en van Kieskompas, en zo ja wat dan het verkregen advies was.

In het volgende hoofdstuk komt de vraag aan de orde of de bakens die de kiezer met Prinsjesdag nog voor ogen had zijn partijvoorkeur in de daarop volgende weken bepalen, of dat de kiezer zich toch deels heeft laten meesleuren door het persoonlijk gevolgde nieuws, of door het advies van stemwijzers.

7.1 Lof en blaam voor feitelijke ontwikkelingen: retrospectieve overwegingen

Wie werd door de kiezers verantwoordelijk gehouden voor de problemen in het land? Ontwaarden de kiezers zure of zoete vruchten? Wie verdiende volgens de kiezers lof voor het economische herstel in het land? Wie trof blaam voor de problemen in het land? Gingen de kiezers met Balkenende denken dat de regering het goed had gedaan? Of slaagden de oppositiepartijen erin de kiezers ervan te overtuigen dat de regeringspartijen verantwoordelijk waren voor onopgeloste problemen?

In het opinieonderzoek is rond Prinsjesdag voor twaalf verschillende problemen de vraag voorgelegd waaraan de problemen te wijten zijn: met name aan een van de politieke partijen, aan alle partijen evenveel of aan geen enkele partij. Behalve vragen over de schuld voor twaalf problemen is ook gevraagd wie lof toekomt voor vijf zaken die juist goed gaan in Nederland. Ook daar kunnen bepaalde partijen wel of niet verantwoordelijk voor worden gehouden.

Hoeveel lof en blaam partijen volgens de kiezers verdienen wordt natuurlijk beïnvloed door de keuze van de onderwerpen. In principe zijn vragen gesteld over de onderwerpen die in hoofdstuk vier over de berichtgeving over inhoudelijk nieuws in de media de revue passeerden. Enkele thema's moesten echter verder worden geconcretiseerd. Over de vergaarbak van 'consensusissues' kunnen immers moeilijk vragen worden gesteld. De vragen kunnen wel eenvoudig worden toegespitst op het meest besproken consensusissue, namelijk de werkgelegenheid.

Volgens het staatsrecht zijn de ministers verantwoordelijk. Dat zou betekenen dat de regeringspartijen per definitie de schuld krijgen als er problemen rijzen en lof krijgen als het goed gaat. Maar in de praktijk is de schuldvraag de inzet van een politiek spelletje zwartepieten. De ene partij schuift de schuld in de schoenen van de andere. Iedereen probeert successen naar zich toe te trekken. In tabel 7.1 wordt voor elk van de voorgelegde problemen de lof- en schuldvraag met percentages in beeld gebracht.

Tabel 7.1: Retrospectieve overwegingen; lof en schuld

	Geen enkele partij										?	
	Alle partijen	CDA	PvdA	VVD	SP	PVV	Overigen					
Lof. Wie heeft er gezorgd voor?												
De verbetering van de economie	20	20	25	6	18	0	0	0	1	10		
De groei van de werkgelegenheid	19	22	23	8	15	1	0	0	2	10		
De vermindering van de staatsschuld	10	22	14	2	39	0	0	0	1	13		
Het in stand houden van sociale voorzieningen	10	22	17	27	4	5	0	0	3	13		
Het in stand houden van ouderdagsvoorzieningen zoals de AOW	9	23	21	22	4	4	0	0	3	13		
Schuld: wie heeft er schuld aan?												
De onveiligheid op straat	19	41	8	10	3	1	0	0	7	11		
Werkloosheid	13	34	13	16	11	1	0	0	2	11		
Problemen in de gezondheidszorg	5	35	21	11	16	0	0	0	2	10		
Problemen van vreemdelingen en asielzoekers	5	28	7	17	26	1	1	1	7	8		
Verval van waarden en normen	14	32	10	12	5	2	1	1	11	12		
Films in het verkeer	13	36	9	8	11	1	0	0	7	15		
Vervuiling en aantasting van het milieu	10	40	6	4	20	1	0	0	4	15		
Drugs en drugsverlast	15	38	10	12	4	1	0	0	6	14		
Gebrekkige kwaliteit van het onderwijs	5	42	19	10	9	0	0	0	3	11		
Hoge werkdruk en stress	19	31	10	6	20	0	0	0	2	12		
Misbruik van sociale voorzieningen	11	31	7	25	7	3	0	0	3	13		
De staatsschuld	5	39	8	26	8	0	0	0	1	13		

Leesvoorbeeld: 25% van de respondenten vindt dat het CDA gezorgd heeft voor de verbetering van de economie; 20% vindt dat geen enkele partij daarvoor gezorgd heeft. 26% van de respondenten vindt dat de VVD schuld heeft aan de problemen van vreemdelingen en asielzoekers; 28% vindt dat dat aan alle partijen daar evenveel schuldig aan zijn. N = 1481 er is gewogen naar getrapte stempgedrag 2003

Bij de vraag aan welke partij we in Nederland te danken hebben dat het op sommige terreinen goed gaat, komt het CDA er het beste af. Vooral het CDA lijkt de vruchten te plukken van het economische herstel. Op drie terreinen (verbetering economie, groei werkgelegenheid en instandhouding oude-dagsvoorzieningen) krijgt het CDA de meeste lof. De VVD krijgt, waarschijnlijk dankzij minister Zalm van Financiën, veel lof voor de vermindering van de staatsschuld. Hoewel de PvdA in de oppositie zat, krijgt de PvdA veel lof voor het in stand houden van sociale voorzieningen. De kleine partijen komen er bekaaid af. Bij de AOW en de sociale voorzieningen weet meer dan 10 procent van de kiezers niet wie lof toekomt.

Bij de schuldvraag wordt nog minder naar specifieke partijen gewezen als bij de vraag welke partij lof verdient. Bijna bij alle onderwerpen scoort de categorie ‘alle partijen evenveel’ het hoogst. Opvallende uitzondering is het thema ‘asielzoekers’ waarop de VVD de Zwarte Piet krijgt. Hoewel de PvdA al vier jaar in de oppositie zit, krijgt de PvdA vaak de schuld van de staatsschuld (26%), van het misbruik van sociale voorzieningen (25%) en van de werkloosheid (16%). Het CDA krijgt vaak de schuld van de problemen in de gezondheidszorg (21%) en in het onderwijs (19%). De VVD krijgt vaak de schuld van de problemen met asielzoekers (26%), van de milieuvervuiling (20%) en van de hoge werkdruk (20%).

7.2 Instemming met beleidsvoornemens: prospectieve overwegingen

Behalve achteruit kijken kiezers ook vooruit. Aan respondenten is de vraag voorgelegd: ‘Aan welke van de volgende onderwerpen denkt u bij het CDA als eerste?’, met als vervolgvraag ‘In hoeverre bent u het eens met het standpunt van het CDA ten aanzien van [het door de respondent als antwoord op de eerste vraag genoemde onderwerp?’. Respondenten die bij het CDA een onderwerp wisten te noemen kregen als vervolgvraag: ‘En aan welk onderwerp denkt u bij het CDA als tweede?’, nu gevolgd door de vraag of men het met de mening van

het CDA ten aanzien van dit tweede onderwerp eens was. Ook voor de andere partijen zijn deze vragen gesteld. In tabel 7.2 worden de uitkomsten weergegeven in een tabel. In elk hokje van de tabel staan twee getallen. Het tweede getal geeft weer hoe groot het percentage respondenten is dat een partij, hetzij in eerste, hetzij in tweede instantie, in verband brengt met een onderwerp. Dat percentage komt ook tot uiting in de helderheid van de kleur. Het eerste getal geeft weer hoe eens (+I, blauw) of juist oneens (-I, rood) men het is met de standpunten van de partij. Als veel kiezers het oneens zijn met een partij, krijgt die partij meestal toch wel een keer de microfoon voorgehouden om uit te leggen waarom het partijstandpunt toch juist is. Partijen die er tijdens de campagne in slagen om 'eigen' thema's in het nieuws te krijgen, zelfs als kiezers het er in eerste instantie mee oneens zijn, scoren vaak goed. Kortom, liever blauw dan rood, maar misschien toch liever rood dan bleek.

Kiezers hebben vaak sterke overtuigingen over de vraag welk thema bij welke partij hoort. In 2002 bijvoorbeeld, veroverde Pim Fortuyn met vergaande uitspraken een kwartaal voor de verkiezingen de thema's asielzoekers en criminaliteit. Dat kon Pim Fortuyn lukken omdat die thema's min of meer vacant waren, doordat vvd-leider Dijkstal andere prioriteiten stelde dan zijn voorganger Bolkestein, en vvd-minister Kort-hals een paar maand eerder in de Kamer moest toegeven dat de bolletjesslikkers hem de baas waren. De aandacht voor deze thema's in het nieuws van de maanden erna bleek vervolgens koren op de molen voor de 'eigenaar', Pim Fortuyn, zelfs toen hij midden in de campagne op vakantie naar Italië ging. Kiezers hebben bij eigen issues eigenlijk al aan een half woord genoeg. In het volgende hoofdstuk zullen we toetsen of ook in 2006 partijen kiezers konden winnen via de aandacht in het nieuws voor hun eigen thema's. In het algemeen speelt een partij echter hoog spel als tijdens de campagne nog geprobeerd wordt kiezers te winnen op thema's waarvan een concurrent de eigenaar is. Dan moet elk woord raak zijn, want concurrenten hebben aan een half woord al genoeg.

Tabel 7.2 Associatie van partijen met issues volgens de kiezers

	SP	GL	PvdA	D66	CU	CDA	VVD	klein rechts
Sociale zekerheid	0,22 44%	0,27 19%	0,22 48%	0,19 4%	0,39 10%	0,22 12%	0,17 5%	0,28 1%
Overheidsfinanciën	-0,23 2%	-0,08 1%	-0,23 4%	-0,06 3%	-0,03 2%	0,04 4%	0,11 36%	-0,07 1%
Werkgelegenheid	0,18 12%	0,34 4%	0,18 19%	0,21 2%	0,27 1%	0,27 4%	0,40 13%	0,15 1%
Asielzoekers en immigranten	-0,33 13%	-0,16 13%	-0,33 11%	-0,09 3%	0,09 3%	-0,26 8%	0,08 21%	-0,10 26%
Normen en waarden	0,17 5%	0,32 3%	0,17 1%	0,12 2%	0,17 44%	0,27 44%	0,32 3%	-0,01 4%
Bereikbaarheid en mobiliteit	0,35 3%	0,31 4%	0,35 1%	-0,04 3%	-0,42 1%	0,15 5%	0,03 9%	-0,01 1%
Natuur en milieu	0,25 12%	0,18 59%	0,25 1%	0,24 2%	0,27 3%	0,03 11%	0,19 1%	0,17 0%
Bestuurlijke vernieuwing	0,19 4%	0,12 2%	0,19 3%	0,05 37%	0,15 1%	0,13 2%	0,18 5%	0,05 3%
Kinderopvang	-0,04 3%	0,06 6%	-0,04 10%	-0,01 3%	0,01 3%	-0,05 6%	0,08 5%	-0,17 0%
Versterking Europese Unie	0,01 1%	-0,08 1%	0,01 1%	0,05 5%	0,30 1%	-0,15 2%	-0,01 6%	0,16 1%
Criminaliteit en onveiligheid	0,17 4%	0,20 2%	0,17 2%	0,14 2%	0,09 3%	0,24 3%	0,17 10%	0,07 15%
Inzet Nederlandse militairen in het buitenland	-0,08 3%	-0,09 1%	-0,08 1%	-0,22 6%	-0,12 1%	-0,32 2%	-0,30 7%	0,00 1%
Gezondheidszorg	0,39 14%	0,45 7%	0,39 10%	0,16 4%	0,40 7%	0,07 6%	-0,03 4%	0,20 1%
Onderwijs	0,43 6%	0,43 5%	0,43 4%	0,40 18%	0,29 7%	-0,03 5%	0,29 4%	0,04 1%
Terreurbestrijding	-0,09 2%	0,20 0%	-0,09 0%	0,17 1%	0,26 1%	0,09 1%	0,18 5%	-0,02 7%
Een mogelijk volgend kabinet Balkenende	-0,20 1%	0,20 1%	-0,20 2%	-0,49 1%	0,10 4%	0,00 12%	0,14 6%	-0,11 0%
Een mogelijk kabinet Bos	0,03 4%	0,30 3%	0,03 33%	0,15 2%	0,29 1%	0,16 5%	0,01 3%	0,06 0%
komt geen onderwerp bij me op	30%	39%	22%	50%	49%	33%	26%	62%
een ander onderwerp dan hier bij staat	9%	5%	8%	8%	14%	8%	9%	11%
totaal aantal associaties	2566	2594	2670	2331	2337	2586	2601	2029

In 2006 dreigt de vvd opnieuw de thema's asielzoekers en criminaliteit te verliezen, maar lang niet zo dramatisch als in 2002. In september 2006 denkt 21% bij het noemen van de vvd aan asielzoekers en immigranten, terwijl bij het noemen van Wilders en Pastors 26% daaraan denkt. De kiezers zijn het op het punt van immigratie en integratie zelfs iets vaker eens met de vvd dan met Wilders. Op het punt van de criminaliteitsbestrijding denken de kiezers niet alleen aan Wilders, ze zijn het ook met hem eens. Bij de vvd denkt men wel weer vaak in positieve zin aan de overheidsfinanciën en aan de werkgelegenheid. Bij het begin van de campagne staat de vvd daar nog sterker dan het cda: meer kiezers denken aan die onderwerpen, en gemiddeld is men het iets meer eens met de vvd dan met het cda. Ook bij thema's die voor de kiezer in 2006 net iets minder op de voorgrond treden – bijvoorbeeld bereikbaarheid en mobiliteit – kan worden geconstateerd dat kiezers in september zowel aan vvd als aan het cda denken, maar het dan net iets vaker eens zijn met de vvd. Kortom, bij de meeste onderwerpen lijkt het profiel van de vvd op dat van het cda. Beide partijen vissen in dezelfde vijver. Dat plaatst tabel 4.2 uit hoofdstuk 4 over de aandacht van partijen voor deze onderwerpen afgaande op het nieuws van de laatste maanden voor de verkiezingen in een nieuw perspectief. Daar bleek dat de vvd zich vergeleken met het cda in het nieuws erg bleekjes profileerde op al deze issues. Om de beeldspraak door te zetten: de vvd verstond de kunst van het hengelen minder goed dan het cda.

Bij het cda wordt vooral – niet verrassend – in de eerste plaats gedacht aan het thema *normen en waarden* (44%). Een kaper op de kust is de ChristenUnie. Bij die partij denkt ook 44 procent aan normen en waarden. Het cda wordt echter daarnaast met tal van andere thema's geassocieerd, waarmee ook de vvd geassocieerd wordt, onder andere met werkgelegenheid. Vergelijkt men tabel 7.2 met de overeenkomstige tabel 4.2 over het nieuws, dan moet de conclusie luiden dat het cda uit het nieuws beter naar voren komt, dan verwacht zou mogen worden uitgaande van de instemming van kiezers met het cda-beleid in september 2006. De meeste kiezers

zijn het toch oneens met het cda-standpunten over asielzoekers en immigranten, natuur en milieu, de kinderopvang, de gezondheidszorg en het onderwijs. Opvallend is dat de kiezers het eens zijn met het beleid van het cda met betrekking tot de sociale zekerheid en de werkgelegenheid, maar ook met het cda-beleid ten aanzien van de overheidsfinanciën. Op het laatste punt is de vvd echter duidelijk issue-eigenaar.

Zowel bij de PvdA als bij de sp denken kiezers aan sociale zekerheid, en ze zijn het met beide partijen eens. Bij beide partijen denken kiezers ook aan werkgelegenheid, en wederom zijn ze het met beide partijen eens. Bij beide partijen denken kiezers een beetje aan immigranten, en op dat punt zijn de meeste kiezers het met beide partijen oneens. Bij beide partijen denken kiezers aan de gezondheidszorg, maar bij de sp denkt men daar nog iets vaker aan. De punten waarop sp en PvdA zich in de ogen van kiezers inhoudelijk van elkaar onderscheiden sneeuwen onder bij hun overeenkomsten. Bij de sp denkt men iets vaker aan normen en waarden, en bij de PvdA iets vaker aan kinderopvang – niet altijd in positieve zin overigens.

D66 wordt het vaakst geassocieerd met bestuurlijke vernieuwing en met onderwijs. GroenLinks wordt het vaakst geassocieerd met natuur en milieu. Op bijna alle andere punten is het profiel van GroenLinks bleker dan het profiel van de PvdA en de sp.

Bij de thema's in de vragenlijst was ook opgenomen een mogelijk kabinet-Bos en een mogelijk volgend kabinet-Balkenende. PvdA en het cda worden ook sterk met een kabinet-Bos respectievelijk kabinet-Balkenende geassocieerd. In tabel 7.2 is te zien dat men bij de PvdA vaker denkt aan een kabinet-Bos, dan bij het cda aan nog een kabinet-Balkenende. Geen van beide kabinetten krijgt de handen echter op elkaar: bij beide kabinetten is de instemming er mee laag.

Tabel 7.2 laat zien dat de vvd in de campagne met een lastig dilemma zit. Hoewel Verdonk verloren heeft, wordt de vvd nog steeds geassocieerd met de thema's asielzoekers en immigranten en criminaliteit en onveiligheid. De vvd kan dus proberen het thema weer meer centraal op de agenda te

krijgen. Vooral in de laatste maand van de campagne gebeurt dat door Verdonk. Omdat Wilders net iets sterker met deze thema's geassocieerd wordt, valt volgens de theorie over issue ownership te verwachten dat de pvv van Wilders daarvan ook zal profiteren. In september geldt dat de kiezers bij het cda behalve aan normen en waarden aan tal van verschillende beleidsterreinen denken waaraan men ook, en zelfs nog vaker, denkt bij de vvd. De theorie voorspelt dat aandacht voor al deze issues – zie daarover tabel 4.2 – zowel voor het cda als voor de vvd goed is. De vvd zou aan iets minder woorden genoeg moeten hebben om kiezers te overtuigen, maar uit tabel 4.2 blijkt dat de vvd veel minder ruimte voor eigen standpunten kreeg dan het cda.

Dat kiezers tussen de sp en de PvdA, maar ook tussen het cda en de vvd, of tussen de vvd en de pvv overeenkomsten zien blijkt nog sterker als de precieze onderwerpen waaraan kiezers bij een partij denken buiten beschouwing blijven. We richten dan de aandacht rechtstreeks op de vervolgvraag of kiezers instemmen met de standpunten van de partijen ten aanzien van die onderwerpen. In hoeverre kiezers die het eens zijn met de ene partij het ook eens zijn met een andere kan worden uitgedrukt in een correlatiecoëfficiënt, een maatstaf die een verband uitdrukt met een getal dat kan variëren tussen -1 (altijd elkaars tegenovergestelde) en +1 (altijd identiek). Wie het eens is met de sp blijkt het inderdaad in de regel ook eens te zijn met de PvdA (+0,6), maar niet met het cda (-0,3), de vvd (-0,4) en de pvv (-0,3). Wie instemt met de PvdA, zal niet instemmen met het cda (-0,3), de vvd (-0,4) en de pvv (-0,3). Wie instemt met het cda, stemt ook in met de vvd (+0,6) en in mindere mate ook met de pvv (+0,4). vvd-kiezers konden deze keer echt kiezen omdat in de ogen van de kiezers vvd-standpunten niet alleen sterk leken op cda-standpunten (+0,6), maar eveneens op pvv-standpunten (+0,5). Met andere woorden, ook al dachten kiezers bij de vvd primair aan overheidsfinanciën, bij het cda aan normen en waarden, en bij de pvv aan immigranten, toch herkende de kiezers op een van deze partijen zich ook in wat de andere twee partijen over hun eigen onderwerpen zeiden.

7.3 Instemming met politieke partijen zoals gemeten door stemwijzers

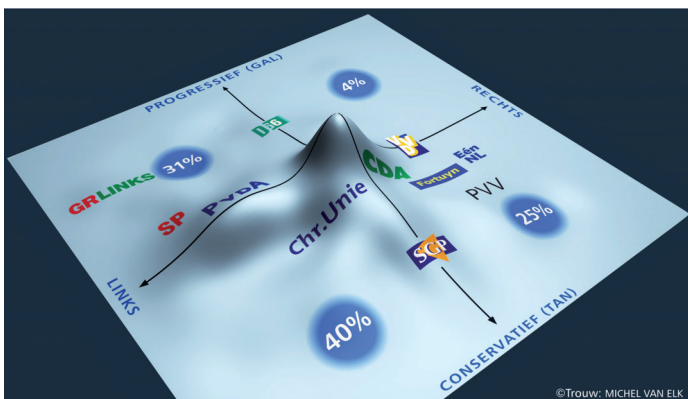
Afgaande op de onderwerpen waarmee kiezers zelf partijen associëren, is er dus een groot verschil tussen kiezers die het eens zijn met linkse partijen, en kiezers die het eens zijn met rechtse partijen. Dat komt doordat kiezers niet alle partijen op dezelfde onderwerpen de maat nemen. Kiezers zijn als voetbalfans die een middenvelder op andere kwaliteiten beoordelen dan een spits. De achterliggende gedachte van het invullen van een stemwijzer is dat alle partijen wel langs precies dezelfde maatlat worden gelegd. Kiezers die alle partijen op alle punten beoordelen gedragen zich als een voetbaltrainer die alle middenvelders en voorhoedespelers langs dezelfde maatlat legt, bijvoorbeeld omdat het de vraag is welke spits zich het beste terug kan laten vallen, of welke middenvelder het beste mee naar voren kan. Als alle spelers langs dezelfde maatlat worden gelegd, dan blijken absolute kwaliteiten plotsklaps gradueel. Dat kan leiden tot een heel andere ordening van partijen, dan wanneer gelet wordt op unieke, aansprekende kwaliteiten van partijen. Het laatste is overigens in de politiek niet verkeerd. Wie bijvoorbeeld voornamelijk met betrekking tot de sociale zekerheid wat gedaan wil krijgen, doet er verstandig aan te stemmen op een partij die van de sociale zekerheid een halszaak maakt.

Op basis van ruim 1.7 miljoen ingevulde vragenlijsten door de bezoekers van Kieskompas kunnen respondenten geplaatst worden in het tweedimensionale spectrum dat in hoofdstuk twee besproken werd (figuur 2.1). Daarbij moet wel als kanttekening worden gemaakt, dat bezoekers van Kieskompas over internet beschikken, relatief hoog opgeleid en relatief jong zijn, zoals ook blijkt uit een stedelijke exitpoll (Lelieveldt, 2006), en ook op niet onderzochte punten wel iets meer op de lezers van het dagblad *Trouw* zullen lijken dan de gemiddelde Nederlander.

De Nederlandse kiezer is op materiele politieke vraagstukken meer links georiënteerd, terwijl hij op immaterieel vlak eerder naar de conservatieve kant neigt. De gemiddelde posi-

tie, het electorale epicentrum, ligt op een gematigd linksconservatieve positie (op de x-as $-.24$ en y-as $-.16$), zeer dicht bij de ChristenUnie. In de figuur is dat te zien doordat het nulpunt van het assenstelsel achter de hoogste berg in de figuur ligt. Feitelijk is de ChristenUnie de enige partij in het linksconservatieve kwadrant waar zich 40% van de kiezers bevindt. Met andere woorden, als kiezers zich de vraag van de voetbaltrainer zouden stellen welke speler het best inzetbaar is omdat die speler op elke willekeurige positie aardig uit de voeten kan, dan zouden veel kiezers de keuze laten vallen op de ChristenUnie. Maar in de vorige paragraaf zagen we al dat kiezers zich opstellen als voetbalfans die de ChristenUnie primair op het traditionele principiële-christelijke imago van de partij in termen van waarden en normen beoordelen, terwijl ze uitzien naar een spits die bijvoorbeeld op het punt van de overheidsfinanciën het beste scoort.

De meeste respondenten komen dicht uit bij het politieke centrum. De 'berg' van kiezers staat feitelijk tussen de PvdA en het CDA in, tenminste, als kiezers beide partijen langs dezelfde maatlat leggen. Ook het rechtsconservatieve kwadrant, waarin zich naast het CDA ook EénNL, LVF en de PVV, begeven is met 25% van de kiezers nog tamelijk dicht bevolkt. Datzelfde geldt voor het linksprogressieve kwadrant



Figuur 7.1 Standpunten van partijen en kiezers zoals gemeten met Kieskompas.

waar behalve de PvdA ook GroenLinks en de SP zitten. 31% van de kiezers plaatst zich daar. In het Nederlandse politieke landschap bevindt D66 zich in een barre laagvlakte. In de buurt van deze partij bevinden zich nauwelijks kiezers. Het rechtsprogressieve kwadrant van de figuur is uitermate dunbevolkt. Slechts 4% van de kiezers plaatst zich daar. De VVD van Rutte zit in dat kwadrant, maar wel tegen de grens aan van het dichter bevolkte rechtsconservatieve kwadrant.

Hoe dit ook zij, vast staat dat partijen die een advies van een van de stemwijzers opvolgen – zelfs als er op die stemwijzers helemaal niets aan te merken zou zijn – vaak bij een andere partij zullen uitkomen, omdat ze alle partijen langs dezelfde maatlat leggen. Immers, kiezers zijn geneigd partijen te beoordelen op hun meest in het oog springende kwaliteiten..

7.4 Vertrouwen: niet wat gezegd wordt, maar wie erachter staat

In de politiek gaat het niet alleen om het opvallen in de media met standpunten, maar ook om het vertrouwen in politici. Op dat punt kunnen kleine politieke partijen geduchte concurrenten zijn van de grote politieke partijen. Vertrouwen heeft allerlei componenten. Of lijsttrekkers sympathiek bevonden worden, blijkt in laatste instantie niet veel gewicht in de schaal te leggen. Wel maakt het uit of politici bekwaam worden geacht. Ze moeten het land goed en efficiënt kunnen leiden en besturen. Maar ze moeten dan wel doen wat het volk van ze vraagt, en daarom moeten ze kunnen begrijpen wat er leeft onder het volk. Beide eigenschappen gaan vaak samen, maar niet altijd. Van Pim Fortuyn dachten vriend en vijand dat hij als geen ander wist wat er leefde onder het volk, maar aan zijn bekwaamheid werd toch wel getwijfeld. De toen nog betrekkelijk onbekende Balkenende werd op dat punt hoger aangeslagen.

In tabel 7.3 is het vertrouwen in de lijsttrekkers weergegeven, uitgaande van onderzoeksgegevens uit september 2006, dus uit de tijd dat de verkiezingscampagne nog op gang moest komen. In de eerste kolom staat als indicator

voor het vertrouwen de gemiddelde score op ‘bekwaamheid’ en ‘weten wat er wat leeft’. De politici zijn in de tabel geordend op deze score voor vertrouwen. In de kolommen daarnaast staan de resultaten voor de geschatte bekwaamheid. De lijst wordt aangevoerd door Jan Marijnissen en André Rouvoet. Uitgerekend de twee politici die een groot aandeel hadden in de succesvolle campagne tegen de Europese Grondwet, die in juni 2005 in een referendum met grote meerderheid naar de prullenbak werd verwezen. Wouter Bos blijft Jan Peter Balkenende voor. Bas van der Vlies, de lijsttrekker van de SP, blijft Alexander Pechtold, de lijsttrekker van D66, voor. Dat lukt Geert Wilders ook. Dat onbekend onbeminde maakt komt duidelijk tot uiting. Politici die al wat langer meelopen, zoals Jan Marijnissen, komen vertrouwd over, terwijl politici die net komen kijken, zoals Olaf Stuger, en zelfs Alexander Pechtold, slechts door een enkeling bekwaam geacht worden.

De vraag of politici weten wat er leeft onder het volk levert in hoofdlijnen dezelfde volgorde op. Bij deze vraag eindigen Wouter Bos en Femke Halsema achter Jan Marijnissen

Tabel 7.3: Vertrouwen in lijsttrekkers

	Vertrouwen (gemiddelde score)	Bekwaam lijsttrekker			Goed weten wat er leeft		
		ja	?	nee	ja	?	nee
Jan Marijnissen	64	66	23	11	63	25	12
Wouter Bos	52	54	24	21	49	29	22
Femke Halsema	51	54	25	21	48	32	19
André Rouvoet	50	58	31	11	42	40	18
Jan Peter Balkenende	39	47	23	30	32	26	42
Mark Rutte	35	43	40	17	28	46	26
Bas van der Vlies	32	42	41	17	22	45	32
Geert Wilders	31	29	27	44	33	31	36
Alexander Pechtold	19	21	49	29	17	57	26
Hilbrand Nawijn	13	10	34	56	16	41	43
Olaf Stuger	8	7	60	33	9	60	31

Leesvoorbeeld: 66 % van de respondenten vindt Jan Marijnissen een bekwame politicus; 23 % weet dat niet en 11 % vindt het hem niet bekwaam. 63 % denkt dat hij goed weet wat er leeft. De combinatie van beide leidt tot score van 64 % die vertrouwen heeft in Jan Marijnissen. N = 1481; er is gewogen naar gerapporteerde stemgedrag 2003.

vrijwel gelijk. Door deze hoge scores komen Bos en Halsema politici uiteindelijk ook hoog op de gecombineerde score voor vertrouwen. Geert Wilders wordt geacht beter te begrijpen wat er leeft dan Jan Peter Balkenende en dan Mark Rutte – hoewel hij een groot deel van de afgelopen vier jaar afgeschermd moest leven omdat hij met de dood bedreigd werd. Het vertrouwen in Wilders al aan het begin van de campagne verklaart wellicht voor een deel zijn uiteindelijke succes.

Dat Balkenende in verhouding tot andere lijsttrekkers zo slecht scoort, mag in het licht van antwoorden op precies dezelfde vragen in het voorjaar van 2002 opmerkelijk genoemd worden. Toen scoorde Balkenende namelijk beter dan de lijsttrekkers van PvdA en VVD, en op het punt van de bekwaamheid ook beter dan Fortuyn. Wellicht is de verklaring daarvoor, dat negatief nieuws toch beklijft. In 2002 kregen Ad Melkert en Hans Dijkstal heel veel kritiek, maar vanaf 2002 kreeg Balkenende als minister-president alle mogelijke kritiek en spot over zich heen. Negatief nieuws vertaalt zich op den duur toch in een gebrek aan vertrouwen. Dat blijft sluimeren onder de oppervlakte, maar kan alsnog boven water komen in de laatste dagen of de laatste uren voordat een stem uitgebracht wordt: het zogenaamde ‘sleeper effect’ (Kleinnijenhuis, Van Hoof & Oegema, 2006). Het is een wijd verbreid misverstand dat wie op het laatste ogenblik beslist zich alleen op het laatste lijsttrekkersdebat baseert. In jargon, naast het *recency effect* bestaat een *primacy effect*, waarmee het onevenredig grote gewicht van eerste indrukken bedoeld wordt. Solomon Asch illustreerde dat effect met een even eenvoudig als doeltreffend experiment. Iemand die intelligent, ijverig, impulsief, kritisch, eigenwijs en jaloers is wordt een stuk veel aardiger gevonden dan iemand die jaloers, eigenwijs, kritisch, impulsief, ijverig en intelligent is (Asch, 1946).

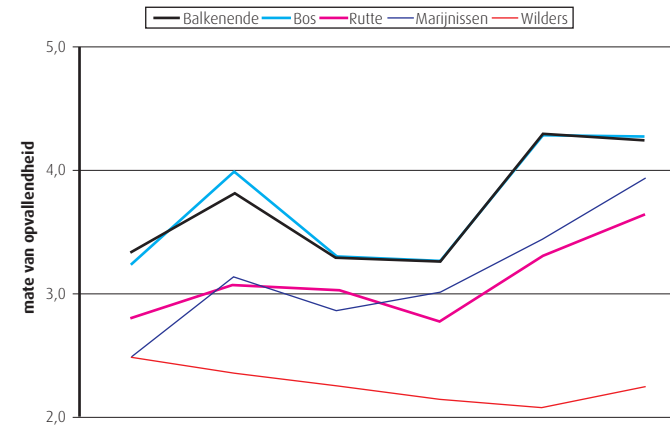
Hoe dit ook zij, de grote kracht van de SP en GroenLinks als de electorale concurrenten van de PvdA, en van de Christen-Unie als electorale concurrent van het CDA tijdens deze campagne was dus dat hun lijsttrekkers vertrouwen inboezem-

den. De kiezers veronderstelden dat ze bekwaam waren en goed aanvoelden wat er leefde onder het volk.

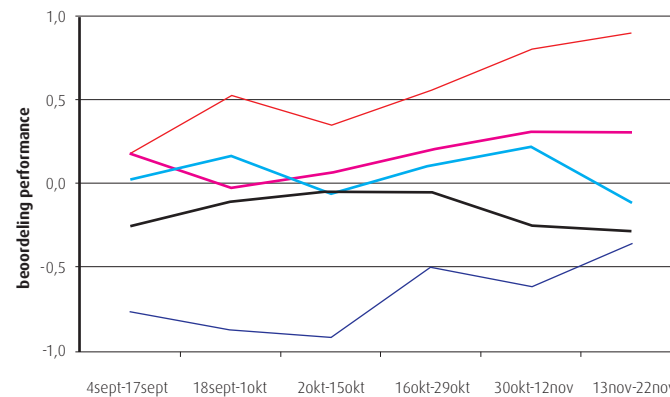
7.5 Mediaperformance: vallen partijen op, en zo ja, in gunstige zin?

Hoe de kiezers, voorafgaande aan de campagne, in september 2006 de partijen beoordeelden is vers één. Vers twee is hoe de partijen gedurende de campagne opvielen aan de kiezers. Vanaf september is om de twee weken aan de deelnemers aan het onderzoek de vraag voorgelegd welke politici en welke partijen hen opvielen in het nieuws van de afgelopen twee weken, op een schaal van 1 (onopvallend) tot 5 (zeer opvallend). De bovenste tijdreeks in figuur 7.2 geeft het verloop hiervan voor de lijsttrekkers van de vijf partijen die na de verkiezingen de grootste bleken te zijn geworden. Bij Geert Wilders is overigens ook de performance van Olaf Stuger en Marco Pastors meegenomen, omdat ze geen van allen heel erg vaak opvielen. Vervolgens is gevraagd of lijsttrekkers die opvielen een negatieve, of juist positieve indruk maakten. Het laatste is uitgedrukt in een score die varieert van -1 (opgevallen in zeer negatieve zin) tot +1 (opgevallen in zeer positieve zin). Vervolgens zijn die scores nog vermenigvuldigd met de ‘mate van opvallendheid’ om een totaalscore te krijgen voor de *mediaperformance* van lijsttrekkers en partijen. De onderste tijdreeks in figuur 7.1 geeft her verloop gedurende de campagne van de mediaperformance voor de lijsttrekkers van de vier grote partijen aan.

De bovenste helft van figuur 7.2, waarin Balkenende en Bos als een Siamese tweeling alle anderen voorblijven, maakt duidelijk dat Balkenende en Bos qua opvallendheid het nieuws domineerden. Kennelijk speelden ze daarbij elkaar steeds weer de bal toe. Dat spoort met de hoeveelheid aandacht in het nieuws voor die twee politici zoals gerapporteerd in hoofdstuk drie. Zelfs als gelet wordt op de beoordeling van hun mediaoptreden, dan trekken beide politici tamelijk gelijk op. Bos passeert Balkenende qua ‘mediaper-



Figuur 7.2 a: Mediaperformance van lijsttrekkers: opvallendheid en waardering



Figuur 7.2 b: Mediaperformance van lijsttrekkers: opvallendheid en waardering

Gemiddelde N per golf = 816; voor precies informatie per golf zij verwezen naar hoofdstuk 1. Er is voor deze analyses gewogen naar gerapporteerd stemgedrag 2003

formance' als de kiezers terugblikken op Prinsjesdag en het rapport over de Schipholbrand, op de periode van 15 september tot 1 oktober. Maar Balkenende haalt Bos weer in als kiezers terugblikken op de windstille periode van 1 oktober tot 15 oktober waarin het groot nieuws wordt dat het CDA de PvdA in de peilingen voorbijstreeft. De eerste lijsttrekkersdebatten op radio en televisie in de daarop volgende twee weken veranderen daar weinig aan, evenmin als de harde aanvallen van het CDA op de inconsistenties van Bos. Pas in de laatste periode – waarin Bos met Marijnissen op koffiev-site gaat bij Halsema – gaat het echter mis voor Wouter Bos. Zijn 'mediaperformance' wordt dan in de ogen van de gemiddelde kiezer negatief. Balkenende blijft aan de positieve kant van de score. Dit patroon klopt overigens met de veronderstelling uit het eerste hoofdstuk – die in het volgende hoofdstuk expliciet getoetst zal worden – dat de achterban van een politieke partij kritiek van oude partijpolitieke tegenstanders afwimpelt, en juist gaat twijfelen bij steun van concurrenten of bij heibel in eigen gelederen, evenals bij gebrek aan succes.

In november komen Marijnissen en Rutte qua opvallendheid dichterbij Bos en Balkenende. De wijze waarop verschilt echter volgens de kiezers sterk. Terwijl de performance van Marijnissen positief wordt geëvalueerd, geldt dat voor Rutte bepaald niet. De lijsttrekker van de VVD qua performance steeds verder weg. Wilders is volgens de kiezers niet erg veel in het nieuws en als hij opvalt is dat bij de kiezers niet in erg positieve zin. In de laatste periode trekt het wat bij, maar het blijft negatief.

Nadere analyse van de mediaperformance van de partijen laat zien dat die in grote lijnen het patroon volgt van de lijsttrekkers. De 'performance' van de lijsttrekkers is steeds systematisch iets beter dan van de bijbehorende partijen. Bij Rutte en zeker bij Marijnissen is het verschil behoorlijk groot. Mark Rutte doet het volgens de kiezers minder negatief in de media dan zijn partij en Jan Marijnissen doet het volgens diezelfde kiezers nog een stuk beter dan zijn partij.

7.6 Conclusie

Voor het economische herstel zwaaien de kiezers al met al meer lof toe aan het CDA dan aan de VVD, die wel lof krijgt voor de gezonde overheidsfinanciën. Alleen voor de problemen in de gezondheidszorg en het onderwijs krijgt het CDA in september 2006 de schuld in de schoenen geschoven. De PvdA krijgt als oppositiepartij nog steeds de schuld van andere problemen, zoals uitkeringsfraude, maar ook lof voor de instandhouding van de sociale zekerheid.

Uit de onderwerpen waarmee de kiezers de partijen in verband brengen, en hun instemming met de partijstandpunten daarover, blijkt dat de SP en de PvdA in de ogen van de kiezers hetzelfde voorstaan. De kiezers zien ook grote overeenkomsten tussen het CDA en de VVD. In september denken ze dat wat de PVV wil, lijkt op wat de VVD wil. De meest opvallende politici gedurende de campagne volgens de kiezers zijn Balkenende en Bos. Pas in de laatste weken van de campagne daalt volgens de kiezers de mediaperformance van Bos. Marijnissen heeft verreweg de beste mediaperformance volgens de kiezer. Hij valt minder vaak op, maar compenseert dat ruimschoots doordat hij dan bijna altijd in positieve zin opvalt. Marijnissen en Rouvoet golden al in september 2006 al als de meest betrouwbare politici.

Effecten van campagnenieuws

Heeft het nieuws tijdens de campagne 2006 nu daadwerkelijk effect gehad op verschuivingen in de politieke voorkeuren? Kunnen we het ontstaan van een vijfstromenland ermee verklaren? Oefenden de nieuwsgolven een middelpuntvliedende kracht uit, waardoor partijen aan de linker- en de rechterflank van het politieke spectrum wonnen? Dat zijn logische vervolgvragen, nu uit het vorige hoofdstuk bekend is hoe opvattingen van kiezers zich ontwikkelden, en uit de daaraan voorafgaande hoofdstukken hoe het nieuws zich ontwikkelde. In het vorige hoofdstuk werd het vermoeden geopperd dat indrukken van kiezers spoorden met de inhoud van het nieuws. In dit hoofdstuk komt de vraag aan de orde of tussen het nieuws dat een kiezer volgt en de politieke voorkeur die hij of zij ontwikkelt inderdaad een *oorzakelijk*, causaal verband bestaat.

8.1 Nieuws doet ertoe: gegevens en methoden

Een oorzakelijk verband wordt aannemelijk geacht als de *verandering of juist de stabiliteit* van de stemvoorkeur van een individuele kiezer in een korte periode – bijvoorbeeld van één of twee weken – correspondeert met recent nieuws over issues, steun en kritiek, en succes en falen uit de media waaraan die kiezer zijn of haar nieuws ontleent. Hoe de stemvoorkeur van een kiezer verandert, wordt niet gerelateerd aan ‘het’ nieuws, maar aan het nieuws uit de televisienieuwsbulletins en dagbladen waaraan die kiezer persoonlijk het nieuws ontleent.

Als in een *korte periode* bij *afzonderlijke kiezers* een samen-

hang tussen het nieuws dat ze zagen of lazen en de *verandering* in de stemvoorkeur geconstateerd kan worden, dan wordt het aannemelijk dat van een oorzakelijk verband sprake is. Immers, het is onaannemelijk dat zo’n samenhang toevallig is. Het is best aannemelijk dat journalisten zich laten meevoeren door de stemming op straat, maar het is onaannemelijk dat ze in een zo korte periode de veranderingen in de voorkeur bij hun afzonderlijke lezers en kijkers volgen. Tenslotte is het best aannemelijk dat journalisten zich op sleeptouw laten nemen door de Haagse hectiek, waar ze tenslotte met z’n allen met de neus bovenop zitten, maar onaannemelijk dat ook de bevolking zich, onafhankelijk van de mediaberichtgeving erover, zich van week tot week in precies dezelfde richting zou kunnen laten meeslepen. Anders dan de Haagse journalisten brengen immers de kiezers hun dagen niet door met het achtervolgen van politici. In dit onderzoek wordt de oorzakelijke richting dus gelegd *van* het nieuws dat door individuele kiezers wordt gevolgd *naar* stemvoorkeuren van kiezers.

Alternatieve verklaringen: voorkeuren vooraf, mediaperformance en stemwijzers

Het is dus onwaarschijnlijk dat het nieuws op de korte termijn zelf wordt beïnvloed door de voorkeuren van kiezers. Het is wel denkbaar dat kiezers vanuit een specifiek referentiekader naar het nieuws kijken, waardoor een gekleurd beeld – in jargon: *selectieve perceptie* – ontstaat van wat het nieuws eigenlijk was. We veronderstellen dat de subjectieve mediaperformance van partijen gekleurd wordt door voorkeuren die kiezers al hadden. Voorkeuren vooraf kunnen zorgen voor een schijnverband tussen de mediaperformance van partijen en hun stemvoorkeur. Immers, kiezers zeggen te willen stemmen op een partij die op hen sterk overkwam in het nieuws van de afgelopen weken, maar die partij kwam sterk op hen over omdat ze het van tevoren al eens waren met die partij. Het is goed mogelijk dat slapende opvattingen bij de aarzelende kiezer in de loop van de campagne weer geacti-

veerd worden, waardoor partijen waarmee men zich altijd al in een zeker opzicht verwant voelde een goede indruk gaan maken.

Met welke 'oude' opvattingen van kiezers moet nu rekening worden gehouden om te begrijpen wat hun in positieve of juist negatieve zin gaat opvallen in het laatste nieuws, en welke partij dan vervolgens de voorkeur krijgt? Oude opvattingen van kiezers waarvan wij aannemen dat ze invloed kunnen hebben op de selectieve waarneming van de mediaperformance van partijen, en die ook zullen doorklinken in de stemvoorkeur, kwamen al in het vorige hoofdstuk ter sprake. Behalve om de stemvoorkeur van twee weken geleden, en om het vertrouwen in lijsttrekkers, gaat het om de lof die partijen toekomt en de blaam die hen treft voor hun beleid van de afgelopen jaren en om de inhoudelijke overeenstemming met partijstandpunten. Deze vier overwegingen sluiten aan bij vier van de zes overwegingen die Rosema (2004) behandelt (*voting habits, candidate evaluations, government evaluations* en *candidate evaluations*), maar een verschil met de benadering van Rosema is dat hier veronderstelt wordt dat boven op deze min of meer stabiele opvatting ook nieuwsindrukken de uiteindelijke stemvoorkeur bepalen.

In de campagne van 2006 is internet weer verder doorgedrongen dan in vorige campagnes. Als kiezers verhoudingsgewijs steeds minder informatie ontleen aan dagbladen en aan de televisie, dan zal hun invloed verminderen, maar zover is het nu nog niet. Dat neemt niet weg dat meer kiezers dan ooit tevoren internetadviezen inwonen van de Stemwijzer, en ook van het nieuwe Kieskompas. In hoofdstuk twee werd aannemelijk gemaakt dat die internetadviezen niet neutraal waren. Dat maakt de vraag of de hulpmiddelen daadwerkelijk effect hebben op de verandering in voorkeur interessant. Ook dat is derhalve onderzocht.

Hypothesen over het effect van specifieke nieuwsaspecten

We veronderstellen dat aspecten van de nieuwsstroom waar een respondent gedurende een bepaalde periode mee gecon-

fronteerd wordt effect hebben op veranderingen in de stemvoorkeur aan het eind van die periode. Kiezers baseren hun voorkeur niet rechtstreeks op het nieuws, maar op het beeld van partijen dat zij aan het nieuws ontleen. Dat beeld werd in het vorige hoofdstuk aangeduid als de mediaperformance van een partij. Het gaat om een combinatie van de opvallendheid van een partij voor een lezer of kijker in combinatie met de indruk van die lezer of kijker dat het nieuws gunstig of juist ongunstig is voor die partij of lijsttrekker. De gedachte is dat alleen door toedoen van opvallende kwesties een partij positief of negatief voor het voetlicht kan komen. Onbekend maakt onbemind, maar ook onbesmet.

De hoofdlijn van het model uit figuur 8.1 is daarom dat nieuwsaspecten de mediaperformance van een partij beïnvloeden, die weer de verandering in de stemvoorkeur beïnvloedt. Dat het gaat om het verklaren van de *verandering* van de stemvoorkeur, komt in figuur 8.1 tot uiting doordat de huidige stemvoorkeur primair afhankelijk gesteld wordt van de stemvoorkeur van twee weken eerder. Van de huidige stemvoorkeur wordt als het ware dat gedeelte 'afgetrokken' dat voortvloeit uit de eerdere stemvoorkeur. In statistisch jargon: het gaat om een autoregressiemodel.

De nieuwsaspecten die van invloed geacht worden werden besproken in de hoofdstukken vier en vijf. Het gaat om het nieuws over *hoe het gaat* en *hoe het moet*, om conflict georiënteerd nieuws (nieuws over *steun en kritiek* voor politieke partijen) en om 'horse race'-nieuws (nieuws over *succes en falen* van politieke partijen). In hoofdstuk twee werden al de theorieën genoemd die verklaren op welke wijze dit nieuws van invloed kan zijn op de stemvoorkeur. Tot besluit van deze paragraaf vatten we de gedachtegang nog even kort samen.

Nieuws over *gunstige dan wel ongunstige ontwikkelingen*¹ speelt een belangrijke rol. Afhankelijk van de vraag of het volgens het nieuws goed of slecht gaat met de economie, het milieu of het onderwijs, worden regeringspartijen of juist oppositiepartijen gemakkelijk populair. Uit hoofdstuk 4.1 kwam naar voren dat er veel positief nieuws was over feitelijke ontwikkelingen

Ook nieuws over *eigen* thema's, dat wil zeggen, thema's ten aanzien waarvan een partij een stevige reputatie opgebouwd heeft, doet het goed bij de kiezers. We veronderstellen dat een partij die erin slaagt om eigen onderwerpen² op de agenda te krijgen, kiezers zal aantrekken. Uit hoofdstuk 4.2 bleek dat vooral het CDA goed scoorde op dit punt. De VVD verbleekte daarbij. De SP en de PvdA zaten in elkaars vaarwater bij thema's zoals de gezondheidszorg en de sociale zekerheid. Overigens kan alles overdreven worden. Zeuren en drammen werkt averechts. Het werkt beter als buitenstaanders of tegenstanders de eigen thema's in het nieuws naar voren brengen.

Nieuws over steun en kritiek werd in hoofdstuk vijf besproken. Nieuws over kritiek voor een partij lijkt altijd nadelig, steun altijd voordelig. Immers: 'Waar rook is, is vuur.' Als het gaat om herhaaldelijke steun of kritiek van betrouwbare bronnen dan kan verwacht worden dat kiezers die bronnen zullen volgen in hun oordeel. Bij de kritiek van concurrerende politieke partijen ligt dat echter toch anders. Kiezers zien weer waar de eigen partij voor stond, doordat ze het oneens zijn met politieke concurrenten. Steun van concurrerende partijen kan om dezelfde reden averechts werken. Kiezers zullen gemakkelijk overlopen als een andere partij kennelijk hetzelfde wil als de eigen partij.³

Nieuws over succes en falen kwam eveneens in hoofdstuk vijf aan de orde. Succes genereert succes. Succes leidt veel vaker tot een zichzelf versterkend bandwagon-effect dan tot een underdog-effect. Zodra men denkt dat een partij faalt, en 'het' niet goed met een partij, is er vaak geen redding meer aan.⁴

Koppeling aan gegevens over de publieke opinie

Omdat aan de deelnemers aan het onderzoek steeds gevraagd is welke dagbladen en welke televisienieuwsbulletins in de afgelopen gevolgd werden, is het mogelijk na te gaan of iemand beïnvloed is door het nieuws dat men persoonlijk gevolgd heeft. De uitkomsten van de media-analyse worden dus op individueel niveau gekoppeld aan de deelnemers van

het panelsurveyonderzoek, zodat kan worden vastgesteld met welke nieuwsstroom een respondent in een bepaalde periode is geconfronteerd. Als een respondent meerdere media 'consumeert' zijn deze gecombineerd tot een gemiddelde. De uiteindelijke analyses zijn gebaseerd op respectievelijk 329, 546, 576, 556 en 612 respondenten uit de tweede tot en met de laatste meting die zowel aan een vervolgronde van het onderzoek als aan de eraan voorafgaande ronde deelnamen, die geregeld gebruikmaakten van één of meer van de door ons onderzochte media, en waarover alle achtergrondgegevens beschikbaar waren die voor de analyse benodigd waren.

Aan de deelnemers zijn onder andere vragen gesteld om hun feitelijke politieke achtergrondkennis vast te kunnen stellen. Politieke achtergrondkennis ('political awareness') speelt een belangrijke rol in de theorie over politieke communicatie (Zaller, 1992). Wie over heel weinig achtergrondkennis beschikt, heeft een gebrekkige antenne voor politiek nieuws. Ingewikkelde nieuwsaspecten gaan aan hen voorbij. Maar ze reageren wel heftig op wat wel begrijpelijk is, omdat ze niet beschikken over achtergrondkennis om het aangeboden te relativieren. Wie beschikt over veel politieke achtergrondkennis laat zich vaak weinig gezeggen, omdat men, terecht of onterecht, meent de aangeboden informatie al lang verdisconteerd te hebben. In dit hoofdstuk zal worden nagegaan of kiezers met weinig politieke kennis inderdaad anders reageren op het nieuws dan kiezers met veel politieke kennis. Politieke kennis is gemeten door aan de respondenten vier foto's voor te leggen van politici, namelijk van Aart Jan de Geus, Frans Weisglas, Rita Verdonk en Agnes Kant, en vervolgens te vragen naar naam, partij en functie. Dat laatste is gedaan door het voorleggen van meerkeuzeantwoorden. Politieke kennis is vervolgens geoperationaliseerd als het totaal aantal goede antwoorden. Op basis van die variabele zijn de respondenten ingedeeld in twee zo gelijk mogelijke groepen (47% weinig kennis en 53% veel kennis).

Statistische analyses

De hierboven geschetste gedachtegang vraagt om een analyse van grote hoeveelheden gegevens, want in het onderzoek figuren acht media, vijf perioden van twee weken, acht partijen, en nog veel meer kijkers en lezers. Van elke lezer en kijker moet per periode worden nagegaan wat de kernbeweringen over issues, steun en kritiek en succes en falen waren uit het nieuws dat men persoonlijk volgde. In de hoofdstukken drie tot en met zes werd een algeheel overzicht gegeven van *al het nieuws* dat in de onderzochte media verscheen, maar om de analyse uit te voeren die in dit hoofdstuk vereist wordt moet voor elke kijker en lezer voor elke periode van twee weken een informatiepakket van kernbeweringen samengesteld worden waardoor men mogelijk beïnvloed zou kunnen zijn.

De meeste deelnemers aan het onderzoek hebben waarschijnlijk veel berichten overgeslagen die ze in hun dagblad hadden kunnen lezen, en zullen tijdens de uitzending van sommige afleveringen van het televisienieuws dat ze volgden een andere hoofdactiviteit gehad hebben. Lezers en kijkers reageren niet allemaal op dezelfde manier op het politieke nieuws, zelfs niet als ze dezelfde voorkennis en dezelfde politieke achtergrond hebben. Sommigen reageren heftig, anderen reageren helemaal niet, en weer anderen reageren diametraal anders dan men zou verwachten. De vraag bij onderzoek naar nieuwseffecten is echter niet alleen of iemands persoonlijke voorkeur te voorspellen valt, maar tevens of voorspeld kan worden in welke richting politieke voorkeuren *gemiddeld* opschuiven door toedoen van het nieuws. Met andere woorden, misschien kan niet voorspeld worden of Piet op de SP gaat stemmen, maar wel of de SP gaat winnen onder de kiezers die ongeveer hetzelfde nieuws volgen als Piet en die er ongeveer dezelfde denkbeelden op na houden als Piet. Een vraag is ook, of de uitkomsten van data-analyses uitgaande van de steekproef van deelnemers aan het onderzoek generaliseerd mogen worden voor andere Nederlanders.

Om deze redenen is het nodig gebruik te maken van statistische analysetechnieken om door de bomen het bos te blij-

ven zien. De statistische analysetechnieken die in dit hoofdstuk worden gebruikt zijn varianten op zogenaamde ‘regressieanalyses’. Met regressieanalyse kan worden nagegaan in hoeverre veranderingen in de stemvoorkeur teruggevoerd kunnen worden op nieuwsaspecten. Het feit dat de voorkeur van een individuele kiezer tamelijk onvoorspelbaar is, betekent dat we – in het jargon van de regressieanalyse – verwachten dat de gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten en de verklaarde variantie laag zullen zijn. Toch kunnen ook dan de ongestandaardiseerde regressiecoëfficiënten nog wel zo groot zijn dat zij *gemiddeld* substantiële verschuivingen in politieke voorkeuren impliceren.

Omdat het theoretische model twee afhankelijke variabelen telt die elkaar beïnvloeden – de mediaperformance en de *stemvoorkeur* – is gebruikgemaakt van AMOS, een computerprogramma voor de oplossing van een stelsel van simultane multivariate vergelijkingen (*SEM, simultaneous equation modeling*).⁵

De resultaten van de statistische analyses zullen hier worden besproken zonder op de kracht ervan nauwkeurig in te kunnen gaan. Vast staat wel, dat door de aard van de steekproeftrekking van kiezers en partijen niet voldaan is aan alle voorwaarden om uitgaande van toetsen op statistische significantie eenvoudig te kunnen generaliseren. Een slag om de arm moet bijvoorbeeld zijn dat de onderzoeksresultaten strikt genomen slechts te generaliseren zijn naar Nederlanders die voldoende thuis zijn op internet om deel te kunnen nemen aan een internetpanel. Wie voldoende thuis is op internet om er antwoord te geven op gestelde vragen, zal misschien ook gemakkelijker dan anderen van een internetstemwijzer gebruikmaken, en misschien ook iets gemakkelijker dan anderen een antwoord klaar hebben op allerlei vragen in het alledaagse leven. Zo beredeneerd is het waarschijnlijk dat Nederlanders die in het internetpanel ondervertegenwoordigd zijn nog het meeste lijken op de deelnemers aan het onderzoek met *weinig politieke kennis*, op deelnemers die niet één-twee-drie weten bij welke partij een minister ook alweer hoort, enzovoorts.

Of een nieuwseffect optreedt op de politieke voorkeur voor een partij kan in beginsel bij elke willekeurige kiezer, in elke willekeurige periode, voor elke willekeurige partij worden vastgesteld. Als analyse-eenheden gelden daarom alle mogelijke combinaties van grotere partijen, tweewekelijkse periodes en mediaconsumerende respondenten waarvoor onderzoeksgegevens beschikbaar zijn. De analyse is gebaseerd op acht verschillende partijen: CDA, PvdA, SP, VVD, PVV, GroenLinks, CU en D66. Van de partijen uit de Tweede Kamer na 22 november blijven alleen de SGP en de Partij voor de Dieren buiten beschouwing, vanwege het te geringe aantal aanhangers in de steekproef. Alleen respondenten die aan twee opeenvolgende golven van het opinieonderzoek deelnamen zijn in de analyse betrokken. Respondenten die het nieuws niet via een landelijk dagblad volgden maar ook niet via het televisienieuws volgen blijven buiten beschouwing.

8.2 Schatting van nieuwseffecten

In tabel 8.1 wordt weergegeven wat de geschatte effecten van de verschillende soorten beweringen uit het nieuws zijn. In het bovenste gedeelte van de tabel staan de geschatte invloeden ervan op de gepercipieerde mediaperformance van een partij weergegeven, in het onderste gedeelte de invloeden op de uiteindelijke stemvoorkeur.

In de eerste kolom wordt een schatting van de gemiddelde invloed op alle kiezers weergegeven. Uit de laatste twee kolommen van tabel 8.1 blijkt hoe verschillend kiezers met een lage politieke kennis en kiezers met een hoge politieke kennis reageren op het nieuws.

In de onderste rijen van de tabel worden statistische maatstaven weergegeven die uitdrukken dat beide modellen, zowel het model van alle respondenten als het model waarin wordt verondersteld dat de twee groepen op hun eigen wijze reageren, uitstekend passen bij de data. Het startmodel met deze twee groepen, waarin verondersteld werd dat ze precies eender reageren, past niet bij de data.

Tabel 8.1: Schatting van de nieuwseffecten uit het theoretische model (gestandaardiseerde coëfficiënten)*

	Effecten bij verschillende groepen		
		weinig politieke kennis	veel politieke kennis
Mediaperformance van een partij (eind periode)			
Nieuws over:			
- 'Gunstige' ontwikkelingen in Nederland	NS	0,02	NS
- Aandacht voor eigen onderwerpen partij	NS	0,02	NS
- Kritiek van andere partijen	0,05	0,08	0,03
- Maatschappelijke en media steun	-0,02	NS	-0,03
- Succes (versus falen)	0,07	0,08	0,06
Internetadviezen:			
- Advies Stemwijzer	0,04	0,04	0,04
- Advies Kieskompas	0,03	0,04	0,03
Persoonlijke achtergrond			
- Stemvoorkeur begin van de periode	0,13	0,15	0,11
- Lof over het verleden	0,13	0,11	0,15
- Eens zijn met de partij over onderwerpen	0,20	0,14	0,23
- Vertrouwen in lijsttrekker ("Weten wat er leeft")	0,35	0,34	0,36
verklaarde variantie	40%	34%	44%
Stemvoorkeur (eind periode)			
Nieuwsindrukken:			
- Mediaperformance van een partij	0,09	0,13	0,07
Nieuws over:			
- Succes	0,01	0,02	NS
Internetadviezen:			
- Advies van de Stemwijzer	0,02	0,03	NS
Persoonlijke achtergrond			
- Stemvoorkeur begin van de periode	0,75	0,69	0,80
- Eens zijn met de partij over onderwerpen	0,03	0,03	0,04
- Lof over het verleden	0,03	0,03	0,02
verklaarde variantie	67%	60%	73%
	c2 = 3,426 (df=8; p=,905)	c2 =15,782 (df=14; p=,539);	
Indicatoren voor passendheid model	RMSEA =0,000; CFI=1,000	RMSEA =0,000; CFI=1,000	

* Factoren waarvan de effecten nergens significant zijn, zijn weggelaten uit de tabel.

Nieuwseffecten

De belangrijkste conclusie is dat nieuws ertoe doet. De nieuwseffecten komen steeds nog boven op de relatief sterke effecten van de stemvoorkeur van twee weken geleden en van min of meer stabiele politieke opvattingen. Voor de meeste nieuwseffecten geldt dat hun invloed begrepen kan worden

door te veronderstellen dat ze vooreerst de waargenomen mediaperformance van een partij beïnvloeden. Maar deze veronderstelling blijkt voor nieuws over succes en falen onhoudbaar. Om een passend model te verkrijgen, moet worden aangenomen dat succesnieuws tevens rechtstreeks, dus min of meer onbewust, nog een andere invloed uitoefent op de stemvoorkeur dan die waarvan we ons 1-2-3 bewust zijn. Er zijn invloeden van het nieuws op de stemvoorkeur, die niet tot uiting komen bij de vragen welke partijen opvallend worden geacht, en of ze in gunstige of ongunstige zin opgevallen zijn.

Op de korte termijn van twee weken maakt het voor kiezers met weinig politieke kennis wel en voor kiezers met veel politieke kennis niet uit of nog eens geweest wordt op – de in 2006 gunstige – *feitelijke ontwikkelingen*. In 2002 reageerden kiezers met veel politieke kennis juist heftig op het nieuws dat het paarse beleid toch puinhopen had achtergelaten. Aanvullende analyses – die hier niet gerapporteerd worden – laten zien dat als verder teruggekeken wordt in de tijd het nieuws over feitelijke ontwikkelingen ook bij hoger opgeleiden wel een zekere invloed gehad heeft. Na Prinsjesdag blijken zij de gunstige informatie al volledig verdisconteerd te hebben in hun stemvoorkeur van twee weken geleden, of in de lof die ze rond Prinsjesdag al aan de verschillende partijen toezwaaiden.

Nieuws over eigen onderwerpen, dat wil zeggen onderwerpen waarmee een partij wordt geassocieerd, heeft ook in deze campagne weer gewerkt. Het is daarom veelzeggend dat het CDA het issuenieuws kon domineren, en dat in de laatste maand voor de verkiezingen het immigratiethema weer naar voren kwam. In hoofdstuk 7 is naar voren gebracht dat kiezers de standpunten van de PvdA en de SP, die van het CDA en de VVD, en die van de VVD en de PVV erg op elkaar vonden lijken. Kortom, meestal profiteerde meer dan één partij van het inhoudelijke nieuws. Evenals bij het nieuws over feitelijke ontwikkelingen blijkt dat kiezers met veel politieke kennis niet reageren op het laatste nieuws rond de eigen onderwerpen van partijen, omdat zij deze informatie al verdisconteerd hadden in hun partijvoorkeur van twee weken geleden, of

rond Prinsjesdag al verdisconteerd hadden in hun instemming met de partijstandpunten. Voor politieke partijen tekent dit het dilemma dat het herhalen van bekende standpunten op de goed geïnformeerde kiezers de indruk kan wekken dat de campagne toch inhoudsloos wordt.

Kritiek van andere partijen heeft op de stemvoorkeur het verwachte boemerangeffect; dat effect is ook relatief sterk. Niet de kritiek van het CDA op de PvdA van de eerste weken van november veroorzaakte het verlies van de PvdA, maar de gelijktijdige nieuwsstorm over het falen van de PvdA, en de verzwakking van het profiel van de PvdA op eigen issues. Door de forse kritiek van de PvdA op het CDA werd niet de VVD, maar het CDA de duidelijke aanvoerder van het ‘andere’ kamp.

Eén verondersteld effect bleek tegengesteld aan de verwachting en wel het effect van *kritiek vanuit de maatschappij en vanuit de media* zelf. Kiezers met weinig kennis reageren er helemaal niet op, en kiezers met veel politiek kennis reageren averechts. Kiezers schrikken er niet meer van als een minister of een partijleider het aan steun ontbeert en kritiek krijgt. Het versterkt het politieke profiel – mits natuurlijk wel adequaat gereageerd wordt als men zelf in kader van de hooren wederhoor de microfoon voorgehouden krijgt. Blijkbaar zijn kiezers zo gewend geraakt aan negatief nieuws met een kritische toon, dat ze kritiek op een partij niet opvat als bewijs dat die partij het verkeerd gedaan heeft, maar eerder als bewijs dat die partij nog steeds vitaal is. Kennelijk beseffen kiezers dat journalisten ook maar mensen met zo hun eigen meningen zijn en willen ze zich geen expliciete meningen laten opdringen. Dat laatste gegeven maakt het voor politici overigens wel weer erg verleidelijk om in de voetsporen van Pim Fortuyn door *media bashing* kritiek van de media uit te lokken teneinde zich te profileren.

Uit de resultaten blijkt dat succes de belangrijke nieuwsfactor is op weg naar nog meer succes (de gestandaardiseerde regressiecoëfficiënt bedraagt 0,07 en daarnaast is er ook nog een direct effect op verandering in stemvoorkeur). In 2002 en 2003 bleken succesverhalen in de media tijdens de campagne voor een partij ook al cruciaal zijn. Als er duidelijk in

de media duidelijke winnaars en verliezers worden aangewezen is dit zogenaamde ‘bandwagon’-effect vaak erg sterk. Kiezers zijn zich van het effect van dit succesnieuws kennelijk niet erg bewust. Ruim 20 procent van de kiezers denkt echter wel een beetje beïnvloed te zijn door de peilingen; bij de kiezers die op het laatste moment de knoop doorhakken loopt dat zelfs op tot zo’n 40 procent (Van Holsteijn & Den Ridder, 2005, p. 30-35).

Middellangetermijne invloeden op de mediaperformance en de stemvoorkeur

De effecten van nieuws komen boven op de invloed van iemands stemvoorkeur van twee weken geleden. Kiezers die de voorkeur geven aan een andere partij dan twee weken geleden, komen meestal uit bij een partij waaraan ze lof toezwaaien voor prestaties uit het verleden, of bij een partij waar ze het inhoudelijk ook mee eens zijn. Vertrouwen in politici speelt hierbij geen rechtstreekse rol. Daarmee wordt bevestigd dat wisselaars niet zomaar kiezen voor een partij, maar uitwijken naar een partij die het in hun ogen (ook) goed gedaan heeft en waarmee ze het (ook) ongeveer eens zijn (Van Holsteijn & Den Ridder, 2005, p. 177-183). Ze zweven niet weg, ze zwerven rond (Adriaansen, van der Brug & Van Spanje, 2005). Juist omdat zwerfende kiezers terugvallen op hun oude opvattingen, komen ze soms uit bij nieuwe partijen, zoals in 2002 bij de LPF (Bélanger & Aarts, 2006). Het is een wijd verbreid, bijna onuitroeibaar, misverstand dat de opkomst van een partij verklaard kan worden met een beroep op het vertrouwenwekkende, mediagenieke *charisma* van een partijleider, waarin kiezers een mystiek vertrouwen stellen (Van der Brug & Mughan, 2007). Vertrouwen doet er ook blijkens dit onderzoek slechts indirect toe.

Of een partij in positieve of negatieve zin opvalt blijkt door dezelfde factoren beïnvloed te worden. Een partij valt eerder in positieve zin op als men twee weken geleden op die partij wilde stemmen, als men die partij lof toezwaait voor wat er in de afgelopen jaren bereikt is, en als men instemt met de

standpunten van die partij. Vertrouwen in politici speelt hierbij wel een rol.

Een gedeelte van het verband tussen de waargenomen mediaperformance van een partij en de stemvoorkeur ontstaat dus doordat beide door dezelfde factoren beïnvloed worden. Voor een ander deel blijkt de invloed van de waargenomen mediaperformance op de stemvoorkeur echt echter authentiek.

Bij respondenten met veel politieke kennis is de stemvoorkeur tamelijk stabiel; die denken alles al te weten. Het effect van de stemvoorkeur van de vorige periode is bij hen namelijk groot (0,80 tegenover 0,69 bij de kiezers met weinig politieke kennis). Ook opvallend is het tegenovergestelde patroon van effecten van de subjectieve ‘mediaperformance’ van partijen op de stemvoorkeur. Bij degenen met een hoge kennis werkt de mediaperformance minder sterk door dan bij degenen met een lage politieke kennis. Politieke kennis leidt er klaarblijkelijk toe dat men voorkeuren minder baseert op indrukken uit het laatste nieuws. Het grotere effect bij respondenten met weinig politieke kennis (0,13) betekent dat zij minder weerstand kunnen bieden aan de indrukken die het nieuws achterlaat. Bij de respondenten met veel politieke kennis is het effect een stuk lager (0,07). De mediaperformance kan echter wel beter worden verklaard met behulp van de nieuwsaspecten bij de respondenten met veel politieke kennis. Bij kijkers met *veel* politieke kennis kan 44% van de variatie verklaard worden en bij veel kijkers met *weinig* politieke kennis 34%. De conclusie moet derhalve zijn dat bij kiezers met weinig politieke kennis vaker ‘toevallige’ nieuwsindrukken een rol spelen. Deze indrukken hebben vervolgens wel weer een sterker effect op de uiteindelijke stemvoorkeur dan bij de kiezers met veel politieke kennis.

Stemwijzers

Boven op de nieuwseffecten en de effecten van min of meer stabiele factoren gedurende de verkiezingscampagne komen nog relatief sterke effecten van de van de Stemwijzer en Kies-

kompass verkregen adviezen. De hulpmiddelen zorgen ook voor een selectieve waarneming van de mediaperformance. Als men het advies krijgt een bepaalde partij te stemmen, dan gaat men in de erop volgende weken die partij eerder een opvallende partij vinden die het goed doet in het nieuws. Directe effecten op verandering van stemvoorkeur zijn alleen significant bij de Stemwijzer op kiezers met weinig politieke kennis. Daarbij worden dus adviezen daadwerkelijk gevolgd.

Bij de Stemwijzer laat de uitsplitsing in twee groepen zien dat alleen wie over weinig politieke voorkennis beschikt het gegeven advies rechtstreeks opvolgt. Voor alle kiezers geldt dat als men het advies gekregen heeft op een partij te stemmen, men beter op die partij gaat letten, en dat die partij dan ook een betere indruk achterlaat.

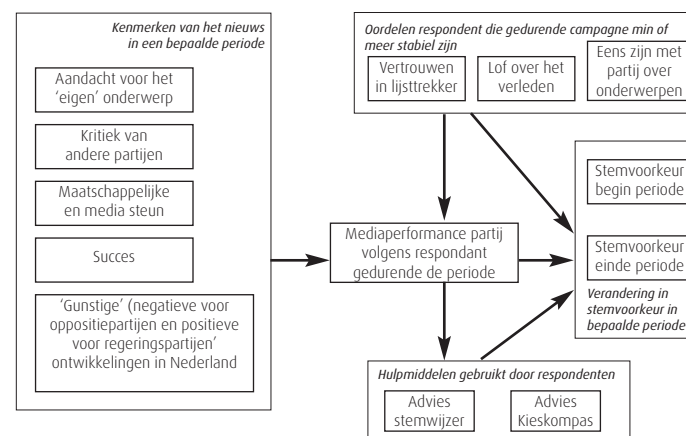
8.3 Consequenties van nieuwseffecten

In tabel 8.1 zien we dat in het totaal 67% van de stemvoorkeur op een bepaald tijdstip kan worden verklaard door de variabelen uit het model. Het grootste gedeelte komt echter op rekening van de stemvoorkeur in de periode ervoor, van de instemming met de standpunten van een partij en de lof die men een partij toezwaait. Hooguit 10 procent van de variatie hangt op de een of andere manier samen met door ons onderscheiden aspecten van het nieuws. Die effecten zien we vooral bij kiezers met minder politieke kennis. De totale verklaarde variatie is daar minder (60% van de variatie in stemvoorkeur wordt verklaard), maar de nieuwseffecten zijn groter.

De gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten die in tabel 8.1 worden vermeld zijn echter klein. Dit duidt erop, dat het model volstrekt ontoereikend is om op individueel niveau te voorspellen wie zich wel en wie zich net niet door het nieuws laat meesleuren. Dat is op zichzelf niet zo verwonderlijk. Immers, het goed kunnen voorspellen dat de SP gaat winnen brengt niet automatisch met zich mee dat ook voorspeld kan worden dat burger Piet op de SP gaat stemmen. Om zichtbaar te maken wat de aantoonbare gevolgen van het nieuws vanaf eind februari zijn geweest voor de einduitslag van de verkie-

zingen in mei wordt in figuur 1.2 een nabootsing, een simulatie, van nieuwseffecten gepresenteerd, uitgaande van het model voor de groep met weinig politieke kennis. Een simulatie met de totale groep laat vergelijkbare patronen zien, alleen minder geprononceerd

Het uitgangspunt wordt gevormd door vijf denkbeeldige politieke partijen, die op 4 september 2006 (aan het begin van de onderzoeksperiode) aan een campagne beginnen met een aanhang van 0 procent en daarin geconfronteerd worden met het nieuws dat het CDA, de PvdA, SP, VVD en de PVV van Geert Wilders feitelijk over zich afriepen. Om ervoor te zorgen dat uitsluitend de effecten van nieuws tot uiting komen, worden alle andere variabelen, waaronder de vorige stemvoorkeur, en de opvattingen die men al langer had, op hun gemiddelde gesteld. De eerdere stemvoorkeur en de mediaperformance zijn in de simulatie alleen van belang, in zoverre ze afgaande op het getoetste model zelf weer de resultante zijn



Figuur 8.1: Modelsimulatie verkiezingswinst of -verlies louter uitgaande van het nieuws bij de respondenten met weinig politieke kennis

Leesvoorbeeld: Het nieuws over de SP draagt tot half oktober nauwelijks bij aan het dalen of stijgen van de voorkeur voor de SP. Vanaf half oktober werkt het nieuws echter zeer positief voor de SP. Vlak voor de verkiezingen is de kans op een SP stem door alleen het toedoen van het nieuws ruim 3%.

van het nieuws. Hoe groot de uiteindelijke impact van het nieuws dan is, kan worden berekend uitgaande van de ('ongestandaardiseerde' variant van de) invloedscoefficienten die behoren bij de nieuwsaspecten in het model uit tabel 8.1. De ontwikkelingslijnen geven weer hoe het nieuws de sterkte van de kans op steun voor die vijf partijen tot aan de verkiezingen van 22 november beïnvloedt.

De PvdA heeft in het begin van de onderzochte periode nog duidelijk te maken met een gunstig nieuwsklimaat. Eind september vlakt het wat af; vanaf half oktober zit het de PvdA bepaald niet meer mee in het nieuws. De positieve start had te maken met het feit dat er in het begin nog succesverhalen waren over de PvdA en dat ook de eigen onderwerpen op belangstelling van de media konden rekenen. De feitelijke ontwikkelingen waren voor de PvdA als oppositiepartij gedurende de hele periode tamelijk ongunstig. Het gure nieuwsklimaat in de tweede helft van de campagne had echter met name te maken met veel nieuws over het falen van de PvdA. Voor de SP was het nieuwsklimaat bijna bij voortduring gunstig. Behalve dat ook voor de SP de onderwerpen in het nieuws niet ongunstig waren heeft dat toch vooral te maken gehad met het bandwagon effect. Veel nieuws over de SP was er verhoudingsgewijs niet, maar wat er aan nieuws was, was positief en onderbouwde het verhaal van de SP als een 'successtory' en succesverhalen in het nieuws zijn gunstig.

Ook het CDA heeft eigenlijk gedurende de hele campagne een positieve pers gehad. De dip als gevolg van het welhaast gedwongen aftreden van minister Donner na het rapport over de Schipholbrand wordt snel hersteld. De nasleep van de Schipholbrand betekende toch dat het positieve nieuws rond Prinsjesdag even weer naar de achtergrond verdween. Als halverwege oktober het CDA de PvdA passeert in de peilingen, en de PvdA met scherpe aanvallen in de verdediging drukt, gaat het succesnieuws weer de overhand. De VVD kon zich ook na het aftreden van minister Dekker niet herstellen. Tot slot de ontwikkeling rond de PVV zijn ook uitermate interessant. De PVV, en meer in het algemeen de klein rechtse partijen, krijgen in het nieuws weinig aandacht, wat zich ver-

taalt in een tamelijk vlakke lijn. Het is echter wel een stijgende lijn, onder andere als gevolg van de sterke aandacht voor het thema asielzoekers en immigranten in de vijfde periode. Dat is een thema waar met name die partij sterk mee wordt geassocieerd. Waarschijnlijk was dat net het duwtje in de rug dat Wilders nodig had.

8.4 Consequenties van de opvolging van de adviezen van de Stemwijzer

In hoofdstuk twee zagen we dat de twee stemwijzers, de Stemwijzer en Kieskompas, verschillend oordeelden over de gelijkenissen tussen partijen. Bij de Stemwijzer waren de SP en de Klein Rechtse partijen in het voordeel, en de PvdA en de VVD in het nadeel. Bij Kieskompas was de VVD in het nadeel en waren de Klein Rechtse partijen in het voordeel. Uit paragraaf 8.2 weten we dat adviezen van de Stemwijzer ook werden opgevolgd, ook als allerlei andere factoren in de beschouwing betrokken worden die ook tot een verandering van de stemvoorkeur kunnen leiden. Om een indruk te krijgen van de omvang van het effect op macroniveau wordt in tabel 8.2 op een eenvoudige manier weergegeven wat de consequenties van het gebruik van de Stemwijzer op macroniveau ongeveer zijn. Omwille van de eenvoud laten we dan weer de andere factoren buiten beschouwing die de veranderingen kunnen verklaren.

In de eerste kolom van de tabel staat weergegeven hoeveel procent van de deelnemers uit de eerste golf van het onderzoek rond Prinsjesdag, die tevens gebruikmaakten van de Stemwijzer, bij Prinsjesdag voornemens was op een bepaalde partij te stemmen. Uit de eerste kolom blijkt al een beetje dat de stemwijzers selectief gebruikt worden: kiezers die op Prinsjesdag CDA wilden stemmen maakten er bijvoorbeeld verhoudingsgewijs weinig gebruik van. In de middelste kolom staat de verdeling van adviezen door de Stemwijzer weergegeven. De middelste en laatste kolom zijn gebaseerd op 449 respondenten aan de laatste golf die ook aan de Stemwijzer om advies vroegen. De middelste kolom geeft de ver-

deling van adviezen van de Stemwijzer weer, de laatste kolom de uiteindelijke verdeling van kiezersvoorkeuren. De vraag daarbij is dan of het verschil tussen de voorkeuren bij Prinsjesdag uit de eerste kolom en de voorkeuren op de verkiezingsdag uit de laatste kolom ontstaan kunnen zijn door de adviezen uit de middelste kolom.

Tabel 8.2 laat zien dat, vergeleken met de voorkeuren van de kiezers rond Prinsjesdag, de adviezen vaak in het voordeel uitvielen van het CDA en de PVV en in mindere mate van de SP, GroenLinks en D66. Rond de verkiezingen zien we dat inderdaad al deze partijen wonnen. De SP won meer dan verwacht, de PVV minder dan verwacht mocht worden op grond van de adviezen van de Stemwijzer. Zoals in hoofdstuk twee al aannemelijk gemaakt werd, vallen de adviezen van de Stemwijzer in het nadeel uit van de PvdA en de VVD. Ze blijken ook iets in het nadeel van de CU uit te vallen. Deze drie partijen verliezen inderdaad.

Boogers (2006) komt op grond van een eenmalige enquête onder 2836 gebruikers van de Stemwijzer tot vergelijkbare conclusies. Ook uit deze enquête blijkt dat de SP, het CDA en de PVV profiteerden van de Stemwijzer, vooral ten koste van de PvdA en de VVD.

Tabel 8.2: Percentageverdeling stemvoorkeuren bij gebruik stemwijzers voor en na het advies

	rond prinsjesdag	advies	rond verkiezingen
CDA	9	12	13
PvdA	17	13	17
VVD	16	3	12
SP	21	23	25
Groen Links	8	8	9
D66	4	5	4
CU	5	7	5
klein rechts	4	12	6
Overig	3	14	4
Weet niet	12	3	5
Niet stemmen	2		1

n=499

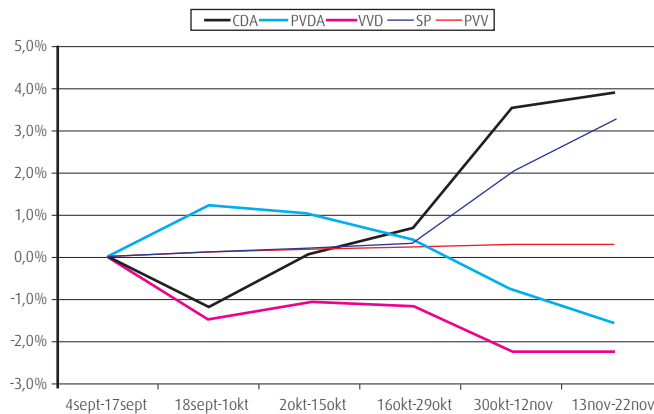
8.5 Conclusie

Elke verkiezingsuitslag, hoe verrassend ook, vloeit voort uit veranderingen in de politieke voorkeur van afzonderlijke kiezers. Of onder invloed van nieuws waarvan men persoonlijk kennis neemt iemands politieke voorkeur kan veranderen, vormde de vraag van dit hoofdstuk. Nieuws uit dagbladen en televisienieuwsbulletins blijkt inderdaad een belangrijke rol te spelen. Nieuws over feitelijke ontwikkelingen speelt een rol, zeker op de wat langere termijn. Als het nieuws aangeeft dat het goed gaat met het land, profiteren regeringspartijen. Partijen die met eigen issues in het nieuws komen, en partijen die zich kunnen profileren dankzij kritiek van concurrerende partijen mogen rekenen op bijval. Het belangrijkste is wel dat nieuws over successen een zichzelf versterkend effect blijkt te hebben. Succes schept politiek momentum; partijen die het ontbreekt aan succes kunnen in korte tijd diep zakken in de kiezersgunst.

Nieuwseffecten op de politieke voorkeur blijken zich voor een deel welhaast onbewust, rechtstreeks, te voltrekken, maar voor een ander deel zijn kiezers er terdege met hun volle verstand bij. Wie het nieuws volgt, blijkt terloops bij te houden welke partij een opvallende rol vervult, en zich een oordeel te vormen over de vraag of men positief of juist negatief staat tegenover zo'n opvallende partij. We spraken in dit verband van de subjectieve mediaperformance van een partij. Het nieuws beïnvloedt de subjectieve mediaperformance, die vervolgens iemands stemvoorkeur blijkt te beïnvloeden, hoewel zowel iemands huidige stemvoorkeur als de subjectieve mediaperformance, dus of een partij aan iemand opvalt in positieve of juist negatieve zin, deels blijken voort te vloeien uit het politieke gedachtegoed waarover iemand al beschikte. De meest duidelijke vertaling van dat gedachtegoed vormt iemands stemvoorkeur in het recente verleden, maar andere vertalingen zijn het vertrouwen in de lijsttrekkers van partijen, de instemming met de standpunten van politieke partijen, en de vraag aan wie men de schuld toedicht voor de problemen in het land, of juist de lof voor de oplossing ervan.

Het oude gedachtegoed bepaalt voor welk nieuws men gevoelig is, maar dat laat de invloed van nieuws op veranderende stemvoorkeuren onverlet. Vooral bij kiezers met weinig politieke kennis, wier politieke voorkeur minder sterk verankerd is in een doortimmerd politieke gedachtegoed, is de mediaperformance van groot belang.

Ook in onderzoek bij vorige verkiezingen konden vergelijkbare effecten worden aangetoond. In grote lijnen zien we hetzelfde patroon als in 2002 (Kleinnijenhuis, Oegema, De Ridder, Van Hoof & Vliegthart, 2003). Het lijkt erop dat van de onderscheiden soorten nieuws succesnieuws de belangrijkste geworden is. Het meeste van wat er in een campagne gebeurt lijkt zich in het nieuws samen te ballen in de vraag of een partij het wel of niet goed doet. Het verkiezingsjaar 2006 verschilt niet fundamenteel van vorige verkiezingsjaren doordat het nieuws heel anders werkte, maar doordat het nieuws een heel andere inhoud had. Hoe het nieuws van het najaar van 2006 zo samengesteld kon zijn, dat een vijfstromenland het gevolg was, passeert in het slot hoofdstuk nog eens de revue.



Figuur 8.2

Nog hogere golven, of de branding voorbij?

Voorjaar 2006 strijden Rita Verdonk en Mark Rutte om het lijsttrekkerschap van de vvd. De peilingen geven aan dat de vvd het cda voorbij stevent en opnieuw de tweede partij van het land wordt, ja wellicht zelfs de PvdA, de onbetwiste koploper in de peilingen na de glorieuze overwinning bij de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006, naar de kroon gaat steken. Nederland lijkt, net als in 1998, weer een paars tweestromenland te worden, met de PvdA en de vvd als grote winnaars, het cda als grote verliezer en klein links en klein rechts als onbeduidende factoren op de flanken.

Hoe anders is de werkelijkheid ruim een halfjaar later. PvdA en vvd hebben dik verloren bij de verkiezingen. Het cda heeft slechts licht verloren en is de grootste partij gebleven. Rechts van de vvd heeft de pvv negen zetels veroverd en links van de PvdA heeft de sp een winst van 16 zetels behaald. In plaats van een paars tweestromenland, geeft de uitslag weer een vijfstromenland te zien.

Het patroon van 2006 lijkt op het patroon in de verkiezingscampagne van 2002. De PvdA en de vvd verloren ook toen dramatisch, hoewel beide partijen er een jaar eerder op rekenden de grootste partijen van het land te blijven en het cda nog verder te marginaliseren dan bij de verkiezingen van 1998 al gebeurd was. Ook in 2002 kwam het cda spectaculair als de grootste partij uit de bus, en werd er winst geboekt op de linker- en de rechterflank van het politieke spectrum. Ter linkerzijde van de PvdA kwam de sp op negen zetels uit, ter rechterzijde van de vvd kwam de LPF met zesentwintig zetels in de Kamer. Er valt natuurlijk ook wel een groot verschil tussen de uitslag in 2006 en die in 2002 te noemen: in 2006 wint vooral de linkerflank, in 2002 won vooral de rechterflank.

9.1 Onderzoek naar de dynamiek op de korte termijn

Het onderzoek waarop dit boek is gebaseerd, geeft antwoord op de vraag hoe de kiezers op de golven van het nieuws in zo'n korte tijd konden uitkomen in een vijfstromenland. Het dagblad- en televisienieuws is van halverwege augustus tot aan de verkiezingen van 22 november ontleed in zo'n 30.000 kernbeweringen om tendensen in de berichtgeving te traceren. Daarbij gaat het om wat in het nieuws beweerd wordt over feitelijke ontwikkelingen, over standpunten van politieke partijen over allerlei thema's, over steun en kritiek die partijen onderling geven en ontvangen, over kritiek die partijen uit eigen gelederen krijgen, over steun en kritiek van maatschappelijke groepen voor en op partijen, over steun en kritiek van de redacties van dagbladen en televisienieuwsbulletins en over het succes of falen van politieke partijen en afzonderlijke politici.

Daarnaast zijn keuzeprocessen bij de kiezers nauwkeurig in kaart gebracht. Vanaf Prinsjesdag tot aan de verkiezingen werden om de twee weken gemiddeld 872 deelnemers aan het panelonderzoek gevolgd. Ze zijn ondervraagd over hun stemvoorkeur en over hun mediagebruik van de twee voorgaande weken. Per respondent is de mediaconsumptie vastgelegd. Lazen ze een dagblad, en zo ja, welk(e) dagblad(en)? Hoe vaak keken ze naar het televisienieuws van NOS en RTL4? Maakten ze gebruik van de Stemwijzer of van Kieskompas? Welke politici vielen hen op in het nieuws van de afgelopen weken? Maakten de politici die hen opvielen een positieve of een negatieve indruk?

In de eerste ronde van het onderzoek is aan de deelnemers aan het onderzoek bovendien gevraagd welke issues ze associeerden met de verschillende politieke partijen, welke politici ze kenden, hoe bekwaam ze de verschillende lijsttrekkers vonden, welke partijen volgens hen schuldig waren aan de problemen in het land, en welke partijen het goed gedaan hadden in de afgelopen jaren.

Uitgaande van de persoonlijke mediaconsumptie van de onderzoeksdeelnemers is gereconstrueerd welke bewerin-

gen men persoonlijk tegenkwam over feitelijke ontwikkelingen, over partijstandpunten, over het succes of falen van partijen, enzovoorts. Zo kon worden nagegaan of de beweringen uit het nieuws dat men volgde invloed hadden op de stemvoorkeur. Op dezelfde wijze kon worden uitgezocht of het advies dat een kiezer kreeg van de Stemwijzer of van Kieskompas opgevolgd werd, zelfs als dat advies niet in het verlengde lag van de verwachte stemvoorkeur, en dat advies bovendien afweek van wat de gangbare reactie is op recent nieuws.

Zoals verwacht komt uit het onderzoek naar voren dat de huidige stemvoorkeur meestal dezelfde is als die van twee weken geleden. De keerzijde van deze medaille is dat het vaak lichte voorkeuren zijn, en dat toch zo'n 20 procent na twee weken weer van voorkeur veranderd is. Ze wisten wat ze zouden stemmen, twee weken later weten ze het niet meer. Of ze waren niet van plan te gaan stemmen, maar nu maken ze toch maar een keus, enzovoorts. De onderzoeksresultaten uit het voorgaande hoofdstuk laten zien dat de kans dat men nu voor een bepaalde partij kiest, niet alleen afhangt van de vraag welke partij men twee weken geleden wilde kiezen, maar ook van de inhoud van het nieuws waarvan men persoonlijk kennis nam. De kans dat men aan een bepaalde partij de voorkeur geeft wordt groter als men nieuws hoort of leest over thema's ten aanzien waarvan die partij een goede naam heeft bij de kiezers. Men kiest ook eerder voor een partij als in het gevolgde nieuws regelmatig beweerd wordt dat die partij successen boekt, of belangrijk genoeg gevonden wordt om kritiek te krijgen van concurrerende partijen. Ook of men het eens of oneens is met een partij is van belang. Het komt erop neer, dat men bij negatief nieuws over een partij geneigd is uit te wijken naar een partij waarvan men de standpunten eveneens deelt, maar die positiever in het nieuws is.

Modieuze tieners laten zich graag voorstaan op hun eigen, goede smaak, hoewel gemakkelijk aantoonbaar is dat juist hoe zij zich kleden en gedragen voortvloeit uit indrukken die ze pas geleden opdeden. Evenzo zijn kiezers die van partij wisselen ervan overtuigd dat hun politieke voorkeur authen-

tiek is, hoewel juist zij zich laten meedrijven op de golven in het nieuws. Als die nog hoger worden, zoals bij de verkiezingen in 2002, dan wordt deze overtuiging paradoxaal genoeg nog sterker. Kepplinger en Maurer noemen dat in hun onderzoek naar Duitse verkiezingscampagnes de *illusie van de autonome oordeelsvorming* (Kepplinger & Maurer, 2005, p. 183). Die illusie is volgens hen gebaseerd op een *essentialistische vergissing*. Niet het onophoudende succesnieuws over Fortuyn maakte voor de LPF-kiezers uit 2002 het verschil, maar hun innerlijke inspiratie door de uitstraling, door het charisma, van de *Goddelijke Kale*. Ik ben veranderd, dus ik wilde wat. Die illusie is een godsgeschenk voor media die er niet op zitten te wachten door hun bronnen de facto of de jure aansprakelijk gesteld te worden voor imagoschade.

9.2 Vijf partijen op de golven van het nieuws: partijcampagnes geëvalueerd

Hoe effecten van golven in het nieuws op de korte termijn in de praktijk uitpakken wordt tot besluit van dit boek nog eens samengevat voor de vijf partijen die op 22 november Nederland in een vijfstromenland veranderden. Het verschil met de eerdere beschrijving in de hoofdstukken drie tot en met zes is dat nu het accent ligt op het herkennen van de veranderingen in de publieke opinie die ingezet werden door vier te onderscheiden nieuwsoorten: door nieuws over feitelijke ontwikkelingen, door partijstandpunten over eigen thema's, door nieuws over steun en kritiek, en door nieuws over succes en falen.

CDA

Na de verloren gemeenteraadsverkiezingen van maart 2006 begint in het CDA de twijfel te knagen en de roep om een sociaal gezicht te weerklinken. Bij het partijcongres in mei zet CDA-fractievoorzitter Verhagen echter de toon: 'met Bos de klos', zeker voor de 'middeninkomens'. Aanleiding was dat PvdA-leider Bos intern onder vuur lag vanwege zijn stand-

punt dat ouderen moesten gaan meebetalen aan de AOW.

Het CDA speelt in de daarop volgende maanden optimaal in op het *nieuws over feitelijke ontwikkelingen*. Bij de presentatie van het CDA-programma van augustus 2006 heet het dat wat Bos wil maar onrust zaait, wat intussen onnodig is, omdat het dankzij het beleid van Balkenende beter gaat met de economie dan Bos had durven dromen. Zo ontstaat er ook steeds meer *succesnieuws*. In de peilingen staat het CDA nog achter op de PvdA, maar in het nieuws staat voorop dat het CDA de weg naar boven heeft ingezet. Rond het weekend van 7/8 oktober haalt het CDA de PvdA in. Dit keerpunt in de campagne levert zo veel succesnieuws op dat de horse race – de lang voorspelde 'titanenstrijd' tussen Bos en Balkenende – al bij voorbaat door Bos verloren lijkt te gaan.

Bij de CPB-doorrekening van de programma's van begin oktober moet het CDA incasseren dat wat de PvdA wil helemaal niet nadelig uitpakt voor middeninkomens, en dat het CDA wel erg gemakkelijk miljarden denkt te winnen door reorganisaties in de zorg, maar het CDA voert nu aan dat uit de CPB-doorrekening blijkt dat de voor onrust zorgende – intussen bijna volledig uitgedelede – Bosbelasting op de AOW, die zo veel onrust zaait, nog helemaal niets oplevert ook. Bovendien stijgt de koopkracht door het PvdA-programma niet.

In het radiodebat van 29 oktober, kort na het bekend worden van de CPB-doorrekening, neemt lijsttrekker Balkenende het stokje van fractieleider Verhagen over. 'U draait en u bent niet eerlijk,' zegt Balkenende tegen Bos – een in de weken daarna eindeloos herhaalde quote. Het is het startsein voor campagneweken waarin het CDA dagelijks politieke verslaggevers vermaakt met *nieuws over kritiek* van het CDA op de PvdA, met name met nieuwe koerswendingen van Bos. Het CDA speelt daarbij met vuur, want kritiek werkt voor de partij die onder vuur ligt vaak profilerend. Dat de balans door de verkiezingsuitslag al met al iets verder naar links is komen te liggen, is zo bezien deels een gevolg van de door het CDA getekende harde scheidslijn tussen het CDA en de linkse partijen. Een minstens zo belangrijk neveneffect van het wekenlang dominante *nieuws over kritiek* van het CDA op de PvdA is dat de

vvd zich niet kan profileren. Geen enkele betekenisvolle tegenstander kiest de vvd als doelwit uit. Zo verbleekt ook in het *nieuws over eigen issues* het profiel van de vvd (zie hoofdstuk 4.2). Kiezers die het zowel met de vvd als met het cda eens zijn kiezen voor het cda.

Kortom, het cda won als grootste regeringspartij door gunstig nieuws over feitelijke ontwikkelingen, gevolgd door een overweldigende hoeveelheid succesnieuws nadat de PvdA in de peilingen geklopt was. Door systematisch elke dag nieuws te maken over nieuwe koerswendingen van Bos komt de grote electorale concurrent van het cda, de vvd, buitenspel te staan. Ook in het nieuws over eigen issues verbleekt daardoor het profiel van de vvd.

PvdA

Bij de verkiezingen van januari 2003 won de PvdA van Wouter Bos vooral door *succesnieuws*. Bos stapte op het dieptepunt in: na de voor de PvdA dramatisch verlopen verkiezingen van 2002 werd hij pas in november 2002 gekozen tot partijleider. Zoals aan Pim Fortuyn op grond van de opiniepeilingen in de campagne van 2002 wel succes moest worden toegedicht omdat hij met de LPF vanuit het niets herrees, zo moest aan Bos in januari 2003 wel succes toegedicht worden omdat de PvdA in de peilingen herrees. Maar in maart 2006 is de uitgangssituatie wezenlijk anders. De PvdA staat in de peilingen na de gewonnen gemeenteraadsverkiezingen op meer dan zestig zetels, zodat het winnaarsimago voorspelbaar teloor moet gaan. Dat gebeurt als in de lente *nieuws over interne kritiek* van oudgedienden in de PvdA op de AOW-plannen van Bos het nieuws gaat beheersen. De partij staat in de peilingen nog op winst ten opzichte van 2003, maar het winnaarsaureool verbleekt. Als uiteindelijk het cda begin oktober de PvdA in de peilingen passeert wordt dat in het *nieuws over succes en falen* uitvergroet.

Uit het *nieuws over steun en kritiek* blijkt dat de PvdA de confrontatie met de SP ter linkerkant uit de weg gaat. Werd verwacht dat SP'ers in de laatste maand voor de verkiezingen

toch wel zouden overlopen naar de PvdA, evenals in 2003? Onderzoekers van TNS/NIPO schrijven halverwege september 2003 nog dat de SP dan 'onnatuurlijk groot' is. De achillespees van de SP zou het vertrouwen in Marijnissen zijn, en een derde van de SP-aanhang zou uiteindelijk na rechtstreekse tv-debatten die door Bos naar verwachting gewonnen zouden worden toch naar Bos overstappen om een kabinet-Balkenende IV te voorkomen (*de Volkskrant*, 19 september, 'Bos heeft de betere papieren'). Zo kan de SP zich niet profileren, maar de PvdA evenmin.

Ook ten opzichte van het cda opereert de PvdA voorzichtig om te voorkomen dat de indruk gewekt zou worden dat Balkenende op Prinsjesdag zijn feestje misgund zou worden over zijn droombegroting en de op volle toeren draaiende economie. Maar bij de Algemene Politieke Beschouwingen komt Bos toch wel degelijk met *eigen thema's in het nieuws* – de sociale zekerheid, de gezondheidszorg, de huren – enzo voorts. In de peilingen van september is er voor de PvdA eigenlijk nog niets verloren.

Het in de media aangekondigde titanengevecht tussen Bos en Balkenende loopt voor de PvdA uit op een fiasco. Balkenendes verwijt in het radiodebat van 29 oktober 'U draait en u bent niet eerlijk' wordt eindeloos herhaald, en door het cda dagelijks aangevuld met nieuwe voorbeelden van inconsistenties en koerswendingen. De flip-flopcampagne van Bush tegen Kerry lijkt door het cda overgenomen te zijn. Dat werkt voor de PvdA als zodanig profilerend. De cijfers laten zien dat de mediaperformance van Bos er vooralsnog niet onder lijdt.

Maar de PvdA komt in de verdediging waardoor de partij nauwelijks toekomt aan *eigen thema's*. Door de aanvallen van het cda, en de doorrekening van de partijprogramma's van het CPB, is het moeilijk door te gaan op de AOW of de koopkracht. De gezondheidszorg was misschien begaanbaar geweest, maar de SP stond op dat punt ook sterk. De PvdA kiest voor de huurverhoging, waarop echter Verhagen nieuws maakt met het gegeven dat 'onder Bos' de huren veel sterker stegen dan in de afgelopen jaren onder Balkenende. De Armeense kwestie vormt een dieptepunt. Nadat de nummer

twee van de PvdA-kandidatenlijst, Albayrak, eerst tegen Turkse demonstranten uitlegt dat ook zij de Armeense genocide erkent, gaat Bos toch nog om. PvdA'er Aboutaleb moet excuses aanbieden aan minister Verdonk over zijn uitspraken over haar toespraak na de moord op Van Gogh. De enige drie PvdA'ers uit de top 30 van nieuwswaardige politici zijn intussen opgejaagd wild: behalve Bos nu ook Albayrak en Aboutaleb. Zo verdwijnen de linkse thema's en gaat het *nieuws over eigen issues* van de PVV en van de door minister Verdonk vertegenwoordigde conservatieve vleugel van de VVD.

De PvdA krijgt het vooral moeilijk door nieuws over *succes en falen*, door het dagelijks nieuws over slechte peilingen. Bos wordt in de media nu als verliezer gezien, en voor het eerst sinds zijn aantreden als politicus ook zo bejegend. De *kritiek uit de media* neemt toe, bijvoorbeeld nadat Bos zich in *De Telegraaf* beklagt over het CDA. In de laatste anderhalve week van de campagne wordt het nieuws over de PvdA gedomineerd door samenwerking tussen SP, de PvdA en Groenlinks als Bos ingaat op verzoek koffie te drinken met Halsema. Zo laat de PvdA ook nog het laatste onderwerp los om zich op te profileren, namelijk dat een stem op de PvdA de enige en echte garantie is voor een zo links mogelijk kabinet. Inhoudelijk zagen kiezers al nauwelijks verschil tussen PvdA en SP.

VVD

De strijd om het lijsttrekkerschap eindigt in het voorjaar in een even verrassend als nipt verlies van Rita Verdonk tegen Mark Rutte, die in het nieuws veelal neergezet wordt als vertegenwoordiger van de sociaalliberale stroming binnen de VVD. In het partijprogramma van de VVD is niets te vinden over immigratie en integratie, het door Verdonk belichaamde thema, dat in 1994 door VVD-leider Bolkestein uit de taboesfeer gehaald werd, sindsdien als VVD-thema gold, en dat vanaf 2002 de gemoederen in Nederland meer verhitte dan welk ander thema dan ook. Ter vergelijking: de bullets uit het VVD-partijprogramma van 2003 waren overduidelijk: strenge immigratiemaatregelen, een betere immigratie en een conse-

quent uitzettingsbeleid. Gevolg is dat er tot halverwege oktober ook *nauwelijks nieuws over dit eigen issue* gemaakt wordt. De schermutselingen over de sharia vinden plaats tussen Wilders en CDA-minister Donner.

De strijd om het lijsttrekkerschap in combinatie met het ontbreken van het eigen issue 'integratie etc.' in het verkiezingsprogramma en de eigen campagne van Rita Verdonk, nummer 2 op de lijst van de VVD, krijgt een nasleep van aanhoudend *nieuws over interne conflicten* en een zwalkende koers. Dat wordt nog versterkt doordat Rutte, mede door toedoen van de op de PvdA gerichte CDA-campagne, in het nieuws als lijsttrekker relatief weinig aandacht krijgt. Tot half oktober moet hij Zalm in het nieuws voor laten gaan, na half oktober passeert Verdonk hem ruimschoots in het nieuws. Niet bevorderlijk voor naamsbekendheid en imago van een nog tamelijk onbekende lijsttrekker. De neergang van de partij in de opiniepeilingen wordt in het *nieuws over succes en falen* uitgelegd als straf van de kiezers voor falend leiderschap en een zwalkende koers.

De VVD verbleekt in het *nieuws over eigen issues* echter niet alleen omdat het immigratie- en integratiethema losgelaten wordt, maar bovendien omdat de financieel-economische thema's door het CDA worden weggekaapt. Het CDA slaagt erin het economisch succes vrijwel volledig naar zich toe te trekken. Tot halverwege oktober krijgen op bijna elk terrein CDA-standpunten meer aandacht dan VVD-standpunten. Zelfs bij het begrotingsoverschot, dat volgens de kiezers op naam kwam van Zalm, de VVD-minister van Financiën, wint het CDA de race in het nieuws.

Pas als Verdonk haar eigen Stem Rita-campagne gaat voeren, keert het immigratiethema echt terug op de media-agenda. Het immigratiethema krijgt nog meer aandacht door de Armeense kwestie. De toetreding van Turkije tot de EU wordt weer nieuws, evenals in de campagne voor het referendum over de Europese Grondwet in 2005.

SP

Wie kan denken in termen van doelen en middelen (Kuypers, 1973), moet haast wel concluderen dat de SP het meest doelmatig campagne gevoerd heeft. De SP heeft herhaaldelijk verklaard zich ten doel gesteld te hebben om bij de verkiezingen opnieuw winst te boeken. In de campagne van 2006 is Jan Marijnissen neergezet als een *brand*, in de terminologie van de marketingcommunicatie, als een niet stuk te branden merk. Om op de langere termijn door te kunnen groeien is de naamsbekendheid vergroot zonder imagoschade te lijden. In die opzet is de SP voorbeeldig geslaagd. In het partijprogramma zijn alle discriminerende programmapunten zonder veel ophef geschrapt (uit de NAVO, afschaffing koningshuis etc.). Mede daardoor doet de SP het erg goed in de Stemwijzer: de partij scoort samen met het CDA de meeste stemadviezen.

De SP mikt op de traditionele achterban van de PvdA, en niet zozeer op de 'diplomademocraten' (Bovens, 2006, te verschijnen). In de verkiezingscampagne blijft de SP vrijwel geheel buiten schot: geen enkele partij opent de aanval op de SP. Omgekeerd valt de SP alleen de VVD hard aan. Electoraal concurrent PvdA wordt hooguit op het thema 'linkse samenwerking' de maat genomen, beleidsmatig is er van debat en discussie tussen deze twee partijen geen sprake. De publiciteit in alle onderzochte media is voor de SP op alle ter zake doende punten positief.

Al met al voert de SP terughoudend campagne, maakt geen brokken, genereert verhoudingsgewijs weinig nieuws maar al het nieuws is wel positief. Kortom een campagne van rust, reinheid en regelmaat – om het in jaren 50 termen te zeggen.

PVV

De bekendheid van Wilders onderscheidt de PVV van de nazaten van de LPF. Na de moord op Theo van Gogh in november 2004 staat Wilders geruime tijd hoog in de peilingen. In het najaar van 2006 maakt hij veel meer *nieuws op eigen thema's* dan zijn concurrenten, bijvoorbeeld door begin september

Donner te vragen of hij echt met tweederde meerderheid de sharia wil invoeren in Nederland. Wilders profileert zich door kritiek van zijn tegenstanders op rabiate uitspraken, met name door kritiek van D66-lijsttrekker Pechtold op zijn uitspraak dat de tsunami van islamisering gestopt moet worden. De duidelijke bullets tegen islamisering uit het korte programma van de PVV keren terug in de stemwijzer.

De PVV heeft het geluk mee. De VVD zwijgt in het partijprogramma over immigratie, integratie en islamisering. Maar Rita Verdonk brengt het thema toch terug in de campagne. De kritiek van D66-leider Pechtold op uitspraken van Wilders over een tsunami van islamisering helpt om de PVV te profileren. Door de Armeense kwestie in de PvdA wordt indirect de toetreding van de Turkije tot de EU weer een thema. Als ook VVD-leider Rutte zich uitspreekt tegen toetreding van Turkije komen de tegenstanders van het eerste uur tegen de Europese Grondwet, de PVV, de SP en de ChristenUnie, als vanzelf weer in de schijnwerpers. Het nieuws gaat in de laatste weken over het immigratiethema dat Wilders eerder als een *eigen issue* kan laten gelden dan de verdeelde VVD van Mark Rutte. Dat geldt overigens ook voor de andere kleine rechtse partijen. Wilders krijgt echter als woordvoerder van de rechterflank zo'n dominante rol, dat de directe concurrenten van de PVV proberen zich links van hem te onderscheiden. Met name EénNL, de partij van Marco Pastors en Joost Eerdmans, maakt daardoor bij kiezers die bevreesd zijn voor islamisering geen kans tegen de PVV.

9.3 Voorbij de branding van hoge golven?

De kern van een representatieve democratie is dat zodra de kiezer gesproken heeft er nieuwe machtsverhoudingen gaan gelden. De kiezer is koning, dus moet voor de nieuwe volksvertegenwoordiging na de verkiezingen gelden: *le roi est mort, vive le roi!* Verklaringen dat de uitslag niet op toeval berust, verschaffen de vereiste legitimiteit aan de nieuwe volksvertegenwoordiging, bijvoorbeeld de sociologische, historische en politologische verklaringen die direct na de

verkiezingen opduiken om de verschuivingen in het electoraat te duiden op de lange termijn, of in een internationaal vergelijkende context. Evaluatierapporten die partijen zelf opstellen, en die er vaak op neerkomen dat verliezende partijen een slechte campagne gevoerd hebben, helpen ook. Inclusief natuurlijk de peptalk voor de volgende verkiezingen. Zo behouden de verliezers ook dat deel van hun respect voor de democratie dat gestoeld is op de hoop dat zij de volgende keer zouden kunnen winnen. De verrassende winnaars worden legitieme winnaars, zelfs zozeer, dat in het opinieonderzoek in de weken na de verkiezingen de winnaars meestal nog even doorgroeien. Het werkt ook omdat de hoop van de verliezers vaak terecht blijkt. De winnaars worden in slaap gesust en gaan bij de volgende verkiezingen hun destijds succesvolle campagne herhalen, ook als de uitgangssituatie, mede als gevolg van het eigen succes, intussen volstrekt veranderd is.

Echter, het kan haast niemand ontgaan dat kiezersvoorkeuren tegenwoordig van week tot week veranderen. Dat kan op de lange termijn het vertrouwen in de democratie als staatsvorm ondermijnen. Verkiezingen zijn immers bedoeld om een regering voort te brengen die een meerjarenbeleid kan uitzetten en uitvoeren. Als de verkiezingsuitslag een willekeurige trekking van de stemming in één week wordt, maar er elke nieuwe week weer een nieuwe stemming in het land heerst, dan ontstaat twijfel over de legitimiteit van de regering.

Verslaggevers en presentatoren van actualiteitenrubrieken en talk shows vertalen die twijfel vaak in een neerbuigende, welhaast arrogante houding ten opzichte van politici die volgens hen de volksgunst verspeeld hebben. Een minister die het beleid waarvoor hij gekozen is wil toelichten, of een Kamerlid dat een partijstandpunt wil uitleggen, krijgt dan te maken met een inleidende vraag, of een inleidende alinea, die erop neerkomt dat wat de minister of partijleider vervolgens gaat zeggen niet overkomt bij de kijker of lezer. De nieuwsgierigheid naar gevoerd en te voeren beleid maakt plaats voor onmogelijk te beantwoorden vragen waarom men zo impopulair is. Met het beroep op de lezer of kijker waarop het toch niet overkomt, maken bureauredacteurs

gemakkelijk korte metten met rapportages waarin de kant van impopulaire partijen, van de 'bad guys', genuanceerd wordt belicht (Ruigrok, 2005; van den Boogaard, 2005).

Van de weeromstuit gaan politici zich minder richten op meerjarenbeleid dan op succes in de media. Politici gaan zich dan gedragen als beursgenoteerde bedrijven die doelen gaan communiceren waardoor zelfs een verlies als een investering of een meevaller gecommuniceerd kan worden, met journalisten in de rol van beursanalisten en *investment bankers*. Een voorbeeld daarvan vormt de politieke conjunctuurcyclus. Daarmee wordt bedoeld dat een aantredende regering ambitiecommunicatie inzet om aannemelijk te maken dat de toestand in het land allerbelabberd is, zodat impopulaire maatregelen nodig zijn, om in het jaar voor de verkiezingen succescommunicatie in te zetten om resultaten die goed afsteken tegen de allerbelabberdste uitgangssituatie voor het voetlicht te brengen.

Maar kunnen media wel bijdragen aan een levendige democratie, zonder kunstmatig nieuwsgolven te veroorzaken die het vertrouwen in de democratie op lange termijn kunnen ondergraven? Kan Nederland de branding van hoge golven in het nieuws doorkomen, zodat politici weer wat verder vooruit kunnen gaan kijken? Om die vraag te beantwoorden, lopen we de mogelijkheden om interessant politiek nieuws te brengen nog een keer één voor één langs.

Regering en parlement zijn afhankelijk van *inhoudelijk nieuws*. In dat opzicht is het verkiezingsnieuws uit 2006 een succes: de tendens naar nog weer minder inhoud en nog meer conflict- en wedstrijdnieuws is doorbroken. Dat dit komt doordat de verkiezingen betrekkelijk kort na Prinsjesdag en de Algemene Beschouwingen gehouden werden, doet aan dit succes niets af. Om verkiezingen te winnen, moeten politieke partijen wel inzetten op *eigen thema's*. Dat zijn niet per definitie de thema's die voor de toekomst van de samenleving van het grootste belang zijn. Verantwoordelijke media kunnen, voordat de verkiezingen in zicht zijn, zo veel tamtam maken over belangrijke thema's, dat politieke partijen er brood in gaan zien om elkaar ook op die thema's in de verkiezingsstrijd

te bestrijden. Zo kan voorkomen worden dat belangrijke thema's waarbij partijen niets te winnen lijken te hebben niet aan de orde komen, zoals de toekomst van de Europese integratie, de globalisering, de milieuproblematiek of de grip van de regering op ambtelijke diensten en op met overheidsmiddelen gesubsidieerde semiautonome organisaties. Als media er niet in slagen om de inhoudelijke discussie zo te structureren, dat kijkers en lezers zich goed geïnformeerd weten, dan worden ze nog vaker overgeleverd aan soms kortzichtige adviezen, zoals blijkt uit de onderzoeksresultaten ten aanzien van de invloed van de stemwijzers op internet.

Om verkiezingen te winnen moeten politieke partijen zich *profilieren ten opzichte van tegenstanders*. Daarom hebben politieke partijen de taak om die verschillen zelf duidelijk te markeren. Wie kan het immers kiezers kwalijk nemen dat ze het verschil tussen de SP en de PvdA niet zien als in de jaren voorafgaand aan de verkiezingen de verschillen niet scherp voor het voetlicht komen? Media moeten daarom conflictnieuws niet mijden, maar juist laten zien uit welke hoek welke partijen steun of juist kritiek krijgen. Dat betekent dat men zich minder dan nu het geval is moet laten leiden door in scène gezette schijngevechten. Een uitnodiging voor een kopje koffie bij Femke Halsema mag nooit het nieuws domineren in de laatste week van een verkiezingscampagne. Journalisten weten best dat de onderlinge verschillen tussen de linkse partijen zo niet beslecht kunnen worden. Zolang geen politicus overweegt de bevoegdheid toe te kennen aan de overheid om uitzending van afzonderlijke programma's op te leggen aan de publieke omroep, is het debat over de voortzetting van *Lingo* een schijngevecht. Zolang er geen voorstel tot wijziging van de grondwet ligt, is ook het debat met minister Donner over de vraag of in Nederland de sharia met tweederde meerderheid ingevoerd kan worden een schijngevecht.

Om verkiezingen te winnen moeten politieke partijen *intern één front* maken. Een partij die met verschillende monden spreekt mag niet rekenen op sympathie in de media. Immers, de kiezers kunnen dan niet weten wat ze aan zo'n partij hebben als die partij de verkiezingen wint. Dat de VVD en de

PvdA er in 2006 niet in slaagden hun interne conflicten te beslechten voordat de verkiezingscampagne begon, waardoor een vijfstromenland kon ontstaan, kan moeilijk verweeten worden aan de media of aan politieke concurrenten. Het is logisch dat interne conflicten in de VVD steeds weer in het nieuws komen, hoeveel bezwerende woorden lijsttrekker Rutte ook uitspreekt, als in het partijprogramma het opzienbarende gedeelte over immigratie en integratie uit het vorige verkiezingsprogramma zonder nadere uitleg ter zijde wordt geschoven. Een partij moet bestand zijn tegen de kritiek dat onduidelijk is wat de partij wil. Het kan de media niet kwalijk worden genomen dat de PvdA, de partij die in vorige campagnes altijd aan het CDA verweet onduidelijk te zijn over de coalitievoorkeur, niet genoeg voorbereid was op de vraag met welke coalitie Bos wilde regeren. Het is niet de schuld van de media dat de PvdA, de partij die in de campagne van 1998 Kok boven de partijen hield door fractievoorzitter Wallage te laten debatteren met VVD-leider Bolkestein, er onvoldoende op voorbereid was dat Verhagen Bos voor zijn rekening zou nemen – en dat Aboutaleb en Albayrak door weer anderen aangepakt zouden worden. Het is niet de schuld van de media dat de PvdA-kandidaten van Turkse komaf klaarblijkelijk niet genoeg gescreend waren op gevoelige standpunten over Grijsse Wolven, Koerden en Armeniërs om met één mond te kunnen spreken.

Om verkiezingen te winnen moeten in de media *maatschappelijke organisaties* aan het woord komen die de partij welgezind zijn en kan het ook geen kwaad als de partij enige bijval oogst *uit de media zelf*, in columns, hoofdredactionele commentaren, of tussen de regels door in gewone nieuwsartikelen. Vanuit dit oogpunt is het goed dat de algehele toon van het nieuws minder negatief was dan in het recente verleden wel eens het geval geweest is. Maar voor de lezers en kijkers is het niet altijd helder op welke punten de media die men volgt toch wel degelijk partij kiezen, en niet zo zuinig ook (zie hoofdstuk zes). Media moeten zich aan hun publiek verantwoorden voor hun eigen stellingname (RMO, 2003). Toegegeven, ook op dit punt is veel verbeterd. De hoofdredac-

teuren van enkele dagbladen verantwoord nu hun journalistieke keuzen uitvoerig. Toch valt nog te vaak ‘wij zijn objectief’ te beluisteren, bijvoorbeeld uit de mond van een *nos Journaal*-presentatrice in een *nos Journaal*-promo, die in de nachtelijke uren van de laatste weken van 2006 steeds op-nieuw uitgezonden werd op de publieke omroep.

Om verkiezingen te winnen moeten politieke partijen zich weten te omgeven met een aura van *succes*. Geluk uitstralen, mysterieus begenadigd lijken te zijn door vrouwe Fortuna, is in de politiek even belangrijk als politieke virtuositeit, zo wist Machiavelli al te melden toen er nog niet eens sprake was van een democratie, laat staan van een democratie met bijna dagelijkse opiniepeilingen. Het meest gehoorde probleem daarbij is dat journalisten hun publiek niet informeren over de onzekerheidsmarges waarmee opiniepeilingen behept zijn. Nog grotere problemen ontstaan echter door de inlegkunde in de media, waarbij het referentiepunt voor winst of verlies in het midden blijft. Wint een partij die iets wint ten opzichte van de peiling van vorige week maar achterblijft bij het huidige aantal Kamerzetels? Zonder peilingen zouden impressies van succes en falen allicht nog subjectiever worden, zodat een verbod van peilingen, of van de publicatie ervan, behalve misschien op de verkiezingsdag zelf, niet voor de hand ligt.

Journalisten zouden er echter een eer in moeten stellen spannende politieke journalistiek te maken door succes vaker af te meten aan politieke geslepenheid en aan de kracht van argumenten. Het politieke steekspel is zelf zoveel leuker, complexer en vooral belangrijker dan de uitslag van opiniepeilingen die zelf slechts een echo vormen van een oppervlakkige journalistieke weergave ervan. Inderdaad moet de televisiejournalistiek de politiek in Den Haag, Brussel en Washington nog beter laten aansluiten op de beleavingswereld en de emoties van jongeren (Costera Meijer, 2006). Politici kunnen echter alleen concurreren met gewone televisieschermen als ze kunnen laten zien waarin ze onovertroffen zijn, namelijk in het politieke spel. Er is juist geen toekomst voor televisiejournalistiek waarin dat spel platgeslagen wordt tot een paar opiniepeilingen of straatinterviews waarin het volk

wederom zijn ongenoegen uit. Het is zo gek nog niet om de dagbladjournalistiek te versmallen tot de politiek, de economie en de culturele agenda, en pagina's met allerlei branchevervagende lifestyleonderwerpen snel weer te outsourcen, zoals Oosterbaan en Wansink (2006) bepleiten. Tenminste, als zij met de door hen bepleite *serieuze* journalistiek – daarover spreken ze wel erg vaak – juist de politiek van de stamtafel (Breedveld, 2005) bedoelen met politieke streken, ontroerende betogen, politieke dreigementen, applaus, gehoon en onverwachte tegenzetten. Zolang politici en media elkaar hun rol in het politieke mediaspektakel misgunnen, openen ze de weg voor cynische politici en cynische journalisten die een verkiezingscampagne slechts als een vorm van marketing en *branding* zien. Om ook zelf weer te kunnen genieten van het politieke spel, moeten politici en journalisten verder zien te komen dan de branding van zeepbellen.

Noten

- 1 Operationeel gedefinieerd als de mate waarin er sprake is van gunstige ontwikkelingen rond allerlei onderwerpen (d.w.z. voor de oppositie de mate waarin er sprake is van negatieve en voor de regeringspartijen van positieve ontwikkelingen, zie verder hoofdstuk 4.1).
- 2 Operationeel gaat het bij de aandacht voor 'het eigen onderwerp' om het totale aantal kernbeweringen waarin een eigen issues van een partij genoemd wordt. Bij eigen issues gaat het om issues waarmee een partij geassocieerd wordt door de kiezer. Voor de PvdA en de sp is dat bijvoorbeeld voor veel kiezers de sociale zekerheid en bij het cda de waarden en normen. Zie verder hoofdstuk 4.2.
- 3 Operationeel gaat het bij 'kritiek andere politieke partijen' om de naar aandacht gewogen richting van de steun of kritiek van andere politieke partijen voor de betreffende partij vermenigvuldigd met -1 en bij 'maatschappelijke steun en mediasteun' om de naar aandacht gewogen richting van de steun of kritiek van de media zelf en/of maatschappelijke organisaties voor de betreffende partij. Zie verder hoofdstuk 5.1 en 5.2.
- 4 'Succes' is operationeel gedefinieerd als de naar aandacht gewogen richting van de successen, of juist tegenvallers die in het nieuws aan een partij worden toegeschreven. De toeschrijving van successen of tegenvallers blijkt voor een groot deel teruggevoerd te kunnen worden op interpretaties van opiniepeilingen, of interpretaties van het optreden in televisiedebatten, of op het optreden in Kamerdebatten, maar in veel gevallen is de achtergrond ervan onduidelijk. Zie verder hoofdstuk 5.3.
- 5 Omdat de beschikbare gegevens allerlei verschillende facetten hebben, hebben wij in het verleden ook wel andere statistische technieken toegepast om ze te modelleren (bijvoorbeeld regressieanalyses per partij, multinomiale analyses, multilevel-modellen, hogere orde interactie-modellen), waarbij onze conclusie was dat de belangrijkste onderzoeksresultaten bij elke methode wel naar voren komen, maar de hier gehanteerde methode de meest inzichtelijke is.

Literatuur

- Aarts, K., MacDonald, S.E. & Rabinowitz, G. (1999). 'Issue and party competition in The Netherlands'. In: *Comparative Political Studies*, 32 (1), 63-99.
- Adriaansen, M., Brug, W. van der & Spanje, J. van (2005). 'De kiezer op drift?' In: K.L.K. Brants & P. van Praag (red.), *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (p. 218-243). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Arendsen, R. (2003). 'Partijen zonder mening winnen op Stemwijzer'. www.politiek-digitaal.nl/colofon/redactie, gepost op 15 januari 2003.
- Asch, S.E. (1946). 'Forming impressions of personality'. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
- Baschwitz, K. (1951). *Denkend mens en menigte: bijdrage tot een exacte massapsychologie*. 's-Gravenhage: Leopold.
- Bélanger, E. & Aarts, K. (2006). 'Explaining the rise of the LPF: issues, discontent and the 2002 Dutch election'. In: *Acta Politica*, 41 (1), 4-20.
- Bessems, K. (2006). *En dat in Nederland! De roerige jaren sinds 11 september*. Amsterdam: L.J. Veen.
- Blais, A., Turgeon, M., Gidengil, E., Nevitte, N. & Nadeau, R. (2004). 'Which matters most? Comparing the impact of issues and the economy in American, British and Canadian elections'. In: *British Journal of Political Science*, 34, 555-563.
- Boogaard, R. van den (2005). *Zilverstad. De Haagse verduistering van het drama Srebrenica*. Amsterdam: Prometheus.
- Boogers, M.J.G.J.A. (2006). *Enquête bezoekers Stemwijzer*. Tilburg: Universiteit van Tilburg, onderzoeksnotitie Tilburgse school voor Politiek en Bestuur.

- Bos, W.J. (2005). *Dit land kan zoveel beter*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Bos, W.J. (2006). *Wat Wouter wil*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Bovens, M.A.P. (2006; te verschijnen). 'De diplomademocratie: over de spanning tussen meritocratie en democratie'. In: *Beleid en Maatschappij*, 33 (4).
- Brants, K.L.K. & Praag, P. van (2005). 'Gefascineerd door de horse race'. In: *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (p. 66-91). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Breedveld, W. (2005). *De stamtafel regeert. Hoe politici en journalisten het publieke debat maken en breken*. Utrecht: Het Spectrum.
- Brug, W. van der & Mughan, A. (2007). 'Charisma, leader effects and support for right-wing populist parties'. In: *Party Politics*, 13 (1), 29-51.
- Budge, I. & Farlie, D.J. (1983). *Explaining and Predicting Elections: Issues Effects and Party Strategies in Twenty-Three Democracies*. Londen: George, Allen and Urwin.
- Coleman, S. (2001). *Cyberspace Odyssey: the internet in the UK elections*. Londen: The Hansard Society.
- Costera Meijer, I. (2006). *De toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel.
- Davis, R. (1999). *The Web of Politics: the internet's impact on the American political system*. Oxford: OUP.
- Gibson, R.K., Margolis, M., Resnick, D. & Ward, S.J. (2003). 'Election campaigning on the www in the USA and UK'. In: *Party Politics*, 9 (1), 47-75.
- Groot, L. (2003). 'Een kritische evaluatie van de Stemwijzer 2002'. In: *Beleid en Maatschappij*, 30 (1), 20-30.
- Halsema, F. (2006). *Linkse lente*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Hetherington, M.J. (1996). 'The Media's Role in Forming Voters' National Economic Evaluations in 1992'. In: *American Journal of Political Science*, 40 (2), 372-395.
- Holsteijn, J. van & Ridder, J.M. den (2005). *Alles blijft anders. Nederlandse kiezers in het begin van de eenentwintigste eeuw*. Amsterdam: Aksant.
- Hooghe, L. & Marks, G. (2003). *European Integration and Democratic Competition*. Friedrich Ebert Stiftung: <http://www.fes.de/europolity/finalversionhooghtext.pdf>.
- Iyengar, S. & Kinder, D.R. (1987). *News That Matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., Norpoth, H. & Hahn, K.S. (2003). 'Consumer demand for election news: the horse race sells'. In: *Journal of Politics*, 66, 157-175.
- Kepplinger, H.M. & Maurer, M. (2005). *Abschied vom rationalen Wähler: warum Wahlen im Fernsehen entschieden werden*. Freiburg/München: Karl Alber Verlag.
- Kleijwegt, M. & Weezel, M. van (2006). *Het land van haat en nijd. Hoe Nederland radicaal veranderde*. Amsterdam: Balans.
- Kleinnijenhuis, J. & Fan, D.P. (1999). 'Media coverage and the flow of voters in multiparty systems: the 1994 national elections in Holland and Germany'. In: *International Journal of Public Opinion Research*, 11 (3), 233-256.
- Kleinnijenhuis, J., Oegema, D., Ridder, J.A. de & Bos, H.J. (1995). *De democratie op drift. Een evaluatie van de verkiezingscampagne van 1994*. Amsterdam: vu Uitgeverij.
- Kleinnijenhuis, J., Oegema, D., Ridder, J.A. de & Ruigrok, P.C. (1998). *Paarse polarisatie. De slag om de kiezer in de media*. Alphen aan den Rijn: Samson.
- Kleinnijenhuis, J., Oegema, D., Ridder, J.A. de, Hoof, A.M.J. van & Vliegthart, R. (2003). *De puinhopen in het nieuws*. Alphen aan den Rijn/Mechelen: Kluwer.
- Kleinnijenhuis, J. & Pennings, P. (2001). 'Measurement of party positions on the basis of party programmes, media coverage and voter perceptions'. In: M. Laver (red.), *Estimating the Policy Positions of Political Actors* (p. 162-182). Londen/New York: Routledge.
- Kleinnijenhuis, J., Takens, J. & Atteveldt, W.H. van (2006).

- 'Toen Europa de dagbladen ging vullen'. In: H. van der Kolk & K. Aarts (red.), *Nederlanders en Europa. Het referendum over de Europese Grondwet* (p. 123-144). Amsterdam: Bert Bakker.
- Kleinnijenhuis, J., Hoof, A.M.J. van & Oegema, D. (2006). 'Negative news and the sleeper effect of distrust'. In: *The Harvard International Journal of Press and Politics*, 11 (6), 86-104.
- Kleinnijenhuis, J., Hoof, A.M.J. van, Oegema, D. & Ridder, J.A. de (2007; te verschijnen). 'A test of rivaling hypotheses to explain news effects: news on issue positions of parties, real world developments, support and criticism, and success and failure'. In: *Journal of Communication*.
- Kolk, H. van der & Aarts, K. (2005). *Nederlanders en Europa. Het referendum over de Europese Grondwet*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Koole, R.A. (2006). *Politiek en tegen-politiek in de Nederlandse democratie*. Leiden: Inaugurele rede Rijksuniversiteit Leiden.
- Kriesi, H., Grande, E., Lachat, R., Dolezal, M., Bornschier, S. & Frey, T. (2007; te verschijnen). *Globalization and the Transformation of the National Political Space. Six European Countries Compared*. Zürich: Universität Zürich, Institut für Politikwissenschaft.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis*. Thousand Oaks: Sage.
- Krosnick, J. A. & Kinder, D.R. (1990). 'Altering the foundations of support for the President through priming'. In: *American Political Science Review*, 84, 497-512.
- Kuypers, G. (1973). *Grondbegrippen van Politiek*. Utrecht/Antwerpen: Het Spectrum.
- Lelieveldt, H.T. (2006). *Samenvatting Exit Poll Tweede Kamer Verkiezingen*. Middelburg: Roosevelt Academy, <http://www.roac.nl/newlist.phtml?p=news&I=61>.
- Letterie, J. (2006). *Wie wint in de media. Onderzoek naar media-effecten van de berichtgeving van het RTL Nieuws en het NOS Journaal voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezingen van 2006*. Amsterdam: Master Thesis communicatiewetenschap, Vrije Universiteit.
- Lewis-Beck, M.S. (2006). 'Does Economics Still Matter? Econometrics and the Vote'. In: *The Journal of Politics*, 68 (1), 208-212.
- Lucardie, P. (2002). *Nederland stromenland. Een geschiedenis van de politieke stromingen*. Assen: Van Gorcum.
- McCombs, M. E. & Shaw, D.L. (1972). 'The agenda-setting function of mass media'. In: *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Oosterbaan, W. & Wansink, H. (2006). 'De krant moet kiezen'. *M* (bijlage *NRC Handelsblad*), 5 augustus.
- Pellikaan, H., Holsteijn, J. van, Meer, T. van der, Ijsbrandy, H. & Voerman, G. (2006). *Verkiezing van de Tweede Kamer 22 november 2006. Verkiezingsprogramma's met CD-rom*. Leiden/Groningen: Rozenberg Publishers.
- Pellikaan, H., Voerman, G., Holsteijn, J. van & Ijsbrandy, H. (2003). *Verkiezingen van de Tweede Kamer 15 mei 2002 en 22 januari 2003. Verkiezingsprogramma's met CD-rom*. Leiden/Groningen: Rozenberg.
- Petrocik, J.R. (1996). 'Issue ownership in Presidential Elections, with a 1980 case study'. In: *American Journal of Political Science*, 40, 825-850.
- Popping, R. (2000). *Computer-assisted Text Analysis*. Londen: Sage.
- Rabinowitz, G. & McDonald, S.E. (1989). 'A directional theory of issue voting'. In: *American Political Science Review*, 83, 93-122.
- RMO (2003). *Medialogica*. Den Haag: SDU.
- Roberts, C.W. (1997). *Text Analysis for the Social Sciences. Methods for Drawing Statistical Inferences from Texts and Transcripts*. Mahwah: Erlbaum.
- Rogers, E.M. & Dearing, J.W. (red.) (1987). *Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?* (Vol. 11). Newbury Park/Londen: Sage.

- Rosema, M. (2004). *The Sincere Vote. A Psychological Theory of Voting*. Leiden: proefschrift Rijksuniversiteit Leiden.
- Rouvoet, A. (2006). *Het hart van de zaak. Over de betekenis van geloven in de politiek*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Ruigrok, P.C. (2005). *Journalism of Attachment. Dutch Newspapers During the Bosnian War*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Schuszler, P., Graaf, J. de & Lucardie, P. (2003). 'Zin en onzin over de Stembijlapper 2002: een reactie'. In: *Beleid en Maatschappij*, 30 (3), 194-200.
- Schweitzer, E.J. (2005). 'Election Campaigning Online: German Party Websites in the 2002 National Elections'. In: *European Journal of Communication*, 20 (3), 327-351.
- Utz, S. (2006). *Politici op Hyves*. Amsterdam: intern onderzoeksrapport afdeling Communicatiewetenschap Vrije Universiteit.
- Voerman, G. & Boogers, M.J.G.J.A. (2005). 'Digitaal informeren en personaliseren'. In: K.L.K. Brants & P. van Praag (red.), *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (p. 195-217). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Vries, B. de (2006). *Haagse taferelen. De vvd, 2003-2006*. Amsterdam: Nieuw Amsterdam.
- Zaller, J.R. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: CUP.

Over de auteurs

PROF. DR. JAN KLEINNIJENHUIS (1954) is hoogleraar Communicatiewetenschap aan de afdeling Communicatiewetenschap van de Vrije Universiteit te Amsterdam. In 1990 promoveerde hij op het proefschrift *Op zoek naar nieuws* (cum laude). Zijn artikelen en boeken richten zich op nieuwsselectie, agenda- en opinievorming en sociaalwetenschappelijke methodologie. Hij is bestuurslid van de Netherlands School of Communications Research (NESCoR) en van de Stichting Kiezersonderzoek Nederland (SKON).

DR. OTTO SCHOLTEN (1946) is als universitair hoofddocent verbonden aan de opleiding Communicatiewetenschap van de UvA. Hij promoveerde in 1982 op het proefschrift *Krant en Democratie*. In opdracht van het NIOD voerde hij samen met Nel Ruigrok en Pieter Heerma onderzoek uit naar de berichtgeving over Srebrenica (1998-2002). Momenteel is hij als directeur van Het Persinstituut verantwoordelijk voor het project *De Nederlandse Nieuwsmonitor*. Samen met Piet Bakker schreef hij het boek *Communicatiekaart van Nederland*, waarvan de vijfde druk in 2005 verscheen.

DR. JAN A. DE RIDDER (1955) studeerde politicologie aan de Vrije Universiteit. In 1994 promoveerde hij op het proefschrift *Van tekst naar informatie: ontwikkeling en toetsing van een inhoudsanalyse-instrument*. Behalve over de inhoud en effecten van politiek nieuws publiceert hij over informatieverzorging en communicatieprocessen binnen organisaties. De Ridder is als universitair hoofddocent werkzaam aan de Universiteit van Amsterdam bij de afdeling Communicatiewe-

tenschap en is op dit moment directeur van het Media & Communicatie Instituut.

DRS. WOUTER VAN ATTEVELDT (1980) behaalde in 2003 zijn Master in Kunstmatige Intelligentie aan de Universiteit van Edinburgh en is momenteel promovendus aan de Vrije Universiteit bij het interdisciplinaire onderzoeksproject *vu Business Information Systems*. Zijn onderzoek richt zich op het automatiseren van media-analyse en het gebruik van kennisrepresentatie en Semantic Web-technieken om mediadata te extraheren en te analyseren.

DR. ANITA VAN HOOF (1963) studeerde communicatiewetenschap aan de Katholieke Universiteit Nijmegen. In 2000 promoveerde zij op het proefschrift *Kranten met karakter*. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief. Binnen het verkiezingsonderzoek houdt zij zich met name bezig met het televisienieuws. Van Hoof is als universitair docent verbonden aan de afdeling Communicatiewetenschap van de Vrije Universiteit.

DR. ANDRÉ P.M. KROUWEL (1964) studeerde politicologie aan de Vrije Universiteit. In 1999 promoveerde hij op het proefschrift *The Catch-All Party in Western Europe* (cum laude). Zijn onderzoek richt zich op de veranderende rol van politieke partijen in Europese democratieën en de opkomst (en ondergang) van nieuwe politieke partijen en politieke 'entrepreneurs'. Samen met het dagblad *Trouw* ontwikkelde hij in 2006 het Kieskompas. Krouwel is als universitair docent werkzaam aan de afdeling politicologie van de Vrije Universiteit Amsterdam.

DR. DIRK OEGEMA (1955) studeerde sociale psychologie aan de Vrije Universiteit. In 1993 promoveerde hij op het proefschrift *Tussen petitie en perestrojka: de nadagen de van de Nederlandse vredesbeweging*. Hij publiceert regelmatig over de inhoud van nieuws, en over de invloed ervan op reputaties. Een recent onderzoeksthema vormt de polarisatie tussen autochtonen en allochtonen en de rol van nieuws daarbij. Oegema

is als universitair docent verbonden aan de afdeling Communicatiewetenschap van de Vrije Universiteit.

DR. NEL RUIGROK (1972) studeerde Beleid, Communicatie en Organisatie aan de Vrije Universiteit en behaalde in 2000 een European Master in Human Rights and Democratisation. In opdracht van het NIOD voerde zij samen met Otto Scholten het onderzoek uit naar de berichtgeving over Srebrenica (1998-2002). In 2005 promoveerde zij op het proefschrift *Journalism of Attachment; Dutch Newspapers During the Bosnian War*. Rui-grok is als universitair docent communicatiewetenschap verbonden aan de Universiteit van Amsterdam en is werkzaam als onderzoeker bij de Nederlandse Nieuwsmonitor.

DRS. JANET TAKENS (1981) voltooide in 2006 de opleiding Beleid, Communicatie en Organisatie aan de Vrije Universiteit met een scriptieonderzoek naar de berichtgeving over het Europese referendum en de effecten daarvan, waarover zij ook publiceerde met Kleinnijenhuis en Van Atteveldt. Thans studeert zij International and European Law aan de Universiteit van Amsterdam. Naast haar opleiding is zij werkzaam als onderzoeksassistent bij de Nederlandse Nieuwsmonitor.

Het boek vloeit voort uit een onderzoeksproject naar verkiezingscampagnes aan de Vrije Universiteit, waaraan al vanaf 1994 ook onderzoekers van de Universiteit van Amsterdam betrokken zijn, met als onderzoekers van het eerste uur Kleinnijenhuis, De Ridder en Oegema. Van Hoof werkte mee aan het onderzoek van 2002 en 2003, Ruigrok aan het onderzoek van 1998, en Scholten schreef een bijdrage voor het onderzoek van 1994. De programmatuur voor het onderzoek vanaf 2002 is voor een belangrijk gedeelte ontworpen en geschreven door Van Atteveldt. Krouwel was bij de totstandkoming van dit boek de onderzoeker van het laatste uur. Hij is eerstverantwoordelijke voor de paragrafen over het gebruik van internet in verkiezingscampagnes en de opzet van stemwijzers. Takens is vanaf 2002 bij de coördinatie van media-analyses betrokken.