

Discussie

Een ongeken- de campagne met bekende media-effecten

**Jan Kleinnijenhuis,
Dirk Oegema,
Jan de Ridder,
Anita van Hoof
en Rens Vliegenthart²**

Prof.dr. J. Kleinnijenhuis is hoogleraar communicatiewetenschap, dr. D. Oegema en dr. A.M.J. van Hoof zijn beiden universitair docent en R. Vliegenthart is student-assistent, allen verbonden aan de afdeling Bestuurs- en Communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit. Dr. J.A. de Ridder is als universitair hoofddocent verbonden aan de afdeling Communicatiewetenschap van de Universiteit van Amsterdam.

1 Inleiding

Door de toegenomen snelheid van het nieuws moeten politici voor het oog van de camera's steeds sneller op elkaar en op onverwachte ontwikkelingen reageren. Politici moeten zich voor een belangrijk deel verlaten op nieuws om hun standpunten bij de kiezer over te brengen. Al wordt er van het nieuws vaak weinig onthouden, de emotionele strekking toch blijft hangen – denk bijvoorbeeld aan de eindeloze herhaling van beelden van een norse Ad Melkert uit het lijsttrekkersdebat na de Gemeenteraadsverkiezingen. Een dergelijk beeld dringt niet alleen door tot de kiezers, maar ook tot collega-journalisten die er hun vervolgnieuws op baseren. Het dringt ook door tot concurrerende partijen die er hun voordeel mee proberen te doen, alsmede tot diep in de eigen partijorganisatie. Dramatisch nieuws zet bewegingen her- en derwaarts in gang, reeds lang voordat de officiële interne communicatielijnen zijn aangesproken. Politieke leiders besteden daarom veel tijd aan het volgen van het nieuws, en aan 'opzetjes' om het nieuws te bespelen (Jacobs en Shapiro, 2000). In dit korte artikel schetsen wij hoe drie verschillende nieuwssorten, waarvan de effecten uit eerder onderzoek min of meer bekend zijn

(Kleinnijenhuis e.a. 1995, 1998), de ups en downs van de partijen in de Nederlandse verkiezingscampagne van 2002 hebben beïnvloed.

In de meeste nieuwssitems zijn verschillende soorten van elementaire beweringen te vinden. In dit artikel staan drie, veel voorkomende beweringen centraal die wij aanduiden als 'nieuws over issues,' 'conflict georiënteerd nieuws' (dat wil zeggen: nieuws over *steun en kritiek* voor actoren) en 'horse race nieuws' (dat wil zeggen: nieuws over *succes en falen*, bijvoorbeeld op grond van opiniepeilingen of van het optreden in een Kamerdebat of lijsttrekkersdebat).

Ten eerste, over de doorwerking van *nieuws over issues*, zoals sociale zekerheid, belastingen en asielzoekers, op de lezer en kijker zijn uiteenlopende hypothesen geopperd. Volgens het 'kortste afstandsmodel' *kiest de kiezer voor de partij waartoe hij of zij in termen van beleidsvoorkeuren de kortste afstand heeft*. Volgens het 'directionele model' *beoordeelt de kiezer slechts welke partij het verst gaat in de wenselijk geachte richting*; ook de burger die een beetje bang is prefereert een partij die de criminaliteit fors wil bestrijden. Volgens het 'issue-ownership model' spelen de reputaties die een partij associëren met be-

paalde thema's een doorslaggevende rol. Nieuwkomers kunnen proberen in één klap de reputatie te vestigen door oplossingen te presenteren voor nog onopgeloste problemen. Onderzoek bevestigt de hypothese die voortvloeit uit het directionele model en het issue-ownership model, namelijk dat het goed is om in het nieuws veel aandacht te verkrijgen voor de eigen standpunten over eigen thema's (Kleinnijenhuis e.a. 1995, 1998).²

Ten tweede, *conflict georiënteerd nieuws*, waarbij een partij kritiek krijgt, zet deze partij in een kwaad daglicht. De reden is dat vooral ongeïnformeerde kiezers als snel denken: 'waar rook is, is vuur'. Kritiek van andere politieke partijen kan een partij echter ook helpen om zichzelf te profileren. Juist door nieuws over steun en kritiek kunnen kiezers het idee krijgen dat er 'partij' gekozen moet worden omdat er iets op het spel staat. Maar, kiezers zijn niet gek. De goed geoliede schermutselingen tussen de regeringspartijen pvdA en vvd waaraan in de verkiezingscampagne van 1998 door de media nog breedvoerig aandacht besteed werd – Wallage versus Bolkestein, De Boer versus Jorritsma, Van der Ploeg versus Hoogervorst, enzovoorts – hadden destijds op de kiezer geen rechtstreeks effect. Wel was er een indirect effect: het CDA kwam vlak voor de verkiezingen nauwelijks met eigen thema's in het nieuws, waardoor de CDA-aanhang slonk (Kleinnijenhuis e.a. 1998).

Ten derde, bij *horse race nieuws* kan zowel een 'bandwagon-effect' (dat wil zeggen: 'succes levert succes op') als een 'underdog-effect' ontstaan. Een neerwaarts bandwagon-effect manifesteerde zich bijvoorbeeld in 1994 bij het CDA, dat in de media al maanden voor de verkiezingen als de gedoodverfde verliezer te boek stond. Voor het CDA speelde ook een underdog-effect aantoonbaar een rol, maar slechts voor een gering aantal afgedwaalde CDA-kiezers met een hoge politieke kennis. Bij de 'saaië' – hoewel naar objectieve maatstaven tamelijk 'inhoudelijke' – verkiezingen van 1998 was de race volgens de opiniepeilingen en de commentatoren al maanden voor de verkiezingen in het voordeel van de regeringspartijen PvdA en in mindere mate van de vvd gelopen. Daar had het resterende 'horse race' nieuws op de kiezers nauwelijks effect.

2 Methode

Dit artikel is enerzijds gebaseerd op een inhoudsanalyse middels de NET-methode van het nieuws

(bijvoorbeeld Kleinnijenhuis e.a. 1995, 1998) en anderzijds op panelsurveyonderzoek.

Inhoudsanalyse van het nieuws

Door middel van inhoudsanalyse wordt van het nieuws over de verkiezingscampagne van bewering tot bewering nagegaan *met wie* (andere partijen, belangengroeperingen) of *met wat* (standpunten over bepaalde issues) partijen en politici *door wie* worden geassocieerd, of *waarvan* zij worden gedissocieerd. Een voorbeeld van een dergelijke beweringen is: 'Trouw: Kok: Media / scheppen mediahype rond (+) / Fortuyn'. Een ander voorbeeld is: 'NRC Handelsblad: Teeven / wil sneller straffen (-) / criminelen'. De analyse in dit artikel is gebaseerd op de berichtgeving over de verkiezingscampagne in de landelijke dagbladen 'De Telegraaf', 'NRC Handelsblad', 'de Volkskrant', 'Trouw', en 'Algemeen Dagblad'.³

Panelsurveyonderzoek van Blauw Research

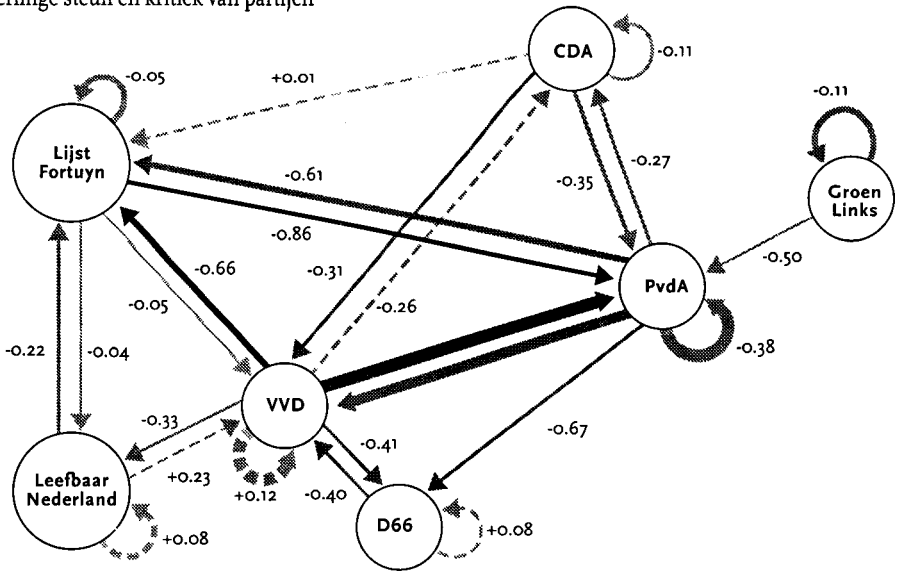
De gegevens over de berichtgeving in de media kunnen worden gecombineerd met gegevens uit acht golven van een panelsurveyonderzoek dat door marktonderzoeksbureau Blauw Research werd verricht van februari 2002 tot en met mei 2002. Het gemiddeld aantal respondenten betrof 663. In elke meting werd gevraagd wat de politieke voorkeur van de respondent is, mede door middel van zogenaamde stemkansen. Steevast is ook gevraagd welke partij en welke politicus het meest opvielen in het nieuws, en waarmee dan wel. Bij een verandering van partijvoorkeur is gevraagd waarop de verandering teruggevoerd kon worden. Als dit op het nieuws was, dan is gevraagd welk nieuws het betrof. Daarnaast zijn tal van andere beoordelingen gevraagd van bijvoorbeeld issues, politici, wenselijke kabinetten, of politiek cynisme (zie de tweewekelijkse onderzoeksrapportages op <http://www.blauw.com/presscfafe>).

3 Campagnenieuws 2002

Nieuws over issues

De pvdA komt in het nieuws met een groot aantal verschillende issues, waarbij de retrospectieve aandacht overheerst. De nadruk ligt op wat er wel of niet mis ging met bijvoorbeeld de segregatie van scholen, met de criminaliteit, met de bereikbaarheid (ns en files). Kortom, de pvdA kan zich afgaan op het issue-nieuws niet onttrekken aan het door

Figuur 1: Onderlinge steun en kritiek van partijen



Legenda: Dunne pijlen markeren 'substantiële aandacht', brede lijnen markeren 'overweldigende aandacht'. Relaties waarnaar minder dan 15 procent van de aandacht uitgaat naar de meest centrale relatie zijn niet weergegeven. Bij elke relatie is weergegeven hoe positief of negatief deze is (waardebereik [-1, ..., +1]). Dit komt ook tot uiting in de kleur van de relatie: lichtgedrukte relaties zijn nagenoeg neutraal. Onderbroken relaties zijn positief.

Fortuyn opgeroepen beeld van 'Paarse puinhopen'. Opmerkelijk mag heten dat de PvdA zich ook nadrukkelijk manifesteert op een beleidsterrein dat tot voor kort gold als het eigendom van de VVD, namelijk de criminaliteitsbestrijding. Linkse beloftes blijven achterwege, dit in tegenstelling tot 1998.

De VVD presenteert zich in het nieuws als een klassieke rechtse partij, die tegen een linkse aanpak (van de WAO) gekant is en tegen criminaliteit, zonder bijzondere aandacht te besteden aan asielzoekers. In de verkiezingscampagnes van 1994 en 1998 werd de VVD in het nieuws allereerst geassocieerd met dit laatste thema. In 2002 komt de aandacht voor asielzoekers en immigranten met name van CDA-lijsttrekker Balkenende, die een multiculturele samenleving niet nastrevenswaardig acht (gemiddeld -0.51), en van Pim Fortuyn die eerst de grenzen voor Islamieten wil sluiten, maar vlak voor de verkiezingen, tot ontzetting van VVD-woordvoerder Kamp, een generaal pardon wil voor de categorie geïntegreerde asielzoekers die al lang op een verblijfsvergunning wachten (gemiddeld -0.29). Issues waarop de kleinere partijen zich normaliter profileren, spelen nu geen rol van betekenis.

Conflict-georiënteerd nieuws: nieuws over steun en kritiek

Figuur 1 laat zien dat de PvdA en de VVD elkaar bestreden. Daarbij was de toon van de VVD het scherpst (-0.70 in vergelijking met -0.58). Dit nieuws heeft vooral betrekking op de periode van januari en begin februari, toen het WAO-beleid de coalitie verdeelde en VVD-minister Korthals onder vuur lag als gevolg van schikkingen bij de bouwfraude en de falende aanpak van bolletjesslikkers. Maar, ook met de verkiezingen in zicht blijft de relatie tussen de twee grootste regeringspartijen nieuws opleveren. Dijkstal kondigt bijvoorbeeld aan geen derde Paars kabinet te wensen. In tegenstelling tot de verkiezingen van 1998 domineert de LPF, vanaf de oprichting, het politieke debat. Fortuyn lanceert scherpe aanvallen op de Paarse partijen, vooral op de PvdA (-0.86). De VVD en PvdA worden gedwongen vooral te reageren op de nieuwkomer. Zij doen dat fel (gemiddeld -0.66, resp. -0.67). Voor de lezer en kijker bevestigt zulk nieuws de legitieme rol die de uitdager speelt in het politieke debat. Kennelijk was de belangrijkste scheidslijn in de politiek de scheidslijn tussen Fortuyn en de gevestigde partijen.

Gegeven deze nieuwe scheidslijn, was het verdere nieuws over conflicten tussen pvda en de vvd slechts in het voordeel van de LPF. De reden is dat dit nieuws nu het beeld opriep dat de Paarse partij en zelf ook niet meer geloofden in hun zaak. Het gevolg was dat de campagnestrategie van pvda en vvd aan duigen lag. Zij rekenden erop dat de verkiezingsstrijd zou gaan zoals zij dachten dat het in 1998 was gegaan. Zij veronderstelden dat, door de onderlinge schermutselingen, de kiezers toch zouden gaan denken dat de strijd ging tussen de pvda en de vvd en uiteindelijk tussen Melkert en Dijkstal. Tot overmaat van ramp trokken de vvd en pvda veel aandacht met hun interne verwarring. Bij de pvda is vooral de 'JSF-affaire' hieraan debet, maar ook de tegenstellingen tussen Pronk en Kok, en tussen Koole en Melkert (-0.38). Bij de vvd (+0.12) sluiten de rijen zich uiteindelijk achter lijsttrekker Dijkstal. Dan was reeds de toon gezet door de 'Jip-en-Janneke' bijdrage, de oproep tot het gebruik van heldere taal, van partijvoorzitter Eenhoorn aan de campagne waarin kritiek doorklonk op de lijsttrekker.

Het CDA doet hetzelfde als de Lijst Pim Fortuyn: kritiek leveren op vvd (-0.31) en de pvda (-0.35), maar dan op een mildere toon. In tegenstelling tot in 1998 reageert de pvda nu *wel* op het CDA, vooral omdat het CDA een samenwerking met de Lijst Pim Fortuyn niet uitsluit (-0.27). Het CDA was het milde, 'structureel equivalente', alternatief voor de LPF. De kleinere partijen spelen in dit nieuws een beperkte rol.

Uit de antwoorden op de open vragen over het meest opvallende nieuws en over de redenen om van partij te wisselen, blijkt dat conflicten rond personen voor kiezers tot de verbeelding spreken. Het optreden van Melkert in het debat na de Gemeenteraadsverkiezingen, het succesje van Rosenmöller in het debat op de Erasmus Universiteit, de kritiek van Pronk en bovenal het optreden van Fortuyn worden regelmatig genoemd. Pim Fortuyn, die in het nieuws centraal staat, wordt door de kiezers bijna voortdurend de meest opvallende politicus geacht. Fortuyn is omstreden: hij valt aan sommigen in zeer positieve zin op, aan anderen in uitermate negatieve zin. Melkert en Dijkstal vallen soms helemaal niet op en in de weken waarin zij wel erg opvallen, doen zij dat alleen in negatieve zin. Na het debat op de Erasmus Universiteit en vóór het hoogtepunt van de JSF-affaire en de val van het kabinet gaat het even iets beter. Jan-Peter Balkenende krijgt

in het nieuws meer aandacht dan zijn voorganger Jaap de Hoop Scheffer in 1998. Van de kiezers waarbij hij opvalt, valt hij steeds in positieve zin op. Halverwege april is hij bijvoorbeeld Dijkstal gepasseerd als degene die het meest geschikt wordt geacht als minister-president.

Horse race nieuws: nieuws over succes en falen

In vergelijking tot eerdere verkiezingscampagnes is de aandacht voor horse race nieuws overweldigend groot: 27%, vergeleken met bijvoorbeeld 15% in de verkiezingscampagne van 1998. Voortdurend wordt er gememoreerd dat de LPF gaat winnen en wordt alleen getwijfeld over de vraag *hoeveel* de LPF gaat winnen. Voortdurend worden ook vragen gesteld aan Paarse politici over de oorzaken van hun verlies. Dat Pim Fortuyn op grote winst staat wordt tot na de gemeenteraadsverkiezingen in Rotterdam voortdurend gememoreerd. De klad zit er voor Fortuyn even in na het debat op de Erasmus Universiteit maar later, onder andere na de val van het kabinet, wordt Fortuyn weer als succesvol afgeschilderd (Oegema, Vliegthart en anderen, 2002).

4 Analyse van media-effecten

Om de effecten van de hierboven besproken nieuwssorten in de periode van 1 januari tot 4 mei te onderzoeken ($n=15654$ kernzinnen) is per partij een regressieanalyse uitgevoerd over ($n=2609$) dagbladlezers waarvan de huidige voorkeur vergeleken kon worden met de voorkeur van twee weken daarvoor en het nieuws uit het eigen dagblad (Klein-nijenhuis, De Ridder e.a. 2002). Bij een gecombineerde analyse, over alle partijen heen, zien wij de veronderstelde effecten van de drie nieuwssorten terug. Het werkt om de eigen standpunten over de eigen issues aan de orde te stellen. Ook verdere profilering door middel van het uitlokken van kritiek van andere partijen en de media werkt. Het gerapporteerde succes doet de rest.

Ook voor een verklaring van het wisselende succes van de LPF zijn alle drie nieuwssorten aantoonbaar van belang: de kiezers stroomden toe zodra Fortuyn standpunten formuleerde over asielzoekers en immigranten, in de weken waarin de Paarse partijen en GroenLinks hem fel bestreden en zolang hij van het aureool van winnaar werd voorzien, zoals na de Gemeenteraadsverkiezingen. Het ging slechter met de LPF in de weken waarin de eigen thema's

minder aan de orde kwamen en in de weken waarin in het nieuws gememoreerd werd aan zijn afgang in het debat aan de Erasmus Universiteit.

Niet voor elke partij zijn alle nieuwsoorten van belang geweest. De pvda slaagde erin, ondanks de harde kritiek van Fortuyn, zich gunstig te profileren in de ogen van de kiezers. Al met al werd Melkert negatiever afgeschilderd dan Fortuyn. De kritiek op Fortuyn werkte in diens eigen voordeel, terwijl Melkert niet profiteerde van de kritiek.

Het cda profiteerde maandenlang niet van de onderstroom aan nieuws dat het goed ging met de partij en ook niet van het nieuws dat de Paarse partijen zich weer verwaardigden het cda van repliek te dienen. Pas vlak voor de verkiezingen stroomden de kiezers binnen, toen de linkse partijen te kampen hadden met de volkswoede na de moord op Fortuyn. Blijkens het onderzoek van Blauw achtte circa 40% van de kiezers de linkse partijen en de media 'indirect verantwoordelijk' voor de moord op Fortuyn. Na perikelen binnen LPF over het leiderschap, waarbij onder andere voorzitter Langendam sprak over de kogel die van links kwam, leek het cda het enige goede alternatief. Vijftien procent van de kiezers gaf aan pas in de laatste uren voor het uitbrengen van de stem een keuze te hebben gemaakt. In antwoord op de vraag welke thema's bij het uitbrengen van de stem doorslaggevend waren geweest, antwoordde 22% dat het ging om 'normen en waar-

den', gevolgd door 'criminaliteit en veiligheid', 'asielzoekers en immigranten' en toch, op de vierde plaats, nog het thema 'sociale zekerheid' dat in de campagne nauwelijks aan bod kwam.

5 Conclusie en discussie

Hoe uitzonderlijk de campagne van 2002 ook was, onderzoek naar de nieuwseffecten laat zien dat in de campagne dezelfde invloedsmechanismen een rol speelden als in voorgaande campagnes. Het ging nog steeds om het naar voren schuiven van eigen thema's, om de suggestie dat de échte strijd gaat tussen de eigen partij tegen de anderen. Het ging om het verkrijgen van een 'winnaarsaureool'. Met wijsheid achteraf valt gemakkelijk te stellen dat de linkse partijen hun eigen thema's krachtiger naar voren hadden kunnen schuiven. Zij hadden moeten ophouden elkaar te verketteren zodra dit het beeld van Paarse puinhopen ging bevestigen; een door Fortuyn geschapen beeld. Uiteindelijk volgen de media toch de politieke agenda (Jacobs en Shapiro 2000).

Journalisten zijn geneigd de oorzaken van de grote politieke verschuivingen achteraf te zoeken bij de kiezer die altijd gelijk heeft, of bij de verliezende partijen die het altijd verkeerd hebben gedaan. Aantoonbaar is dat de mediaberichtgeving op zijn minst een onmisbare schakel geweest is bij deze verschuivingen.

Noten

- 1 Met dank aan Blauw Research voor gegevens uit Politieke Issues Monitor 2002.
- 2 Nuanceringen van deze hypothese, bijvoorbeeld dat een partij die als enige hamert op een thema als drammerig overkomt op de kiezer, of dat kiezers behalve 'prospectief' ook 'retrospectief' stemmen, moeten hier buiten beschouwing blijven. Zo is het aantoonbaar dat de in de media overgenomen harde kritiek van Pim Fortuyn op de Paarse partijen dat zij 'Paarse puinhopen' hadden veroorzaakt, steeds zwaarder ging

wegen voor de kiezers die dit oordeel reeds onderschreven (Kleinnijenhuis, Van Hoof e.a. 2002).

- 3 In het verkiezingsonderzoek worden ook de televisienieuwsbulletins van SBS6, RTL4 en de NOS meegenomen. Het televisienieuws blijft in dit artikel buiten beschouwing omdat de analyse daarvan nog in volle gang is. Ook de berichtgeving over de moord op Fortuyn en de erop volgende campagnestilte laten wij hier buiten beschouwing.

Literatuur

Jacobs, L.R. en R.Y. Shapiro, 2000, *Politicians don't pander: Political manipulation and the loss of democratic responsiveness*. Chicago: University of Chicago Press.
 Kleinnijenhuis, J., D. Oegema, J.A. de Ridder en H. Bos, 1995, *De democratie op drift*. Amsterdam: vu uitgeverij.
 Kleinnijenhuis, J., D. Oegema, J.A. de Ridder en P.C. Ruigrok, 1998, *Paarse Polarisation*. Alphen aan de Rijn: Samson.
 Kleinnijenhuis, J., A. van Hoof en anderen, 2002, *Schuld en*

Boete: Retrospectief stemgedrag in 2002. Paper gepresenteerd tijdens het Politicologenetmaal, Noordwijkerhout.
 Kleinnijenhuis, J. en J.A. de Ridder e.a., 2002, *Paarse ontbinding: Media-effecten 2002*. Paper gepresenteerd tijdens het Politicologenetmaal, Noordwijkerhout.
 Oegema, D. en R.Vliegthart e.a., 2002, *Politici, kiezers en media: De opkomst van Lijst Pim Fortuyn*. Paper gepresenteerd tijdens het Politicologenetmaal, Noordwijkerhout.