

De stem des volks



# *De stem des volks*

Publieke opinie, opinieonderzoek en  
democratie

Arjan van Dixhoorn



Sociaal en Cultureel Planbureau  
Den Haag, februari 2006

## *Colofon*

© Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag 2006

SCP-essay 2

Grafisch ontwerp: Bureau Stijlzoorg, Utrecht

Logo reeks: Ien van Laanen, Amsterdam

Opmaak: Textcetera, Den Haag

ISBN 90 377 0265 1

ISBN 978 90 377 02651

NUR 740

[www.scp.nl](http://www.scp.nl)

Voorzover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient met de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/pro](http://www.cedar.nl/pro)).

## Inhoud

<b>Inleiding</b>	<b>9</b>
<b>Publieke opinie en de Nederlandse politiek</b>	<b>12</b>
Inleiding	12
Meningsvorming, media en politiek	14
Verrassingen van de publieke opinie	16
<b>Publieke opinie: begrip en verschijnsel</b>	<b>19</b>
Inleiding	19
Publieke opinie en openbaarheid	23
<i>Het maatschappelijke opinieproces</i>	23
<i>Publieke opinie en maatschappelijke debat</i>	26
<i>Vormen van openbaarheid</i>	28
<i>Openbaarheid en toegankelijkheid</i>	30
<i>Openbaarheid en opinieleaderschap</i>	32
<i>Macht, invloed en opinieleaderschap</i>	34
<i>Meningsvorming en rationaliteit</i>	37
<b>Publieke-opinieonderzoek</b>	<b>42</b>
Bevolkingsopinieonderzoek en fundamenteel onderzoek	42
Bevolkingsopinieonderzoek	45
<i>Problemen van bevolkingsopinieonderzoek</i>	48
Fundamenteel opinieonderzoek	52
<i>Onderzoeksthema's in fundamenteel opinieonderzoek</i>	54
Nieuwe onderzoeksmethoden	56
<b>Publieke opinie in 2002: voor, tijdens en na Fortuyn</b>	<b>60</b>
Meningsuiting en meningsvorming	60
Een roerige campagne en de gevolgen	62
Debatten over politiek, publiek en media	66
<i>Sluimerende onvrede?</i>	68
<i>Een incident?</i>	71
Publieke opinie en de wil van het volk	73

<b>Publieke opinie in 2003: het vreemdelingenbeleid</b>	75
Beleid ter discussie	75
De macht van luidruchtige minderheden	78
<b>Conclusies en bedenkingen</b>	80
Noten	87

## Voorwoord

De aanleiding voor dit essay vormen – opnieuw – de politieke ontwikkelingen en maatschappelijke onrust van 2002. Of in dat jaar nu een al langer broeiende politieke onvrede vlam vatte of dat de onvrede zich toen door een samenloop van omstandigheden en gebeurtenissen pas ontwikkelde: in beide gevallen werpt de situatie vragen op voor het publieke-opinieonderzoek. Zijn bevolkingsenquêtes geschikt om ontwikkelingen in zorgen en voorkeuren te peilen voor ze collectief tot uitdrukking komen in de openbaarheid en politiek? Kunnen enquêtes bijdragen aan een beter begrip van processen van publieke-meningvorming en van de beïnvloeding van individuele overtuigingen en voorkeuren door opinieleiders, politici en media? Welke rol vervullen de enquêtes eigenlijk zelf in de politieke-agendavorming en publieke-meningvorming?

Met dergelijke vragen in het achterhoofd en met het oog op vernieuwing van het eigen onderzoek naar culturele veranderingen en opinievorming heeft het Sociaal en Cultureel Planbureau de historicus dr. Arjan van Dixhoorn gevraagd om een beschouwing te schrijven over de publieke opinie en het onderzoek daarnaar. Het resultaat is een verhandeling die niet alleen van belang is voor onze interne bezinning op toekomstig onderzoek, maar ook van waarde is voor een breder publiek.

Deze beschouwing is de tweede in de reeks SCP-essays, die is bedoeld als een wat vrijere reeks verhandelingen over actuele maatschappelijke thema's. Als eerste verscheen in december 2005 Voorbeelden & nabeelden – historische vergelijkingen naar aanleiding van de dood van Fortuyn en Hazes. Ook toen was de Stem des Volks zeer hoorbaar, al was het niet altijd prettig er naar te moeten luisteren.

*Prof.dr. Paul Schmabel*  
Directeur SCP





# Inleiding

Najaar 2001 concludeerde een rapport van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) dat Nederland welvarend en tevreden was.<sup>1</sup> Voorjaar 2002 verwierven twee protestpartijen, de Lijst Pim Fortuyn (26) en Leefbaar Nederland (2) vanuit het niets samen 28 zetels, oppositiepartij CDA werd de grootste en de LPF kwam zelfs in de regering terecht. De gebeurtenissen veroorzaakten een golf van politieke onrust en opwinding in het land. Heel wat commentatoren beweerden dat 2002 het failliet aantoonde van de traditionele nieuwsgaring en onderzoeksmethoden waarmee journalisten, wetenschappers en politici inzicht probeerden te krijgen in de opvattingen van de Nederlanders over hun samenleving. Een algemene zelfreflectie in regeringskringen en politieke partijen, onder opinieonderzoekers en in de massamedia was het gevolg.<sup>2</sup> Velen dachten dat in 2002 een lang miskende onvrede aan de oppervlakte kwam. Mocht dat het geval zijn dan zouden politici, journalisten en onderzoekers een andere omgang met informatiebronnen, nieuwe manieren van nieuwsgaring en alternatieve onderzoeksmethoden moeten zoeken. Was 2002 het resultaat van een toevallige samenloop van omstandigheden, dan zou een effect op de onderzoeksmethoden natuurlijk beperkt kunnen blijven.<sup>3</sup>

Mocht de onvrede van kiezers over verschillende onderwerpen inderdaad over een langere periode zijn opgebouwd, dan werd die tot het voorjaar van 2002 door de meeste onderzoekers, journalisten en politici over het hoofd gezien. De vraag rijst hoe dat mogelijk is in een land waarin zoveel opinieonderzoek wordt gedaan en dat zoveel kanalen voor meningsuiting kent. Misschien is het tekenend dat Fortuyn en zijn aanhangers steeds weer klaagden over taboes die vrije meningsvorming over problemen met immigranten in Nederland onmogelijk maakten. Het kan zijn dat bepaalde groepen Nederlanders zich gedwongen zagen tot zwijgen, waardoor veel onrust in de meeste onderzoeken en reportages onzichtbaar bleef. Omgekeerd klaagden in de jaren na 2002 velen juist over de harde toon die het debat over minderheden en de islam was gaan kenmerken en vreesden sommigen een nieuw taboe: nu op gematigde geluiden over islam en

integratie. Nog een opvallende wending deed zich voor: in een rapport van het SCP uit 2003 werd een beeld geschetst van een bevolking die over het eigen leven tevreden was, maar zich zeer verontrust toonde over de samenleving als geheel.<sup>4</sup>

De radicale wendingen binnen een enkel jaar in de Nederlandse publieke meningsvorming en in de resultaten van opinieonderzoek zijn fascinerend. Nederland leek, in de ogen van binnen- en buitenlandse professionele waarnemers, in 2002 een bijna volmaakt land. Het was echter ook een land met een tam maatschappelijk debat en een bevolking die steeds minder actief bij de politiek betrokken was.<sup>5</sup> Inmiddels is de politiek onderwerp van geregeld oplopende discussies en vele gesprekken in de hele samenleving; van de krantenkolommen en televisierubrieken tot borrelpraat in cafés en gesprekken op het werk.<sup>6</sup> Meninge van het algemene publiek, van verschillende bevolkingsgroepen, uitgesproken individuen en nieuwe facties en partijen en reacties staan in het brandpunt van de nationale en soms ook internationale belangstelling.<sup>7</sup> Nederlandse opinie-makers als de vermoorde Pim Fortuyn en Theo van Gogh en de bedreigde Ayaan Hirsi Ali zijn wereldwijd bekend. De ontwikkelingen in de publieke opinie, de regels voor het publieke debat of de manier waarop men inzicht in de publieke opinie kan verwerven, zijn stuk voor stuk zeer actuele thema's.

De centrale vraag van dit essay is: wat is publieke opinie en wat kunnen we zeggen over de manier waarop er onderzoek naar wordt gedaan? Kan men een betrouwbaar en bruikbaar inzicht verkrijgen in de opinievorming onder het Nederlandse publiek? Het peilen en interpreteren van de mening van de bevolking is intussen een vast onderdeel geworden van het maatschappelijke leven. Maar hoe waardevol zijn de methoden waarmee dat wordt gedaan? In dit essay verkennen we de manier waarop onderzoek naar publieke-opinievorming wordt gedaan en wat de mogelijkheden en problemen daarvan zijn. Deze verkenning is niet bedoeld voor de onderzoekers, maar voor iedereen met belangstelling voor de rol van publieke-opinievorming en publieke opinieonderzoek in onze samenleving. In dit essay gaat het er niet om een verklaring te vinden voor de gebeurtenissen in Nederland in 2002. In de laatste twee hoofdstukken wordt op die ontwikkelin-

gen en op de commentaren in de massamedia en de wetenschap ingegaan omdat ze de problematiek van het opinieonderzoek goed illustreren. Naast voorbeelden uit de Nederlandse geschiedenis van na 2002 is dit essay gebaseerd op lectuur van sociaal-wetenschappelijke studies over publieke-opinievorming en publieke-opinieonderzoek.

In het tweede hoofdstuk zien we dat de opkomst van het opinieonderzoek in Nederland gerelateerd kan worden aan de (zorgen over de) verhoudingen tussen de politiek en het publiek. Steeds meer worden opvallende ontwikkelingen in de Nederlandse publieke opinie door journalisten en wetenschappers gevolgd. Tijdens crisismomenten neemt hun aandacht sterk toe. Dat gebeurde duidelijk na de hevige verkiezingsstrijd van 2002. Het begrip publieke opinie, zijn verwante begrippen en de betreffende verschijnselen komen aan de orde in het derde hoofdstuk. Het vierde hoofdstuk gaat vervolgens in op de resultaten van het beleidsgerichte en fundamentele publieke opinieonderzoek, op de problemen van het onderzoek zelf en zijn rol in het hedendaagse opinieproces. In het vijfde hoofdstuk komt het proces van opinievorming in 2002 aan de orde, en vooral de manier waarop commentatoren de ontwikkelingen naderhand probeerden te duiden. Het zesde hoofdstuk gaat in op de manier waarop die debatten in 2003 de ontwikkeling van nieuw beleid begeleidde dat weer bijdroeg aan een nieuwe strijd om de interpretatie van de publieke opinievorming in het land. Tot slot worden – op basis van de bevindingen over de Nederlandse ontwikkelingen en discussies en inzichten in de algemene resultaten van opinieonderzoek – enkele conclusies getrokken en enkele bedenkingen geformuleerd.

# Publieke opinie en de Nederlandse politiek

## Inleiding

In een democratie heeft de bevolking door vrije verkiezingen invloed op het bestuur. Maar ook langs andere wegen kunnen burgers in een open samenleving hun mening doen gelden. De optelsom van alle individuele meningen van de burgers van een land wordt ook *publieke opinie* genoemd. De democratische spelregels die de basis vormen voor de politieke en maatschappelijke invloed van de bevolking hebben in Nederland vrijwel algemene aanhang. Toch duiken geregeld bezwaren op tegen een te grote invloed van de bevolking, of juist tegen het gebrek aan invloed. Regelmatig debatteert men in sociaal-wetenschappelijke, politieke, intellectuele en journalistieke kringen over de politieke rol van de bevolking.<sup>8</sup> Dat gebeurt vaak naar aanleiding van belangrijke maatschappelijke of politieke ontwikkelingen. Na de verkiezingen van mei 2002 verschenen tal van commentaren over de publieke opinie, opgevat als de mening, het gevoelen of de wil van het volk. Sommige bijdragen waren positief van toon, andere waren uitgesproken negatief en pessimistisch gestemd over de rol van de volksmening in onze samenleving.

De discussie over de manier waarop het volk betrokken moet worden bij het bestuur van het land, de provincie en de gemeente wordt in Nederland al eeuwenlang gevoerd. Ruim voor de invoering van het algemeen kiesrecht en voor de invoering van de grondwet van 1848 was de politieke rol van de bevolking al geregeld onderwerp van debat. Daarbij ging het erom wie het volk vormen, door wie het wordt vertegenwoordigd en via welke procedures het kan meedenken en meebeslissen. Dat verleden van strijd om politieke rechten speelt in de huidige Nederlandse historische herinnering nauwelijks een rol, met uitzondering van de vaak gemaakte tegenstelling tussen 'het volk' en 'de regenten'. In 1992 verwees Pim Fortuyn met zijn pamflet *Aan het volk van Nederland* naar een gelijknamig pamflet uit 1781, dat vanaf de jaren zestig drie keer opnieuw werd herdrukt.<sup>9</sup> Dankzij Fortuyns

optreden in 2001 raakte het gebruik van de termen ‘volk’ en ‘regenten’ nog verder verankerd in het politieke spraakgebruik.<sup>10</sup>

Fortuyn liet zich inspireren door de nieuwe aandacht voor de patriotten. De Overijsselse regentencriticus Joan Derk van der Capellen tot den Pol pleitte in zijn pamflet *Aan het volk van Nederland* (1781) destijds voor een grotere invloed van de bevolking op het bestuur. Het geschrift versterkte de anti-orangistische partijvorming in de Nederlandse Republiek en 1781 wordt dan ook beschouwd als het beginjaar van de Patriottenopstand. Die opstand vond plaats vlak voor de Franse Revolutie (1789) en enkele jaren na de Onafhankelijkheidsoorlog van de Verenigde Staten (1776).<sup>11</sup> Van der Capellen was echter niet de eerste in Nederland met zijn pleidooi. Eerder die eeuw, omstreeks 1700, was bijvoorbeeld zijn grootvader Derk van Bassen, jurist en historicus, betrokken bij de publicatie van een reeks pamfletten. Tijdens een grootschalige burgeropstand in Gelderland verdedigden Van Bassen en zijn partijgenoten het constitutionele recht van de *soevereine* Arnhemse burgerij op directe politieke invloed. Daarmee weerden ze zich tegen de door hen afgezette Arnhemse stadsbestuurders. Die verzetten zich tegen hun gedwongen aftreden, en zij deden dat evenzeer op constitutionele gronden. Uiteindelijk moest de opstandige partij het veld ruimen en werd Van Bassen uit Arnhem verbannen.<sup>12</sup> Het begin van het democratisch denken en democratisch experimenteren en de kritiek op de democratische theorie en praktijk hebben oude wortels in het Europese en Amerikaanse verleden.<sup>13</sup>

De relatie tussen bevolking en politiek is in de democratische wereld geen voor altijd vastgelegde vanzelfsprekendheid. In Europa en de Verenigde Staten maken politici, wetenschappers, journalisten zich zorgen over die verhouding tussen de bevolking en de politiek. De dalende opkomstcijfers bij verkiezingen gelden aan beide zijden van de oceaan als symptomen van een sluimerende politieke crisis. In Europa stijgt de nervositeit vooral na verkiezingsoverwinningen van partijen met radicale opvattingen over de immigratieproblematiek, traditioneel het terrein van extreem-rechts en dus sinds het nazisme bijzonder verdacht. In Nederland kwam die eerste schok bij de opkomst van CP'86 en de Centrum-Democraten in de jaren 1980 en vroege jaren 1990.<sup>14</sup> Maar vooral de opkomst van de in 2002 vermoorde Pim Fortuyn

leidt nog altijd tot verontruste commentaren. Nieuwe uitdagers van het politieke systeem liepen zich in 2004 en 2005 al warm.

In buurland België deden zich in de jaren 1990 vergelijkbare schokken voor met de opkomst van het Vlaams Blok als vierde grote Vlaamse partij. Na een gerechtelijke veroordeling wegens racisme trok de partij in 2003 zelfs een recordaantal van ongeveer een miljoen Vlaamse kiezers. De affaire-Dutroux schokte eerder in de jaren negentig het vertrouwen van de Belgen in hun rechtssysteem zo sterk dat honderdduizenden de straat opgingen tijdens de grote demonstraties van de Witte Beweging die echter geen lang leven beschoren was. De Belgische socioloog Elchardus wijdde een aantal studies aan de opkomst van het wantrouwen in Vlaanderen en de toekomst van de politiek. Zijn boeken en de publicaties van Nederlandse commentatoren passen in een traditie van studies uit Europa en de Verenigde Staten naar de oorzaken van het verminderde sociale vertrouwen van burgers en een dalend maatschappelijk engagement, met als beroemde klassieker Putnams *Bowling Alone* uit 2000.<sup>15</sup> Vrolijkere geluiden over de sociale cohesie, het politieke engagement en de Nederlandse *civil society* komen van de onderzoekers van het Sociaal en Cultureel Planbureau. De verschillende inschattingen van de ontwikkelingen onder de Nederlandse bevolking kleurden de reacties op de verkiezingsuitslagen van mei 2002 en januari 2003.

### Meningsvorming, media en politiek

De afgelopen decennia werden mede gekenmerkt door de opkomst van de stem van het Nederlandse publiek in het openbare domein. Die opkomst is het gevolg van de manier waarop de banden tussen politiek, wetenschap en journalistiek in onze samenleving tot stand komen. Nieuwsorganisaties en andere massamedia laten steeds vaker de mening van de Nederlandse bevolking peilen. Dat doen ze alleen al om in een commerciële mediamarkt het eigen marktaandeel te onderzoeken. Maar opiniepeilingen bieden ook een alternatieve, subjectievere vorm van informatie en nieuwsgaring over ontwikkelingen in de samenleving, los van de ogenschijnlijk objectieve gegevens van instanties. Steeds vaker verlenen kranten, tijdschriften en publieke en commer-

ciële zendgemachtigden opdrachten voor opinieonderzoek. Ze houden vaker straatinterviews, maken straatreportages en organiseren peilingen op hun internetsites. Afgaand op de populariteit van de opiniepeiling lijkt ook het publiek erg geïnteresseerd in de mening van de medemens.<sup>16</sup>

Het traditionele voorbeeld van de opmars van de stem van de Nederlanders in het publieke domein zijn de peilingen in verkiezingstijd. Peilingen geven informatie over de 'kiezersmarkt'. Naar het voorbeeld van de Verenigde Staten gebruiken politieke partijen daarom steeds vaker opinieonderzoeken om inzicht te krijgen in hun imago en zo hun campagnestrategie te bepalen. Door het houden van peilingen hopen politici ook iets van de vermeende kloof tussen wensen van kiezers, die ze daarmee denken te leren kennen, en hun eigen politiek te kunnen sluiten. Media gebruiken peilingen om verslag te doen van de aanhang van opvattingen en beleid, van politici en politieke partijen. Politici, deskundigen en anderen becomingentariëren die uitslagen vervolgens weer. Daardoor hebben peilingen een eigen zeggingskracht in het politieke speelveld gekregen. Steeds meer media tonen in verkiezingstijd en daarbuiten de dag-, week- of maandkoersen van de concurrerende partijen en hun lijsttrekkers. Nieuwe partijen profiteren daarvan: als ze worden opgenomen in de peilingen kunnen ze al voor de verkiezingen ruime invloed uitoefenen op het maatschappelijke debat en op de overwegingen van kiezers. Peilingen hebben invloed op het stemgedrag van kiezers en uiteindelijk beïnvloeden peilingen dus ook de samenstelling van het bestuur. Ze hebben direct invloed op het gedrag van politici en politieke partijen en van commentatoren in de media<sup>17</sup>.

Maar het zijn niet alleen de politiek en de media die verantwoordelijk zijn voor de opmars van meningen uit het volk in het publieke domein. Algemeen wordt erkend dat ontwikkelingen in de samenleving ook afhangen van de percepties van burgers, kiezers, cliënten en consumenten. Bovendien zijn mensen blijkbaar erg geïnteresseerd in de meningen van anderen en hebben velen een grote behoefte hun mening publiek te uiten.<sup>18</sup> In een moderne communicatiesamenleving staan hen daartoe steeds meer middelen ter beschikking. Het gevolg van die ontwikkelingen in politiek, media en samenleving is dat over

de meningen van Nederlanders steeds meer informatie wordt gegeneerd, gepubliceerd en tot zelfstandig nieuwsfeit wordt gemaakt. Nieuwswaardige meningen ontlokken commentaar aan deskundigen, betrokkenen, journalisten, briefschrijvers, bellers en geïnterviewden en zo draait in Nederland een carrousel van meningen dag in, dag uit.<sup>19</sup>

Het hoeft niet te bevreemden dat het onderzoek naar meningen van groepen mensen, het opinieonderzoek, een belangrijke bedrijfstak is geworden. Er bestaat een grote markt voor publieke, semi-publieke, onafhankelijke en commerciële bureaus voor opinieonderzoek. Ook in het sociaal-wetenschappelijke onderzoek groeide in de jaren 1990 de belangstelling voor het proces van publieke opinievorming en de methoden van opinieonderzoek opnieuw. In Nederland geldt bovendien dat vrije publieke meningsvorming en de grenzen aan het publieke spreken sinds 2002 veel bediscussieerde thema's geworden zijn. Dat is met de moord op de cineast Theo van Gogh en de bedreigingen aan het adres van de kamerleden Ayaan Hirsi Ali en Geert Wilders nog verder toegenomen.

### Verrassingen van de publieke opinie

De publieke opinie staat vooral in de schijnwerpers van wetenschap, media en politiek als onlustgevoelens aan de oppervlakte komen. Demonstraties, tumultueuze verkiezingen, felle maatschappelijke discussies of zelfs politieke aanslagen leiden tot een opleving van de reflectie in politieke, wetenschappelijke en journalistieke kringen. Na de verkiezingen van 2002 klonk links en rechts een roep om grotere openheid van de politiek naar de burgers. Politici beloofden burgers meer te zullen opzoeken; maar ook door invoering van een vorm van het referendum en de gekozen burgemeester denken steeds meer betrokkenen de kloof tussen politici en burgers te kunnen dichten. Sinds 2002 wordt niet alleen een kloof waargenomen tussen politici en burgers, maar ook tussen de journalistiek en de samenleving. Kort na 2002 steeg de aandacht voor relaties tussen media, politici en bevolking en groeide de kritiek op de kwaliteit van de journalistiek. Algemeen nam men aan dat de media een doorslaggevende rol vervulden in de opinievorming tijdens de verkiezingsstrijd van



2002 en 2003. De manier waarop de media met de verkiezingscampagnes omgingen, leidde tot grote ontevredenheid onder zowel voor- als tegenstanders van de vermoorde Pim Fortuyn.

Over de rol van politici, politieke partijen en media verschenen weliswaar enkele boeken, de reflectie over de achtergronden van 2002 ging toch vooral over de beweegredenen van de bevolking. De ene na de andere commentator in kranten, op televisie en in wetenschappelijke bladen vroeg zich af wat die honderdduizenden kiezers bezielde toen ze hun stem gaven aan de partij van vermoorde politieke buitenstaander Fortuyn en zijn schijnbaar uit het niets opgekomen beweging. In de aanloop naar de verkiezingen was Nederland in de nationale en internationale beeldvorming een succesvol en welvarend modelland, met een tevreden burgerij, een alom gerespecteerde premier en een tot ieders tevredenheid functionerend Paars kabinet. De commentatoren stonden voor de vraag hoe ze die voor journalistiek en politiek volkomen onverwachte ommekeer konden verklaren. De meningen vielen ruwweg in twee groepen uiteen. Velen meenden dat in 2002 een lang opgebouwde en miskende onvrede door Fortuyns optreden tot ontlading kwam. Maar anderen zagen eerder een volk dat zich al te gemakkelijk liet meeslepen in een kortstondige hype rond een mediagenieke man.

In de discussie worstelden journalisten en onderzoekers met de vraag hoe serieus de politiek en de journalistiek de beweging onder de bevolking die in 2002 aan de oppervlakte kwam, moesten nemen. Het vaststellen van de juiste proporties van de gebeurtenissen en hun achtergronden was nodig om te bepalen hoe politiek en journalistiek moesten reageren, maar ook om in te schatten of zich in de toekomst opnieuw zulke dramatische bewegingen konden voordoen. Heel wat commentaren associeerden de 'stem van het volk', die in 2002 opeens zo luid klonk, met emoties als verveling, sensatiezucht, onvrede, onbehagen en wantrouwen en veel minder met rationaliteit, afgewogen oordeelsvorming en krachtige overtuigingen. Fortuyns opkomst via de massamedia en de sterke uitbarsting van woede en verslagenheid na zijn dood schokten veel commentatoren hevig. Precies daarom was het de vraag met welk gevoel van urgentie de gevestigde politiek en het maatschappelijk bestel moesten reageren. Het kon immers ook zijn dat men zich maar beter niet teveel

moest aantrekken van de korte-termijn-emoties van een over het algemeen beperkt geïnformeerd en gemakkelijk mee te slepen electoraat. In opvallend weinig commentaren werd stilgestaan bij de vraag hoe men eigenlijk de meningen van een bevolking kan meten en hoe de kwaliteit en urgentie ervan beoordeeld kan worden.

Het professioneel peilen en interpreteren van meningen is inmiddels een vast onderdeel geworden van het maatschappelijke leven. In de laatste twee paragrafen gaan we kort in op twee ontwikkelingen in de Nederlandse publieke opinie. Als eerste de verkiezingscampagne van 2002 en de commentaren en pogingen tot analyse in de wetenschappelijke, politieke en journalistieke pers; en als tweede een deel van de discussie over het vreemdelingenbeleid in 2003. Het voorbeeld van 2002 laat zien op welke manieren mensen in Nederland hun meningen kunnen uiten, hoe daar in de geschreven pers over wordt gedacht en welke interpretaties men aan die (vermeende) uitingen verleent. Het proces van opinievorming werd in 2002 en 2003, terwijl de ontwikkelingen nog voortliepen, volop geduid. De discussie over het vreemdelingenbeleid in 2003 was eigenlijk onderdeel van de evaluatie van de verkiezingsuitslag en de manier waarop die uitslag in concrete politieke daden zou worden omgezet. Uit die discussie blijkt hoe belangrijk in een democratie de interpretatie van de mening van de bevolking kan zijn en welke effecten die interpretatie op het beleid kan hebben. Maar om te beginnen gaan we nu in op het begrip publieke opinie zelf, de manier waarop publieke-opinieonderzoek wordt gedaan en welke vragen en problemen dat onderzoek oproept.

# Publieke opinie: begrip en verschijnsel

## Inleiding

In de jaren 1990 kreeg de interesse in de 'publieke opinie' onder politici, journalisten en burgers, maar ook onder sociale en politieke wetenschappers een nieuwe impuls. De hernieuwde interesse vloeit onder meer voort uit een opflakkerende bezorgdheid over de relatie tussen 'de politiek' en 'de burgers'. Vooral opvallende en controversiële verkiezingsuitslagen leiden, omdat ze worden beschouwd als ultieme uitdrukking van de publieke opinie en op het gebrek aan wisselwerking tussen de zittende politieke klasse en opvattingen van de bevolking.<sup>20</sup> In Nederland was dat in 2002 het geval. In allerlei kringen en media werd gedebatteerd over de ontwikkelingen in de Nederlandse publieke opinie, zonder dat het begrip ooit helder werd gedefinieerd. Het debat ging dan ook allereerst over de oorzaken van '2002'. Maar de discussie richtte zich ook op de werkwijze van Nederlandse journalisten en opinieonderzoekers die verantwoordelijk waren voor de informatievoorziening aan politici en publiek over de publieke opinie. Het is daarom goed na te gaan wat we ons moeten voorstellen bij het begrip publieke opinie en bij opinieonderzoek.

In het vervolg wordt ingegaan op de betekenis van het begrip, op de maatschappelijke verschijnselen waarop het betrekking heeft en op de functies die het fenomeen krijgt toegedicht. Welke betekenis men geeft aan het begrip publieke opinie is mede afhankelijk van de intellectuele en politieke traditie waartoe men, al dan niet bewust, behoort. Het publieke-opiniebegrip heeft na zijn ontstaan in de loop van de achttiende eeuw verschillende betekenissen gekregen, die nauw samenhangen met ideeën over goede democratische besluitvorming. Hoe men over publieke opinie denkt, bepaalt de onderzoeksmethoden waarmee men inzicht in die publieke opinie wil verwerven. Bovendien beïnvloedt het ook de opvattingen over de plaats die de publieke opinie in een democratie mag en moet innemen.

Discussies over de betekenis en het belang van de publieke opinie zijn niet nieuw. Ze dateren van vóór het ontstaan

van de moderne democratie in Nederland. In zijn anti-liberale pamflet *Bezwaren tegen den geest der eeuw*, verschenen in 1823, verwierp de conservatieve Isaac da Costa de opvatting dat een landsbestuur zich naar de publieke opinie moet schikken. Hij beweerde dat die mening in zijn tijd, toen van algemeen kiesrecht nog lang geen sprake was, breed werd gedragen. Da Costa omschreef 'publieke opinie' ook als 'het gevoelen van de maatschappij' en 'het oordeel van het volk', precies dat waarover in het eenentwintigste-eeuwse Nederland na de Fortuyn-revolte zo ernstig werd gediscussieerd. Conform de achttiende- en negentiende-eeuwse opvatting meende hij dat de publieke opinie zowel werd verwoord als werd aangevoerd door de schrijvende pers, en vooral door de tijdschriften. Maar de publieke opinie viel daarmee volgens hem toch niet samen. Da Costa was van mening dat het principiële onwenselijk en praktisch onmogelijk was om in het landsbestuur de publieke opinie te volgen. Een van zijn argumenten luidde dat aangezien de publieke opinie niet samenviel met de schrijvende pers het onmogelijk was om 'die zogenaamde publieke opinie' goed te leren kennen en vervolgens daarop het bestuur te richten. De opiniepeiling was nog niet uitgevonden, en anders dan Da Costa deed, liet men veelal de publieke opinie en de schrijvende pers samenvallen.<sup>21</sup>

Het begrip publieke opinie als aanduiding van een maatschappelijk fenomeen werd in Frankrijk (*opinion publique*), Engeland (*public opinion*) en Duitsland (*Öffentliche Meinung*) in de achttiende en in Nederland in de negentiende eeuw gemunt. Het behoorde tot de leefwereld van de gecultiveerde burgerij en stond dan ook voor de opvatting van het 'weldenkend deel' van het land, en zeker niet voor de mening van het hele volk.<sup>22</sup> In Nederland zou het begrip 'publieke opinie' juist in de jaren 1820 opgekomen zijn, precies in de tijd dat Da Costa zijn maatschappijkritiek schreef en publiceerde.<sup>23</sup> Da Costa gaf aan het begrip een eigenzinnige draai; het kan zijn dat hij dat deed om inhoudelijke redenen, maar dan kwam hem dat heel goed uit omdat hij het begrip zo gemakkelijk in een kwade reuk kon plaatsen. Hij suggereerde immers ten onrechte dat de liberale liefhebbers van de publieke opinie de mening van heel het volk als richtsnoer voor het bestuur wilden. In tegenstelling tot zijn liberale tijdgenoten en hun latere historici stelde Da Costa de publieke opinie

voor als de mening van een collectief, als een oud verschijnsel dat al in bijbelse tijden bestond, en niet als een recente vrucht van de Verlichting. In zijn pamflet associeerde hij de mening van het gewone volk met opstandigheid, onredelijkheid en verbittering. Dat waren niet direct kwaliteiten waarop redelijke mensen een bestuur zouden willen bouwen.

De Duitse sociaal-filosoof Jürgen Habermas betoogde in zijn invloedrijke studie *Strukturwandel der Öffentlichkeit* uit 1962 dat men in de achttiende eeuw met het begrip publieke opinie iets nieuws had uitgevonden waarmee men gloednieuwe maatschappelijke verschijnselen kon benoemen. Nieuw was volgens hem dat in de eeuw van de Verlichting een nationaal publiek van vrije burgers in gesprek en in geschrifte op een onafhankelijke, kritische, rationele, goedgeinformeerde en doelgerichte manier discussieerde over zaken van algemeen belang. Publieke opinie was de maatschappelijke consensus die ontstond als resultaat van een dergelijk debat. Maatschappelijke instituties en sociale verhoudingen die een dergelijk publiek en debat mogelijk maakten, bestonden volgens Habermas vóór 1700 niet, zodat voordien ook geen sprake kon zijn van 'publieke opinie'. De klassiek geworden opvatting over publieke opinie die Habermas in zijn boek beschreef en verdedigde, was een categorie van de moderne, burgerlijk-kapitalistische samenleving.<sup>24</sup>

Die definitie was echter in 1962 in de sociale wetenschappen al grotendeels verdrongen door een heel nieuwe opvatting over publieke opinie. Die stond dichterbij Da Costa's omschrijving van publieke opinie als de meningen van het volk en niet alleen die van een schrijvende burgerstand. Het nieuwere publieke-opiniebegrip beschreef een verschijnsel dat van alle tijden en plaatsen is en lang vóór de achttiende eeuw kon voorkomen. De publieke opinie staat volgens die opvatting gelijk aan de mening van de meerderheid van de bevolking. Binnen een bevolking(sgroep) zullen altijd voor- en tegenstanders van bepaalde opvattingen en gedragingen voorkomen. Op zich kwam het verschijnsel publieke opinievorming volgens deze nieuwere definitie ook voor in oudere samenlevingen. De methoden om het te onderzoeken, tijdens Da Costa's leven nog ondenkbaar, maken het verschil met alle eeuwen voor 1900.<sup>25</sup>

Het is opvallend dat in de Nederlandse pers opinies van de bevolking eerder beschreven worden als gevoelens dan als

ideeën, opvattingen en overtuigingen. Zo lijken die opinies maar weinig op het ideaalbeeld van rationaliteit, dat zo belangrijk is in het klassieke opiniebegrip. Journalisten haken daarmee, bewust of onbewust, in bij een bepaalde opvatting over de rationaliteit waarmee het brede publiek zijn oordelen velt.<sup>26</sup> In een commentaar over de code-Tabaksblat uit 2003 stelde een NRC-redacteur bijvoorbeeld dat de nieuwe normen voor ondernemingsbestuur een antwoord waren op emotionele reacties uit de samenleving tegen het bedrijfsleven. De code moest de *krachten* (het ging vooral om woorden) beteugelen die loskwamen na de fraude-affaire bij supermarktketen Ahold. Naast *vertrouwensverlies* bij internationale beleggers in Nederlandse bedrijven zou de affaire de maatschappelijke *woede* over gouden handdrukken en topsalarissen hebben versterkt en de *bevreemding* over de ons-kent-ons-cultuur onder Nederlandse topbestuurders.<sup>27</sup> In dezelfde maand berichtte de NRC over resultaten van de Eurobarometer. Dit halfjaarlijkse opinieonderzoek in opdracht van de Europese Commissie gaf een toenemende *euroscopsis*, dalende *steun* en afnemend *enthousiasme* voor Europese integratie onder de Nederlanders te zien. NRC-redacteur Arlen Poort verklaarde in *NRC-Handelsblad* van 9 december 2003 dat de traditioneel hoge steun van Nederlanders voor de integratie gelijk had gestaan aan de *'liefde* van een markt-koopman'. Nederlanders zouden wel graag aan Europa verdienen, maar de Unie verder geen *warm hart* toedragen. Uit dezelfde barometer zou gebleken zijn dat een meerderheid weinig *weezin* had tegen toetreding van Turkije tot de Unie.<sup>28</sup>

Dat de mening van het gewone volk nogal eens wordt weergegeven in termen die behoren tot het gevoelsleven en niet tot het denken heeft een lange traditie. In de Nederlandse Republiek van de zeventiende en achttiende eeuw was het heel gebruikelijk, Da Costa deed het en het is dus nog steeds in zwang. Het volk zou onderhevig zijn aan wilde emoties die zonder het minste of geringste door lepe volksmenners in hun voordeel zouden kunnen worden aangewakkerd.<sup>29</sup> Habermas sloot het gewone volk daarom uit van zijn ideale burgerlijke openbaarheid en publieke opinie. Het had zijn eigen plebejische openbaarheid. Het daaraan deelnemende volk kon niet voldoen aan de burgerlijke criteria van individualiteit, onafhankelijkheid, geïnformeerdeheid en rationaliteit.<sup>30</sup>

De pioniers van het vroege twintigste-eeuwse opinieonderzoek hadden echter meer vertrouwen in de bevolking. Zij vonden dat haar mening in een goede democratie richtsnoer moet zijn van het bestuur; en niet alleen de mening van een kleine, spraakmakende elite.<sup>31</sup> Afgezien van verkiezingen was het echter tot in de twintigste eeuw onmogelijk de mening van die bevolking op een betrouwbare en betaalbare manier te achterhalen. Eind twintigste eeuw was dat wel het geval. Maar de rol van opinieonderzoek en de onderzoeksresultaten zorgen nu zelf voor een heropleving van de klassieke, meer elitaire en maatschappijkritische opvatting van publieke opinie; publieke opinie als uitkomst van een goedgeinformeerd publiek debat.<sup>32</sup> In het huidige wetenschappelijk onderzoek en het maatschappelijke en academische spraakgebruik spelen nu zowel de klassieke als moderne opvatting een rol.

Het begrip publieke opinie heeft in de twintigste eeuw dus een hele geschiedenis doorgemaakt.<sup>33</sup> Tot in het midden van de twintigste eeuw was het nauw verbonden met het begrip openbaarheid. Met publieke opinie werd bedoeld op meningen die in het openbare leven de toon zetten en druk konden uitoefenen op het denken en doen van mensen, instellingen en vooral van overheden. Publieke opinie was dan de uitkomst van maatschappelijke informatie-uitwisseling en discussies. Het werd voorgesteld als een organisch, interactief en bijna autonoom maatschappelijk fenomeen. Met de opkomst van het sociaal-wetenschappelijke opinieonderzoek vanaf de jaren 1930, kreeg het begrip publieke opinie een betekenis erbij, eerst in de sociale wetenschappen en daarna ook in het algemene spraakgebruik. Met publieke opinie worden steeds minder de toonaangevende opinies in het publieke domein bedoeld en steeds meer de meest voorkomende opvattingen onder de bevolking. Die opvattingen worden gemeten in opinieonderzoeken op basis van steekproeven.<sup>34</sup>

## Publieke opinie en openbaarheid

### *Het maatschappelijke opinieproces*

Het wetenschappelijke en journalistieke spraakgebruik presenteert publieke opinie nu als de stand van de mening van een bevolking over bepaalde onderwerpen op enig moment. Enig verband met een openbaar discours is daarvoor niet nodig. Maar ook

volgens deze opvatting kan publieke opinie niet anders zijn dan het resultaat van een wisselwerking tussen personen, instanties en groepen over onderwerpen die men belangrijk vindt of die om allerlei redenen algemene interesse of fascinatie oproepen. Die onderwerpen worden gedefinieerd, geëvalueerd en geproblematiseerd. Mensen nemen standpunten in, dragen ze uit en bespreken ze en soms wordt over noodzakelijke acties en reacties gediscussieerd. Dat publieke-opinieproces bestaat uit een aantal maatschappelijke verschijnselen die voor iedere deelnemer aan het sociale leven herkenbaar zijn.

Publieke opinie is ondenkbaar zonder openbaarheid, en openbaarheid is ondenkbaar zonder een publiek. Publieke opinie kan niet bestaan zonder groepen mensen die kennis nemen van zaken en van andermans meningen, daarover van gedachten wisselen en er commentaar op leveren. Een publiek ontstaat wanneer groepen mensen, actief en passief, geïntegreerd raken in informatie- en communicatiestromen. Meestal zijn alleen kleine groepen actief betrokken bij opinievorming over een bepaald onderwerp. Soms weten zulke groepen door bepaalde activiteiten, een ontwikkeling in een belangrijk besluitvormingsproces of een gebeurtenis grote aantallen mensen te interesseren en te mobiliseren. Normaal gesproken kent een samenleving als de Nederlandse vele deelpublieken die zich informeel organiseren rondom bepaalde maatschappelijke thema's en zo deelopenbaarheden vormen.<sup>35</sup>

In moderne samenlevingen wordt bij openbaarheid en publieke-opinievorming vooral gedacht aan de georganiseerde en kapitaalsintensieve media als kranten, tijdschriften, boeken, radio, televisie en het internet. Die lijken immers de toon te zetten in het openbare leven. Daar vindt bij uitstek communicatie plaats van informatie, meningen en interpretatiekaders die openbaar zijn: voor grote groepen mensen in principe toegankelijk. Mediaorganisaties en hun medewerkers en allerlei personen, groepen en organisaties met toegang tot de media houden die toegankelijke communicatiestromen, de openbaarheid, in stand.<sup>36</sup>

Openbaarheid is het resultaat van fysieke en virtuele ontmoetingen van mensen, nieuws en meningen. Mensen en meningen ontmoeten elkaar in de georganiseerde media. Maar



minstens zo belangrijk is het dagelijkse contact tussen mensen in vergaderingen en andere bijeenkomsten, thuis, op straat en in de winkel en kroeg. In het onderlinge gesprek worden geruchten, roddels en allerlei informatie en meningen uitgewisseld. Een gesprek voeren is in feite ook een vorm van publiceren. Gerucht en roddel zijn als activiteiten waaraan vele mensen bijdragen evengoed massacommunicatie; zij het niet zo georganiseerd, kapitaalsintensief en formeel als de dominante massamedia.<sup>37</sup> Ideeën worden verder ook door middel van kunstwerken, graffiti, stickers, aanplakbiljetten, spandoeken, vlaggen, kledingstukken en andere attributen of door acties uitgedragen. Enkele voorbeelden daarvan zagen we eerder, maar in onze samenleving wemelt het van dergelijke media.<sup>38</sup>

Dankzij internet, radio, televisie, drukpers en andere communicatiemiddelen staan mensen bloot aan een vrijwel onophoudelijke stroom van informatie over feiten, interpretaties daarvan en meningen over van alles en nog wat. We worden min of meer gedwongen te reageren op dezelfde nieuwsprikkels als anderen in onze omgeving. Als mensen door heel de samenleving heen op dezelfde informatie reageren, kunnen we spreken van een algemeen publiek. Mensen kunnen bepaalde prikkels natuurlijk ook bewust vermijden en andere opzoeken. Binnen de bevolking vindt voortdurend een selectie plaats waardoor mensen zich over deelpublieken verdelen. Een deelpubliek vormt zich rondom een thema dat nog niet of niet langer de interesse van bredere groepen in de samenleving geniet.<sup>39</sup>

Volgens het klassiek-normatieve opiniebegrip ontstaat publieke opinie in openbaarheid. Het is de uitkomst van een vrij, algemeen toegankelijk en rationeel discours tussen goedgeïnfomeerde en geëngageerde individuen. Minder normatieve en meer empirische opvattingen houden het erop dat de praktijk van publieke-opinievorming machtsvorming kent, insluiting van deelnemers en uitsluiting van buitenstaanders, manipulatie en overdrijving en het gebruik van allerlei retorische wendingen in informatieoverdracht en in debat. Anders dan het klassieke begrip wil, draait het volgens empirische opvattingen in het proces van opinievorming niet alleen om verbale communicatie en rationele discussievormen. Symbolisch gedrag, allerlei beelden en voorstellingen die een beroep doen op emoties, vastgeroeste

overtuigingen en vooroordelen spelen een rol. Dergelijke inzichten verbreden het begrip van wat publieke opinie en publieke opinievorming in een postmoderne samenleving is, en hebben invloed op het onderzoek naar deze fenomenen en op de beoordeling van hun kwaliteiten in besluitvormingsprocessen.<sup>40</sup>

*Publieke opinie en maatschappelijke debat*

In Nederland wordt in allerlei organen, kringen en media gediscussieerd. Mensen, groepen en organisaties vallen geregeld in informele en formele circuits andere meningen aan en zoeken naar verbreding en verdieping van draagvlak voor de eigen opvattingen. Naast de vele deelbelangen van allerlei organisaties, groepen en gemeenschappen keren in de massamedia meer algemene onderwerpen regelmatig terug. Soms krijgt zo'n kwestie meer urgentie. Meer mensen en media vinden het onderwerp belangrijk en gaan zich ermee bezighouden. Daardoor verheft zich de meningsvorming en voert de kwestie tot een publiek debat.<sup>41</sup>

De deelnemers aan een publiek debat streven naar invloed op het beleid van publieke autoriteiten, bijvoorbeeld het vreemdelingenbeleid van een minister of op het bestuur van belangrijke maatschappelijke organisaties, bijvoorbeeld over het inkomensbeleid van de top van het internationale bedrijfsleven. Maar ze kunnen zich ook richten op leidinggevendenden binnen een bepaalde organisatie of maatschappelijke beweging, zoals een kerkgemeenschap, op bepaalde groepen uit de bevolking of op het algemene publiek. Vaak is een incident of een belangrijk moment in de besluitvorming de aanleiding tot een verhevigd debat, dat meestal over slepende maatschappelijke kwesties gaat.<sup>42</sup>

Een mooi voorbeeld van een dergelijke kwestie, waarbij de meningsvorming zich niet zozeer op de overheid richt, maar vooral ook op maatschappelijke groeperingen, is het debat over de hoofddoekjes en verdergaande vormen van lichaamsbedekking door vrouwelijke aanhangers van de islam. Dit onderwerp zal in Nederland niet snel tot een algemene beleidsdaad leiden of tot grootschalige maatschappelijke actie, wel tot regels in scholen en voor publieke functies. Het wordt verder vooral geregeld aangeroerd in discussies over de integratie van immigranten. Het debat over de hoofddoekjes ontstijgt de grenzen van Nederland en wordt gestimuleerd door nieuws over ontwikkelingen in an-

dere Europese landen, van Frankrijk tot Turkije. Het gaat bovendien over fundamentele waarden in westerse samenlevingen.<sup>43</sup>

Het bestaan van een publieke opinie wordt onvermijdelijk waargenomen door iedereen die een sociaal leven leidt en toegang heeft tot massamedia. Wie televisie kijkt, de krant leest, gezins- en familieleden, buurtgenoten, vrienden, kennissen en collega's spreekt of op internet surft, maakt zelf mee dat mensen steeds bezig zijn met het verspreiden en verwerken van informatie, het weergeven en vormen van standpunten over de wereld om hen heen. Iedereen die niet de hele dag thuis zit, zonder krant, radio, televisie en internet, kan dan merken dat soms overal en door veel mensen over bepaalde onderwerpen wordt gesproken. Het is alsof het onderwerp door de samenleving gonst, steeds terugkerend in gesprekken thuis, op straat, in bus en trein, op het werk en in de kroeg en ook nog eens in kranten, tijdschriften en radio- en televisieprogramma's, in brief, telefoon- en e-mailverkeer, op websites en internetfora en in chatboxen. De wisselwerking tussen verschillende deelpublieken en media neemt dan sterk toe en men kan de publieke opinie aan den lijve ervaren. Meestal concentreren de media zich dan gedurende langere tijd op een onderwerp en kan het uitgroeien tot een mediahype.<sup>44</sup>

Publieke opinievorming gaat niet over de persoonlijke beslommeringen uit het eigen leven, maar wel over alles wat de belangstelling van medeburgers kan wekken. Het onderwerp kan dicht bij huis liggen, zoals de aanblik of veiligheid van de wijk, de prijzen in de supermarkten, de accijnsverhoging op tabak of het rookverbod in openbare ruimtes. Gesprekken en discussies daarover krijgen al snel een politiek karakter, en stijgen uit boven directe persoonlijke belangen. Maar de werking van de publieke opinie wordt het sterkst zichtbaar na belangrijke gebeurtenissen en tijdens maatschappelijke debatten. Daarbij kan het gaan om wereldschokkend nieuws en ingrijpende voorvallen in Nederland, bijvoorbeeld de aanslagen van 11 september 2001 in de VS of van 11 maart 2004 in Madrid; de opkomst van en moord op Fortuyn; de oorlog in Irak; de moord op een conrector van een Haagse school en van Theo van Gogh in november 2004; het uitzetbeleid voor uitgeprocedeerde asielzoekers; de introductie van de euro; de criminaliteit; het integratievraagstuk en het

referendum over de Europese Grondwet. Maar het kan ook gaan om minder ingrijpende kwesties als de uitzending van programma's als Big Brother en Idols; het succes van een volkszanger als Frans Bauer; de kritiek van ministers op de media; het Europese kampioenschap voetbal en de kritiek op spelers en bondscoach.

Die meningsvorming over tal van grote en kleine onderwerpen, met informatievoorziening, persoonlijke overdenking, gesprekken en debatten over thema's die soms ook nog in elkaar grijpen, ligt aan de basis van de opvattingen die in opinie-enquêtes gemeten worden. Hoe dat maatschappelijk proces van meningsvorming de individuele afweging van het moment beïnvloedt, is een thema dat apart onderzoek verdient. In het klassieke opiniebegrip speelt vooral dat maatschappelijk proces een rol. In het moderne opiniebegrip gaat het vooral om de uitkomst van dat proces op een bepaald moment. Die betekenisverschuiving houdt niet in dat onderzoekers niet meer geïnteresseerd zijn in dat maatschappelijke proces zelf of in de verschillende elementen die de individuele en collectieve meningsvorming beïnvloeden (p. 52). Maar vooral in het publieke debat zelf speelt die onderzoeksinteresse maar zelden een rol. Een uitzondering was misschien de uitgebreide discussie na de opkomst van Pim Fortuyn in 2002.

#### *Vormen van openbaarheid*

Het begrip openbaarheid betekent algemene bekendheid; maar het benoemt ook het maatschappelijke systeem dat algemene bekendheid mogelijk maakt. In de klassieke opvatting wordt dat systeem meestal voorgesteld als een forum waar individuen, groepen en instituties in alle openheid informatie en ideeën uitwisselen.<sup>45</sup> In andere definities wordt benadrukt dat openbaarheid het resultaat is van interacties tussen mensen, groepen en instituties en wordt de ruimtelijke metafoor vermeden.<sup>46</sup> Het soort communicatiekanalen van een samenleving maakt uit hoe mensen, groepen en instituties openbaarheid kunnen bereiken. Alle 'systemen' van openbaarheid vragen om investeringen, en kennen bepaalde gedragsregels en communicatieprincipes. Daardoor is openbaarheid, ondanks het optimisme van het begrip, in de praktijk niet voor alle personen, groepen en instituties even gemakkelijk te verwerven.<sup>47</sup>

Informeel openbaarheidsverkeer vergt nog de minste investeringen. Een regelmatig contact met familieleden, burens, vrienden, kroeg-, kerk- en clubgenoten, collega's en anderen is voldoende om daaraan deel te hebben. Mensen met een uitgebreid netwerk van regelmatige contacten behoren tot de kern van de informele openbaarheid en mensen met weinig en vooral vluchtige contacten tot de marge. Men kan aan die informele openbaarheid op een ontvangende manier deelnemen; men kan meewerken aan het verspreiden van geruchten en weetjes die men van anderen heeft gekregen; men kan ook zelf bron van veel geruchten zijn en een spilfunctie vervullen in de informele openbaarmaking.<sup>48</sup>

In een moderne samenleving bestaan talloze oude en nieuwe vormen van openbaarheid naast elkaar. Die alledaagse informele openbaarheid is nog de minst spectaculaire, maar wel alomtegenwoordig. Die wereld van de gewone onderlinge omgang – waaronder ook het briefschrijven, telefoneren, sms'en, chatten en e-mails vallen – raakt steeds meer verweven met georganiseerde, formelere vormen van openbaarheid. Die vragen van iemand die openbaarheid wil bereiken veel meer investeringen in connecties, kennis, vaardigheden en infrastructuur en zijn lang niet meer voor iedereen even gemakkelijk te organiseren of toegankelijk. Dat geldt zeker voor georganiseerde media als de drukpers, de televisie en de radio, reclameboodschappen en deels ook voor het internet. Voor de meerderheid is het onderhouden van een eigen website ondoenlijk, maar voor verschillende groepen is het bezoeken van het wereldwijde web zelfs nog een brug te ver.

Begrippen als *twintigste-eeuwse openbaarheid*, *Nederlandse openbaarheid* of *Europese openbaarheid* benoemen een geheel aan communicatiemiddelen waarmee in een bepaalde samenleving openbaarheid bereikt kan worden. Een begrip als *burgerlijke openbaarheid*, dat tot de klassieke opvatting over publieke opinie behoort, benoemt de communicatiemogelijkheden die kenmerkend zijn voor het klassiek-burgerlijke samenleven. In de burgerlijke openbaarheid zijn de verschillende communicatiemiddelen onderling verbonden door het soort mensen dat met elkaar in contact staat, hun gedrag en manier van onderlinge omgang, regels voor het communiceren, onderwerpen die openbaar gemaakt worden en organisaties die bij openbaarmaking betrok-

ken zijn.<sup>49</sup> De openbaarheid in westerse samenlevingen heeft ook een ander karakter dan in landen als Rusland, China, Iran of Saudi-Arabië. In onvrije samenlevingen kan een clandestiene openbaarheid ontstaan, zoals de illegaliteit in Nederland tijdens WOII of die van radicale moslims in het Midden-Oosten en West-Europa. Een eigen openbaarheid kan ook ontstaan onder ideologische stromingen of onder etnisch-culturele groeperingen. Daardoor kent Nederland een christelijke, maar ook een Turkse en een Marokkaanse openbaarheid, die door buitenstaanders gemeden worden en bovendien voor hen maar moeilijk toegankelijk zijn.

Tijdens de verzuiling van begin twintigste eeuw was Nederland opgedeeld in een aantal ideologisch bepaalde openbaarheden. Die waren niet helemaal autonoom en er bleef dus ook een algemene Nederlandse openbaarheid bestaan. Hoewel de bloeitijd van de verzuiling achter ons ligt, is Nederland aan het begin van de eenentwintigste eeuw nog steeds een lappendeken van openbaarheden: verschillende vormen van openbaarmaking zijn speciaal op jongeren gericht, andere zijn voor hoogopgeleiden of juist voor laagopgeleiden bedoeld, organiseren een publiek uit een bepaalde regio of met een bepaalde levensstijl. In de ontwikkeling van zulke deelopenbaarheden spelen nu vooral commerciële organisaties een hoofdrol. Ondanks die versplintering kunnen door de wisselwerking tussen verschillende communicatiemiddelen steeds weer nieuwe onderwerpen, meningen, beelden, berichten en personen algemene bekendheid verwerven.

#### *Openbaarheid en toegankelijkheid*

De communicatiemiddelen die een samenleving of een deelopenbaarheid domineren, bepalen wat openbaargemaakt wordt en door wie. Ze hebben invloed op de duur waarmee iets openbaar kan blijven, op de mate van discussie en wat voor informatie en welke levensstijlen veel aandacht krijgen. In Nederland is eind twintigste eeuw de dominante klassiek-burgerlijke openbaarheid van de verzuiling verdrongen door een commercialiserende openbaarheid. In de wereld van de grote georganiseerde media laat men zich leiden door marktaandeel en doelgroepen. Maar Nederland kent ook een enorme waaier aan media met een

beperkt marktaandeel. Die bedienen niche-publieken, maar zouden misschien best willen doorbreken naar het grote publiek. Het grootste deel van die media, van boeken, tijdschriften en kranten tot radio- en televisiezenders wordt beheerst door hoogopgeleide mannen van autochtoon-Nederlandse afkomst, met een vrijzinnige moraal en religieus weinig uitgesproken opvattingen. Deze redacteurs en journalisten selecteren wie aan het woord komen en waarover. Daarmee bepalen zij goeddeels wat de dominante tonen zijn in het Nederlandse publieke discours. Dat geeft hen grote invloed op het beeld dat Nederlanders over hun samenleving krijgen voorgeschoteld.<sup>50</sup>

Naast journalisten komen in die media allerlei soorten experts aan het woord, officiële woordvoerders van groepen en belangen, mensen die leidinggevende en invloedrijke posities bekleden in de samenleving, sterren uit de sport-, kunst-, muziek-, film- en televisiewereld en andere succesvolle mensen die daarmee tot de categorie bekende Nederlanders behoren. Het merendeel van hen is opnieuw man, de meesten zijn hoogopgeleid en veelal redelijk tot zeer welgesteld. Het schrijven van een boek of een artikel in een krant of tijdschrift, het geven van interviews en optredens op radio of televisie vragen om een combinatie van eigenschappen waarover de meeste mensen niet beschikken. Om zelf tot de media door te dringen moet iemand al beschikken over een zeker verbaal vermogen, enig schrijftalent, goede gespreksvaardigheden, inhoudelijke kennis en beschaafde omgangsvormen en ook nog eens over enige bekendheid en een goed netwerk. Dat alles versterkt de dominantie van een bepaald soort mensen en bepaalde opvattingen en gedragingen in de algemene Nederlandse openbaarheid. Het maakt van de wereld van de grote media een vrijzinnig bolwerk. Een belangrijke tegenstem tegen die dominante libertijnse mediawereld wordt onder meer gevormd door bijeenkomsten in kerken en moskeeën, in preken en gesprekken na afloop, door borrelpraat thuis en in het café, door internet met al zijn fora en weblogs, waar schrijftalent geen voorwaarde is, en door opvallende individuele en collectieve acties op straat. Soms krijgen tegenstemmen nieuws-waarde, als er bijvoorbeeld zaken worden verkondigd die radicaal indruisen tegen wat men bij de grote media normaal vindt. Dergelijke radicale tegenstemmen klinken in streng-christelijke

en extreem-linkse kringen en veel meer in de schijnwerpers, in kringen van radicale moslims en extreem-rechts.

Meestal circuleren radicale opvattingen vooral in kringen van de aanhangers zelf. Het bereik ervan kan, zoals we tegenwoordig maar al te goed weten, desondanks toch wereldwijd zijn. Een voor iedereen algemene en probleemloze toegankelijkheid van de openbaarheid is onmogelijk te verwezenlijken. Tal van obstakels in de organisatie van de communicatiemiddelen en de ongelijke verdeling van sociaal kapitaal en andere capaciteiten onder de bevolking verhinderen dat.<sup>51</sup> Maar als toegang tot het brede publiek niet via de normale weg is te bereiken, staan mensen nog andere middelen ter beschikking. Men kan ook proberen aandacht van de massamedia of een algemeen publiek af te dwingen. Dat kan door grote mensenmassa's op de been te brengen of tenminste de indruk wekken dat te kunnen, door stille marsen te organiseren, herdenkingsbijeenkomsten te houden of door te demonstreren met spandoeken en kreten. Het kan door je te verzetten tegen uitzetting uit een kraakpand, je aan bomen te laten vastketenen, een hongerstaking te organiseren of in het bijzijn van anderen je lichaam te verminken. Al die middelen worden gebruikt om het oog van de camera te trekken, in de schijnwerpers van de grote media gevangen te raken en zo de aandacht van een groter publiek te winnen. Door succesvolle acties krijgen bepaalde groepen en individuen een kans hun onvermogen tot spreken in de massamedia te doorbreken.

#### *Openbaarheid en opinieleiderschap*

De meest in het oog springende opinieleiders zijn mensen die met regelmaat in de massamedia, in het lezingencircuit, op de preekstoel of via andere formele publicatiemiddelen hun opvattingen of kennis kunnen uiten. Opinieleiders op een meer bescheiden schaal zijn mensen met een gezaghebbende positie in eigen kring – onder vrienden, kennissen, collega's en familie – als goedgeïnformeerde mensen met uitgesproken meningen, die hun opvattingen in gesprekken met anderen gemakkelijk en zonder veel vrees voor mogelijke gevolgen uiten.<sup>52</sup> Wie steeds de kans grijpt om zich uit te spreken bepaalt de agenda van de maatschappelijke discussie meer dan wie zich niet uitspreekt. Dat wil



natuurlijk niet zeggen dat de meerderheid zich voegt naar de meningen van wie zich geregeld uiten.<sup>53</sup>

Opinieleiderschap in de massamedia wordt bepaald door iemands status als vertegenwoordiger van een bepaald belang of een bepaalde groep of organisatie, maar ook door iemands netwerken, expertise en mediagenieke karakter. Voorwaarde voor een goede toegang tot de massamedia is dat die eigenschappen samenvallen met de interesses en netwerken van journalisten, redacteuren of bijvoorbeeld organisatoren van congressen en lezingen. De toegang tot de formele kanalen voor openbaarmaking wordt immers bewaakt journalisten en redacteuren, met hun eigen voorkeuren, interesses en adressenboekjes. De Nederlandse journalistiek heeft nauwe banden met het Haagse, provinciale en lokale politieke circuit, maar met ook vertegenwoordigers van het intellectuele, culturele en wetenschappelijke domein. Intellectuelen worden geregeld gevraagd om als commentator op te treden en wetenschappers als expert. Hoe invloedrijk opinieleiders precies zijn, dat wil zeggen, in hoeverre hun publiek zich door hen laat leiden, is moeilijk te bepalen. Het wordt in Nederland ook nauwelijks onderzocht.<sup>54</sup>

Mensen met economische, culturele of politieke macht hebben traditioneel gemakkelijk toegang tot de kanalen van openbaarmaking. Dat geldt dus ook steeds vaker ook voor succesvolle sporters, populaire schrijvers en sterren uit de mediawereld. Zij kunnen de agenda en toon van het openbare discours beïnvloeden. Wie niet tot deze circuits behoren, zijn bijvoorbeeld mensen die conservatieve, rechtse en onvrijzinnige opvattingen aanhangen. Zij krijgen in Nederland moeilijk toegang tot de formele publicatiekanalen, zelfs als ze verder aan alle karakteristieken voldoen. Voor hen is het daardoor minder gemakkelijk een leidende positie in het debat te verwerven. Zij beschikken misschien nog over hun eigen publicatiekanalen of over de mogelijkheden die te vinden. Mensen met een lagere opleiding en zonder enige macht ontberen die mogelijkheid vrijwel geheel. Voor zover daar aandacht voor bestaat, klinkt hun mening in de formele openbaarheid eigenlijk altijd bij monde van journalisten en opiniepeilers. Pioniers van het bevolkingsopinieonderzoek werden juist gedreven door de wens de mening van deze gewone mensen openbaar te maken. In Nederland menen Frits Spangenberg

van onderzoeksbureau Motivaction en Maurice de Hond dat zij als opinieonderzoekers een bijdrage hebben te leveren aan het overbruggen van de kloof tussen politici, beleidsmakers en de bevolking. Zij spreken in de massamedia – als experts – namens doorsnee Nederlanders die zonder hen niet gehoord zouden worden. Het zijn echter opnieuw hoogopgeleide mannelijke onderzoekers die de stem van het volk vertegenwoordigen en zich namens het volk als opinieleiders opwerpen.<sup>55</sup>

Een nieuwe stroming in de Amerikaanse journalistiek wilde in de jaren 1990 de stem van gewone mensen en hun levens een grotere plaats geven in de media. In Nederland gingen na de Fortuyn-revolte ook stemmen op in die richting. Maar de stem van gewone Nederlanders wordt niet zozeer hoorbaar via de beweging van de *civic journalism* als wel in allerlei praat- en discussieprogramma's op de publieke omroep en in *life-style* en *human interest* programma's bij de commerciële.<sup>56</sup> Vooral op het internet echter wemelt het van de websites, weblogs, chatrooms en fora waar men discussieert, waar gewone mensen informatie verzamelen en publiceren en hun ongecensureerde en ongereedgeerde mening geven. In tegenstelling tot de gepolijste ingezondens van de landelijke kwaliteitspers staan die in de gratis kranten al dichter bij wat op het internet te lezen valt: ruwe, ongereedgeerde teksten, vol spel-, stijl- en grammaticale fouten en met ongezouten meningen. Het gevolg is dat in verschillende circuits van de formele openbaarheid een volksere openbaarheid de elitair-intellectuele – met zijn gematigde, rationele en 'broederlijke' discussiemethoden en omgangsvormen – naar de marge verdringt.<sup>57</sup>

#### *Macht, invloed en opinieleiderschap*

Iedereen kan deelnemen aan publieke opinievorming door discussies met bekenden en onbekenden te volgen en te voeren en door op allerlei andere manieren meningen te verkondigen en aan te horen. De mate van redelijkheid, het kennisniveau en de overtuigingskracht van individuele opvattingen kan nogal verschillen. Maar onafhankelijk van haar kwaliteit heeft de ene mening een grotere reikwijdte dan de andere en daarmee potentieel veel meer invloed. Lang niet elke mening wordt door anderen – of dat nu het brede publiek of de politiek, de journalistiek

en wetenschap is – even waardevol gevonden. Beschikbaarheid van informatie over zaken, personen en meningen is bovendien cruciaal in het proces van publieke opinievorming. In de bekendmaking van informatie en meningen spelen de massamedia een hoofdrol. In de jaren vijftig van de vorige eeuw was de gedachte gemeengoed dat het publiek als via een infuus door de massamedia met meningen werd geïnjecteerd. Die gedachte is in de communicatiewetenschap verlaten, maar daarbuiten is ze nog veelvuldig aan te treffen. In de communicatiewetenschap neemt men nu aan dat massamedia een belangrijke bijdrage leveren aan de vorming van de publieke agenda (*agenda setting*). Dat wil zeggen dat de media directe en indirecte invloed uitoefenen op onderwerpen die het publiek belangrijk vindt; waarover het denkt en praat.<sup>58</sup>

Journalisten en redacteurs van de grotere media- en uitgeversorganisaties wordt bovendien een sturende rol toegekend in de stroom van informatie en meningen in een samenleving. Zij selecteren en interpreteren de informatie die via kranten, tijdschriften, boeken, televisie, radio en internet wordt verspreid. Ze verslaan discussies in de samenleving en geven commentaar. Bovendien selecteren ze de personen, instanties en groeperingen die aan het woord komen als betrokkenen, experts, getuigen, commentatoren, partijpolitieke of onafhankelijke opinieleiders. Ze bepalen dus ook welke stemmen in de samenleving via de massamedia versterkt worden, wie gehoord en gezien worden en wie niet.<sup>59</sup> Personen en groeperingen van wie de meningen en leefwereld nauwelijks in de toonaangevende media aan bod komen, worden genoodzaakt andere middelen te zoeken om gehoord en gezien te worden. In Nederland kunnen ze op de lange termijn ook naar duurzame oplossingen streven door organisaties op te richten die de publiciteit opzoeken, door eigen kranten, tijdschriften, uitgeverijen en omroepen te stichten of eigen websites en weblogs te beginnen. Maar ieder nieuw medium geeft bepaalde stemmen wel en andere geen ruimte. Na verloop van tijd kan uit een deel van de achterban weer een nieuwe krant, een nieuw tijdschrift of zelfs een nieuwe omroep ontstaan, gedreven door ideële of door commerciële belangen. Het afscheidingsmechanisme geldt in de christelijke en islamitische gemeenschappen en in liberale en linkse bewegingen.<sup>60</sup>

De Nederlandse samenleving blijft daardoor opgedeeld in een groot aantal sterk verschillende openbaarheden. De algemene openbaarheid van de grote mediagroepen is seculier en vrijzinnig, op een enclave als de Evangelische Omroep onder de publieke omroepen na. De orthodoxe christenen in Nederland hebben ook hun eigen openbaarheid, waar heel eigen stemmen de toon aangeven en waar heel andere referentiekaders, normen en zelfs bronnen van kennis gelden dan in de seculiere media. Die openbaarheid ontstaat in de lokale geloofsgemeenschappen waar 's zondags en vaak ook doordeweeks de predikant en vooraanstaande gemeenteleden het geloof verkondigen en uitleggen. Het netwerk van kerken vormt, net als dat van moskeeën en synagogen, een cruciale schakel in het proces van meningsvorming in belangrijke delen van de Nederlandse bevolking die in de algemene media onzichtbaar blijven. Om algemeen zichtbaar te worden is men afhankelijk van de opmerkelijkheid van de algemene media. Deelopenbaarheden kunnen best verbonden zijn met de algemene media en er voor de nieuwsvoorziening niet zonder kunnen, maar omgekeerd geldt dat nauwelijks. Dat neemt niet weg dat wanneer over dé Nederlandse openbaarheid wordt gesproken, dat wil zeggen alle manieren van openbaarmaking die Nederland kent, ook deelopenbaarheden daartoe behoren. Zij geven de Nederlandse openbaarheid en publieke opinievorming een eigen Nederlandse verscheidenheid.

Meer nog dan de opinieleiders in de massamedia hebben formele en informele groepen invloed op het proces van meningsvorming. Individuen laten zich bij hun meningsvorming leiden door hun omgeving, door hun persoonlijke ervaringen en contacten met vrienden, kennissen en collega's.<sup>61</sup> Mensen richten zich bij het ontwikkelen van meningen ook vaak op andere vaste referentiepunten als hun kerkgemeenschap en politieke en levensbeschouwelijke groeperingen. Maar de familie, vooral het gezin, blijft een van de meest invloedrijke referentiegroepen. In het gezin is men emotioneel en door de dagelijkse routine met elkaar verbonden. Familieleden hebben de neiging hun meningen op elkaar af te stemmen; ze lezen dezelfde krant en volgen dezelfde televisieprogramma's. Referentiegroepen dragen bij tot een selectie van informatie en argumenten ten voordele van de eigen opvattingen. Mensen met weinig contacten buiten de

eigen kring en een vast patroon in hun mediagebruik denken snel dat hun eigen opvatting de meest normale is. Ze ontvangen geen willekeurige informatiestromen, maar selecteren in eigen voordeel wat ze kijken, te horen krijgen en lezen en met wie ze dingen bespreken. In samenlevingen zonder sterke ideologische partijvorming en media en met een overvloed aan communicatiekanalen kunnen mensen zeer gemakkelijk informatiestromen selecteren, om aan de hand van hun vertrouwde personen, groepen en kaders hun mening te bepalen.<sup>62</sup>

De stabiliserende invloed van referentiegroepen kan worden tenietgedaan door discussies buiten de vertrouwde kring. Gesprekken buitenshuis hebben een versturende werking op iemands omgang met informatie en op gevestigde opvattingen. Naarmate men meer contacten heeft, zijn de effecten op de eigen meningsvorming minder gemakkelijk te weerstaan. Mensen met een sociaal leven buiten de eigen gemeenschap komen met meer verschillende opvattingen in aanraking. Zij zullen meer open staan voor informatie en argumenten die het eigen denken verstoren. Naarmate mensen minder vaste referentiegroepen kennen (geen gezinsleven hebben, niet tot een kerk of politieke partij behoren, geen stamkroeg hebben en niet op een sportvereniging zitten), maar wel veel verschillende mensen ontmoeten, zullen ze ook gemakkelijker van mening veranderen. Het ligt echter voor de hand dat ideologisch-bepaalde deelopenbaarheden de bestendigheid van opvattingen bevorderen.<sup>63</sup>

#### *Meningsvorming en rationaliteit*

Een van de belangrijkste thema's in opinieonderzoek is de vraag hoe rationeel en geïnformeerd collectieve opinies zijn. Een opinie is een houding die mensen ontwikkelen ten aanzien van meer of minder actuele kwesties.<sup>64</sup> Volgens het klassieke opiniebegrip zijn opinies altijd rationeel, verbaal en het resultaat van collectieve afwegingen. Zo bezien hebben opinies altijd een publiek karakter. Het moderne opiniebegrip beschouwt juist ook rationele en verbale houdingen die mensen onuitgesproken aanhangen als opinies, ongeacht hoe ze tot stand kwamen. In feite kan men in het publieke-opinieproces eigenlijk niet goed onderscheid maken tussen verbale en non-verbale, rationele en niet-rationele oordelen. Hoewel opinies, zowel volgens het klas-

sieke als het moderne opiniebegrip, veelal geassocieerd worden met verbale expressie, geven vormen van non-verbaal gedrag als kledingstijl, haardracht, het dragen van kruisjes of hoofddoekjes ook uitdrukking aan opinies.<sup>65</sup> Het publieke-opinieproces bestaat uit het geheel van meningsuitingen van mensen, groepen en organisaties. Het maakt niet uit of dat nu in woord, gebaar, kleding of op een andere manier vorm krijgt, al zouden we dat misschien graag willen. De kwaliteit, het informatieniveau, de overtuigingskracht en de uitdrukkingvorm van al die meningen variëren sterk van éénlettergrepige woorden, een simpel handgebaar of een leus geklad op een muur, tot een uitgebreide verhandeling of een ingewikkelde argumentatie tijdens een discussie op een bijeenkomst of in de massamedia.<sup>66</sup>

Sinds de jaren 1980 en 1990 concentreert men zich in het fundamentele opinieonderzoek (zie p. 52) onder meer op de volgende twee vragen: (a) hoe veranderlijk is het massapubliek en (b) hoe gefundeerd zijn de oordelen die het zich vormt. Die vragen kan men beantwoorden door na te gaan hoe individuen tot politieke en andere publieke oordelen komen. Een artikel van Philip Converse uit 1964 had veel invloed op dit soort onderzoek, dat tot het veld van de politieke en cognitieve psychologie behoort. Na Converse was het idee lange tijd gemeengoed dat hoogopgeleide, politiek actieve mensen in staat zijn tot ideologisch denken, dat wil zeggen dat ze er consistentie zat in hun verschillende opvattingen. Daardoor zouden ze ook stabiele meningen kunnen ontwikkelen. De attitudes van de meeste mensen konden echter binnen vier jaar gemakkelijk van de ene naar de andere kant van de ideologische scheidslijn verschuiven. Zulke wisselvallige reacties op publieke kwesties noemde hij non-attitudes. Het viel hem verder op – het waren de jaren zestig – dat partijvoorkeuren door de jaren heen wel stabiel bleven. Dat bij het elitepubliek, een zeer kleine minderheid van de bevolking die politiek goed op de hoogte is, de partijvoorkeur stabiel bleef, was te verwachten, gezien de stabiliteit in hun ideologisch denken. Bij het merendeel van de mensen leek de partij zelf een grotere rol te spelen dan haar centrale opvattingen.<sup>67</sup> De vragen (a) en (b) zijn ook te beantwoorden door sociologisch, politicologisch en massapsychologisch onderzoek naar de meningsvorming op collectief niveau. Recent Amerikaans onderzoek doet vermoeden dat het

collectief door de jaren heen op bepaalde beleidsterreinen inderdaad veranderingen ondergaat, maar dat die veelal een zinvolle en rationele reactie zijn op ontwikkelingen in samenleving en politiek.<sup>68</sup>

Maar vooral recente politiek- en cognitief-psychologische studies hebben het inzicht in de rationaliteit van meningsvorming veranderd. In dat onderzoek wordt het feit dat de meningen van de meeste mensen veranderlijk en niet eenduidig zijn niet langer gezien als een probleem, maar eerder als een interessant gegeven van publieke-opinievorming. Ideologisch denken geldt niet langer als een ideaal. Uit onderzoek blijkt dat mensen over het algemeen over een onderwerp elkaar tegensprekende en uitsluitende argumenten op voorraad hebben. Argumenten en informatie die ze zich recent hebben herinnerd, te horen hebben gekregen of hebben bediscussieerd zullen mensen eerder gebruiken om een mening te vormen dan andere overwegingen waarover ze bij enig nadenken misschien ook nog beschikken. Mensen blijken veelal meerdere potentiële opinies over een kwestie te kunnen vormen. Welke mening ze formuleren is afhankelijk van de vraagstelling, de gesprekspartner, de maatschappelijke context en de actualiteit waarin de vraag wordt gesteld. In feite wordt in een opinieonderzoek en interviews maar een fractie gemeten van wat mensen aan meningen hebben. Dat geldt natuurlijk ook voor meningen die via de formele en informele publicatiekanalen geuit worden.<sup>69</sup>

Uit hetzelfde cognitief-psychologische onderzoek blijkt dat mensen niet slechts logische of semi-logische procedures volgen voor het oplossen van een (opinie)probleem. Publieke kwesties zijn veelal complex en kennen maar zelden één juiste oplossing die met behulp van een aantal simpele regels te vinden zou zijn. Meningen van mensen verschijnen bovendien niet in afzondering in hun geest. Ze maken deel uit van sociale controversen en debatkwesities en hebben daardoor onvermijdelijk een retorisch karakter, gericht op discussie en tegenspraak. De verschillende overwegingen ten aanzien van een kwestie zijn in de geest van mensen voorradig, en niet alleen de argumenten die de eigen opinie onderbouwen. Uit het feit dat meningen een retorisch karakter hebben, volgt echter nog niet dat meningsverandering bij mensen willekeurig is. Het kan heel goed zijn dat mensen

zichzelf overtuigen of laten overtuigen, nieuwe argumenten als geldig accepteren en oude argumenten in een nieuw licht zien. Het zouden zelfs wel eens de mensen met sterke opvattingen kunnen zijn die de meeste veranderingen in hun denken zullen doormaken. Zij zijn vaak meer geneigd zichzelf en anderen te confronteren met nieuwe vragen, informatie en argumentatieve uitdagingen.<sup>70</sup> Maar wanneer het in de geest vormen van meningen een retorische handeling is, dan is het uiten van meningen in een gesprek, in een artikel of in reactie op een enquêtevraag dat zeker. Iemand die een mening uit, reageert altijd op overwegingen van anderen. Het kan daarom heel goed zijn dat mensen in verschillende situaties en met verschillende gesprekspartners anders reageren en misschien ook andere meningen uiten. Dat komt omdat ze door de overwegingen van anderen geprovoceerd worden en elk gesprek en elke uitwisseling van ideeën zijn eigen dynamiek kent.<sup>71</sup>

Hoewel ideologisch denken niet langer als een ideaal geldt, levert onderzoek nog altijd een verschil op tussen het denken van politiek bewusten en niet-bewusten. Die verschillen zijn rechtstreeks van belang voor de publieke-meningsvorming, omdat de politiek bewusten de meeste toegang tot en controle over de media hebben. Daardoor klinkt hun mening in het publiek veel krachtiger dan de mening van minder politiek bewusten. Politiek bewusten vertonen een grotere consistentie tussen hun opvattingen dan de minder politiek bewusten. De laatsten zijn eerder geneigd consistentie te zoeken tussen hun opvattingen en de praktijk. Omdat ze minder op politieke communicatie gericht zijn dan politiek bewusten staan ze minder aan nieuwe overwegingen bloot en is de kans kleiner dat ze op basis van nieuwe ideeën hun mening wijzigen. Afhankelijk van de inhoud en intensiteit van berichtgeving zou bij politiek bewusten de balans tussen tegengestelde overwegingen rondom een onderwerp in hun geest geleidelijk kunnen veranderen. Het lijkt erop dat een verschuiving bij politiek minder bewusten eerder optreedt bij veranderingen in de relatie tussen hun opvattingen en hun dagelijkse ervaringen.<sup>72</sup>

Met zulke resultaten wordt de vraag naar de rationaliteit van meningen niet opgelost. Ten eerste blijken meningen vrijwel altijd een reactie te zijn en een tijdelijke balans tussen een meer



of minder groot aantal overwegingen. Het lijkt er bovendien op dat het vervolgens ook nog niet zo eenvoudig is vast te stellen welke maatschappelijke groepen, politiek bewusten of politiek onbewusten bijvoorbeeld, over de beste vermogens beschikken om collectieve beslissingen te nemen. Het is nog niet zo eenvoudig vast te stellen of het beter is te luisteren naar zij die streven naar innerlijke consistentie tussen hun verschillende opvattingen of degenen die streven naar consistentie tussen hun opvattingen en hun dagelijkse ervaringen. Je zou op het eerste gezicht denken dat de combinatie van beide opinievormende krachten de betere basis voor collectieve besluitvorming oplevert. Dat is in feite de aanname van de democratische gedachte, die echter, juist omdat mensen op zulke verschillende manieren hun meningen vormen, nog altijd tot veel discussie leidt.

# Publieke-opinieonderzoek

## Bevolkingsopinieonderzoek en fundamenteel onderzoek

Aan het begin van de twintigste eeuw, in de jaren vóór en na de introductie van het algemene mannen- en vrouwenkiesrecht in de meeste westerse democratieën, behandelden wetenschappelijke studies naar publieke opinie vooral de rol van opinievorming in de samenleving. Daarbij werd publieke opinie in klassieke zin opgevat als het publieke discours over allerlei maatschappelijke onderwerpen. De belangrijkste onderzoekers die zich hiermee bezighielden, bevonden zich in de Verenigde Staten en in het Duitse taalgebied.<sup>73</sup> Intussen deed men in de Britse en Amerikaanse journalistiek en in Duitstalig marktonderzoek pogingen betrouwbare gegevens te verzamelen over de meningen van het algemene publiek. De eerste experimenten leidden tot valide wetenschappelijke onderzoeksmethoden. Met het gebruik van standaardvragenformulieren en statistische methoden kwam in de jaren 1930 het moderne opinieonderzoek van de grond.<sup>74</sup>

Een belangrijke stimulans kwam uit de Verenigde Staten. Daar hield George Gallup tijdens presidentsverkiezingen van de jaren 1930 de eerste betrouwbare opiniepeilingen. De Amerikanen profiteerden door de komst van Duitse en Oostenrijkse immigranten, onder wie de sociaal-psycholoog Paul Lazarsfeld, ook van de ontwikkelingen in het Europese sociaal-wetenschappelijk marktonderzoek. Gallup en Lazarsfeld werden de belangrijke pioniers van het opinieonderzoek in de jaren 1930 en 1940. Na de oorlog werd het publieke-opinieonderzoek in heel West-Europa geïntroduceerd. In de vs en Europa werd een reeks onderzoeksbureaus en onderzoeksinstituten voor opinie- en marktonderzoek gesticht. Die behoren nu vaak tot de meest gerenommeerde instituten in een vakgebied dat sterk is gegroeid. Het kent nationale en internationale vakorganisaties en eigen tijdschriften, en bestaat uit toegepast en fundamenteel wetenschappelijk onderzoek binnen verschillende disciplines. Opiniepeilingen zijn een geaccepteerd onderdeel van het maat-

schappelijke leven geworden.<sup>75</sup> Toch gaan onder Duitse, Franse, Britse en Amerikaanse onderzoekers stemmen op dat peilingen een onjuiste indruk geven van het publieke opinieproces.<sup>76</sup>

We kennen nu twee vormen van opinieonderzoek: het bevolkingsopinieonderzoek en fundamenteel-wetenschappelijk opinieonderzoek. Het bevolkingsopinieonderzoek is meer toepassingsgericht onderzoek naar gedeelde opinies binnen een bevolking dat wordt uitgevoerd in opdracht van marktpartijen, massamedia en publieke en politieke organisaties en instituties. De resultaten worden gebruikt als informatie binnen een bedrijfs- en organisatiestrategie of binnen het politieke proces, bijvoorbeeld om na te gaan hoeveel steun of juist verzet bepaalde beleidsdaden zullen oproepen. Fundamenteel-wetenschappelijk opinieonderzoek richt zich op de structuur en werking van individuele, collectieve en publieke opinievorming. De twee vormen van onderzoek sluiten elkaar zeker niet uit, het verschil zit hem eerder in de interesse die de onderzoeksvragen stuurt: gericht op het verbeteren van beleid of communicatie, of een dieper inzicht in maatschappelijke processen op zich. Het toepassingsgerichte onderzoek verschaft fundamenteel onderzoek veel gegevens en omgekeerd levert fundamenteel onderzoek theorieën en technieken op die de uitvoering en interpretatie van bevolkingsopinieonderzoek kunnen verbeteren.

Tallose grote instituten en kleinere bureaus onderzoeken nu de mening van de bevolking of van bevolkingsgroepen over tal van onderwerpen. Het gaat niet alleen om zaken die maatschappelijk ter discussie te staan en belangrijke gesprekstof onder de bevolking vormen. Het kan goed zijn dat het opinieonderzoek alleen wordt uitgevoerd omdat het onderwerp beleidsmakers interesseert. De opdrachtgevers willen misschien politieke verschuivingen voorzien, of ze willen het draagvlak voor beleid meten om de effectiviteit van beleidsinstrumenten te bepalen, mogelijke maatschappelijke problemen op te sporen, lacunes in propaganda en voorlichting vast te stellen of ruimte voor beïnvloeding te bepalen.<sup>77</sup> Dergelijk onderzoek kan het opinieproces in de samenleving rondom een bepaald onderwerp en voor een gegeven periode blootleggen. Toch wil dat niet zeggen dat met alle uitkomsten van zulk onderzoek de stand van het publieke opinieproces kan worden vastgesteld. De resultaten le-

veren een gemiddelde op van alle individuele antwoorden in de onderzochte bevolking. Uit de optelsom van die meningen kan men weliswaar een collectieve mening destilleren, maar die hoeft niet samen te vallen met de 'stemming in het land' of het heersende 'opinieklimaat', dat door mensen wordt ervaren en zo invloed heeft op de opinievorming. Die collectieve mening is samengesteld uit antwoorden op vragen die mensen zich misschien nooit stellen. Het zijn misschien antwoorden die mensen alleen in anonieme bevolkingsenquêtes geven, maar die ze onder familie, vrienden, collega's en bekenden nooit uiten. In principe is de 'collectieve mening' van de bevolkingsenquêtes in hoge mate een constructie van de onderzoeker. Die constructie begint direct bij de samenstelling van de vragenlijsten.<sup>78</sup>

Maar collectieve opinie als uitkomst van onderzoek kan invloed uitoefenen op de meningsvorming en is daarmee ook een reëel onderdeel van het opinieproces. Gepubliceerde resultaten van onderzoek hebben invloed op 'het opinieklimaat': ze geven een indruk van de verhouding tussen meerderheden en minderheden in een land en zoals gezegd zijn mensen gevoelig voor die informatie. Na de uitvinding van het moderne opinieonderzoek is het nu mogelijk verborgen meningen van collectieven in een land aan het licht te brengen. Het kan zijn dat de resultaten van zo'n onderzoek sterk indruisen tegen het opinieklimaat dat in de media en op straat lijkt te heersen. Daar is de meningsuiting immers afhankelijk van de mate van vrijheid in een land, van het soort commentatoren dat in de media aan bod komt en van de communicatiemogelijkheden van burgers.<sup>79</sup> De mogelijkheid om door onderzoek onder de bevolking direct kennis te nemen van de meningen van het gemiddelde publiek heeft het begrip van het publieke-opinieproces sterk verruimd. Maar ook is aan het werkelijke proces van meningsvorming een element toegevoegd dat sterke zeggingskracht heeft. De effecten van opinieonderzoek op het proces van meningsvorming kunnen zelf ook onderwerp van studie worden.<sup>80</sup>

Tot aan het midden van de twintigste eeuw moest men verkiezingen houden, mensenmassa's op de been brengen, handtekeningen verzamelen of een brievencampagne opzetten om de grootte van de eigen achterban aan te tonen. Nu kan men daarnaast verwijzen naar de statistische 'zekerheden' van opiniepeil-

lingen. Peilingen representeren immers de collectieve opinies van heel een bevolking en niet slechts de opvatting van enkelingen of van groepen met een goede toegang tot de massamedia. Aan bevolkingsopinieonderzoek kleven methodologische beperkingen die samenhangen met het complexe karakter van het publieke-opinieproces. Dat onderzoekers, hun meetinstrumenten en gepubliceerde onderzoeksresultaten zelf deel uitmaken van dat proces is een extra complicatie.<sup>81</sup> Het fundamentele opinieonderzoek heeft tot tal van studies geleid naar de manier waarop individuen hun mening vormen, naar de verhouding tussen de zwijgende meerderheden in een bevolking en het publieke opinieklimaat en naar het effect van collectieve meningen op het politieke besluitvormingsproces. Dergelijk onderzoek heeft invloed op de ontwikkeling van instrumenten om de stemming onder de bevolking nog beter te kunnen vaststellen, verklaren en voorspellen. Het beïnvloedt bovendien het denken over de rol van de burger in het democratische proces. Publieke-opinieonderzoek is daarmee een invloedrijke bedrijfstak en wetenschap geworden in moderne democratieën.

### **Bevolkingsopinieonderzoek**

In bevolkingsopinieonderzoek wordt op wetenschappelijke manier informatie verzameld over meningen onder de bevolking over tal van onderwerpen. Het onderzoek richt zich op de inhoud van die mening, eventueel op de bevolkingsgroepen die een bepaalde mening aanhangen en mogelijk ook op de kwaliteit van die mening. Een goed bevolkingsopinieonderzoek staat of valt met de selectie van een representatieve groep uit de bevolking. Dat kan allereerst door een aselechte steekproef te trekken uit de bevolking. Een probleem met deze methode is dat in de praktijk een aanzienlijke groep niet aan het onderzoek wenst mee te werken. Die non-respons is in Nederland traditioneel groot. Men is op zoek naar methoden die verhelpen dat non-respons de representativiteit van het onderzoek aantast.<sup>82</sup> Een tweede methode om de onderzoeksgroep samen te stellen is de quotamethode. De bevolking wordt daarbij op basis van bepaalde kenmerken onderverdeeld in verschillende maatschappelijke categorieën. Daarna worden voldoende mensen gezocht die aan die kenmer-

ken voldoen. Een onderzoeker heeft daardoor in eerste instantie geen last van non-respons; voor ieder die weigert mee te werken kan men anderen vragen die aan de juiste kenmerken voldoen. Toch staat de betrouwbaarheid van het quota-onderzoek meer ter discussie dan dat op basis van de aselechte steekproef. Eén van de bezwaren tegen het quotasysteem is dat de onderzoeker, als de quota eenmaal zijn vastgesteld, zelf de respondenten uitkiest en daarbij selectief te werk kan gaan. Enquêteurs zouden bijvoorbeeld bewust of onbewust bepaalde wijken of bepaalde sociale groepen uit de weg kunnen gaan. De betrouwbaarheid van het onderzoek wordt afhankelijk van de kwaliteit en het doorzettingsvermogen van de enquêteurs.<sup>83</sup> Het omzeilt de non-respons, maar verandert niets aan het probleem en maakt resultaten niet representatiever.

Een derde manier waarop onderzoekers hun populatie kunnen samenstellen, is door het organiseren van een onderzoekspanel. In Nederland werken bijvoorbeeld TNS-Nipo, Intomart-GfK, Maurice de Hond en Motivaction met panels. Een panel is een representatieve groep van respondenten die op vrijwillige basis voor een langere periode deelnemen aan enquêtes. Evenmin als de quotamethode is het panel aselectief. De betrouwbaarheid van deze methode staat daarom eveneens ter discussie. De Hond trekt voor zijn dagelijkse enquêtes een steekproef van duizend personen uit een veel groter internetpanel. Het gebruik van internet staat ter discussie omdat de internetpopulatie niet geheel representatief is voor de bevolking als geheel, zo zijn 65-plussers sterk ondervertegenwoordigd. Bovendien menen critici dat deelnemers aan een panel bovengemiddeld geïnteresseerd kunnen raken in maatschappelijke kwesties en geïnteresseerd raken in het beantwoorden van enquêtes. Ze zouden zich daardoor gaandeweg ontwikkelen tot quasi-professionele respondenten en daarmee zou het panel niet langer een statistisch juiste afspiegeling van de bevolking zijn.<sup>84</sup>

Wanneer de onderzoekspopulatie is samengesteld, moeten nog enkele problemen worden opgelost voordat onderzoekers inzicht kunnen krijgen in de mening van de bevolking. De verbinding tussen de onderzoekers en de 'publieke opinie' is de vragenlijst die zij aan het geselecteerde publiek voorleggen. Uit onderzoek is gebleken dat de formulering van de vraagstelling,

de opeenvolging van de vragen in de enquête, het tijdstip van enquêteren en de gekozen interviewtechniek, schriftelijk, telefonisch of aan huis, grote invloed hebben op de antwoorden.<sup>85</sup> Onderzoekers stellen bovendien vooraf de vragen en de antwoordmogelijkheden op. Dat is wenselijk om de gegevens statistisch te kunnen verwerken. Na de verwerking van die individuele gegevens naar collectieve aggregaten worden die reacties door de onderzoekers geïnterpreteerd. Die opeenstapeling van interventies door de onderzoekers heeft tot gevolg dat in enquêtes de belangstelling van opdrachtgevers en onderzoekers in verhouding tot de ideeën van het publiek sterk doorklinkt. Bovendien kan het publiek bij de laatste stap in het onderzoeksproces, waar de reacties geïnterpreteerd worden, de gegeven antwoorden en hun onderlinge relatie niet toelichten. Omdat ook die stap geheel in handen van de onderzoekers ligt. Daarnaast is het zeer onwaarschijnlijk dat de deelnemers de vraag allemaal op zelfde manier interpreteren.<sup>86</sup>

Een reeks fundamentele eigenschappen van het onderzoek vergroot zo de afstand tussen de ontwikkelingen in de publieke opinievorming en het resultaat van opinieonderzoek dat publieke opinie wordt genoemd. Die 'publieke opinie' is vanaf het begin van het onderzoek tot de interpretatie van de resultaten door onderzoekers en de media voor een groot deel geconstrueerd door onderzoekers en bepaald door het moment en de context van het onderzoek. De 'stem van de bevolking' klinkt in de bevolkings-enquêtes dus niet vrijuit; hij wordt in allerlei stadia bemiddeld door de onderzoeker met zijn methoden en technieken. De onderzoekers zijn zich daar zelf terdege van bewust. Er is dan ook heel wat onderzoek verricht naar manieren om de meningen van de bevolking zo dicht mogelijk te benaderen. In de publicatie van onderzoeksresultaten in de massamedia klinkt dat besef helaas nauwelijks door. Toch is het belangrijk dat journalisten, commentatoren en het publiek beseffen dat de 'publieke opinie' van de opinieonderzoeken tot op grote hoogte een constructie is van onderzoekers. En dat het bovendien een constructie is die in opdracht van belanghebbenden in bedrijfsleven, politiek, maatschappelijk middenveld en media wordt geproduceerd. In hoeverre men daarmee de werkelijkheid in de publieke opinie-

vorming benadert, hangt sterk af van de vaardigheden die onderzoekers hebben in het enquêteren en in het interpreteren en publiceren van hun bevindingen. Media komen in de verleiding om opinieonderzoekers te laten optreden als spreekbuizen van de bevolking, als een deskundige quasi-vertegenwoordiging, naast de verkozen vertegenwoordigers. Uit het optreden van opinieonderzoekers in de media blijkt dat die verleiding in Nederland reëel is, maar gezien het belang dat aan opinieonderzoek wordt toegekend, misschien ook onontkoombaar.

#### *Problemen van bevolkingsopinieonderzoek*

Bevolkingsonderzoek weerspiegelt net zo min als de massamedia de meningen die onder de bevolking leven. Dat komt niet alleen door de manier waarop onderzoek wordt uitgevoerd of door de cruciale rol van de onderzoeker als intermediair. De belangrijkste vraag is of het verloop van het proces van meningsvorming onder een bevolking überhaupt wel benaderd kan worden door een aggregaat van individuele opvattingen als de publieke opinie voor te stellen. Meningen van mensen worden op korte termijn sterk beïnvloed door de actualiteit van het dagelijkse leven en door wat de media aan nieuws en achtergronden brengen.<sup>87</sup> Zo kan een gebeurtenis waaraan de media veel aandacht besteden een kort en hevig effect hebben op wat mensen belangrijk vinden, op de hiërarchie van hun ideeën en op het gewicht van de informatie en de argumenten op basis waarvan ze hun afweging maken.

In werkelijkheid is publieke-opinievorming een proces zonder definitief eindproduct dat we publieke opinie zouden kunnen noemen. Iedere enquête is een momentopname van een proces waarin voortdurend (groepen) mensen hun mening bijstellen als reactie op nieuwe informatie, argumenten, inzichten en woordvoerders. Respondenten kunnen bijna niet anders dan hun indrukken van het moment verwerken in hun antwoorden. Omdat niet over alle onderwerpen regelmatig enquêtes gehouden worden, is niet altijd even gemakkelijk te bepalen hoe 'normaal' of 'abnormaal' een bepaald standpunt onder de bevolking is. Het is denkbaar dat vlak na een schokkende misdaad het aantal mensen dat voor strengere straffen is, groeit. Na een geruchtmakende gerechtelijke dwaling kan de steun daarvoor



juist dalen. De resultaten van een enquête die na zo'n gebeurtenis wordt gehouden, zullen daardoor ongetwijfeld worden beïnvloed.<sup>88</sup> Die fluctuaties bevatten interessante informatie voor wie geïnteresseerd is in de invloed van informatiestromen op publieke opinievorming. Maar die fluctuaties zijn veel minder interessant voor wie op zoek is naar een normale toestand die beter het draagvlak voor beleid op middellange termijn weergeeft. Wie daarin geïnteresseerd is, moet zich rekenschap geven van de context waarin het onderzoek werd gehouden en van de positie die het onderzoek inneemt in de conjunctuur van de meningsontwikkeling binnen de bevolking.

Maar de 'principes' van het publieke-opinieproces zelf verschaffen nog meer redenen waarom resultaten van opinieonderzoek niet zomaar een weerspiegeling van het opinieproces kunnen zijn. Uit onderzoek blijkt dat veel mensen zich nog nooit een duidelijke mening hadden gevormd over het onderwerp dat hen in een enquête werd voorgelegd. Ze doen dat dan ter plekke, voor de vuist weg en met de op dat moment beschikbare informatie. De meeste mensen hebben ook betrekkelijk weinig kennis over de geënquêteerde thema's. Ze blijken bovendien hun meningen, althans hun reacties op enquêtes gemakkelijk bij te stellen. In plaats van dat te zien als een probleem van het individu kan men dat ook zien als een kenmerk van de manier waarop mensen meningen vormen. Men kan van mening veranderen omdat men over nieuwe argumenten en andere informatie is komen te beschikken.<sup>89</sup> Het kan ook zijn dat mensen een enquête vrij lukraak invullen, omdat ze nauwelijks een doordachte mening hebben. De kans dat dezelfde persoon later even lukraak een heel andere reactie geeft, neemt daardoor toe.<sup>90</sup> Dat heeft echter dankzij de at-random-verdeling ervan geen belangrijk effect op de onderzoeksresultaten. Het collectief, dat op korte termijn zo wispelturig lijkt, zou over de langere termijn gezien juist met een duidelijke logica op maatschappelijke ontwikkelingen reageren.<sup>91</sup>

Behalve door de kenmerken van het opinieonderzoek zelf wordt het geconstrueerde karakter van de publieke opinie ook bepaald door de manier waarop opinieonderzoek gepresenteerd en gepubliceerd wordt. Zo worden opiniegegevens vaak in exacte vorm gepresenteerd. Ze worden verwerkt in getallen en weergegeven in tabellen en grafieken. Die cijfers geven vaak de reacties

van een meerderheid en in gunstige gevallen ook van een opvallende minderheid weer. In het commentaar bij die cijfers en in de interpretatie van de onderzoeker wordt vaak uitgegaan van één van die cijferreeksen.<sup>92</sup> Publicaties in de massamedia versterken die versmalling van de uitkomsten van het onderzoek naar collectieve opinies nog eens. Er bestaat een sterke neiging om de bevolking met één stem te laten spreken; de publieke opinie zou dit vinden en onder de bevolking zouden dat soort gevoelens leven. Maar daarmee verschuift men de weergave van de mening van de bevolking naar de weergaven van de mening van de meerderheid. Bovendien selecteren journalisten en redacteurs uit onderzoeken de gegevens die zij nieuwswaardig vinden. Het is dan meestal niet te achterhalen in hoeverre die selectie in overeenstemming is met de toon van een heel onderzoek. Omdat ook de formulering en volgorde van de vragen maar zelden worden gepubliceerd, kan het publiek de waarde van de resultaten maar moeilijk bepalen.

Fundamentele kritiek op het opinieonderzoek, dat een belangrijke functie vervult in de huidige samenleving, kon daarom natuurlijk niet uitblijven. Er circuleert onder critici een drietal bezwaren, tegen enkele praktische en principiële tekortkomingen van het moderne bevolkingsopinieonderzoek.

(1) Het eerste bezwaar luidt dat de verzamelde opiniegegevens eerder de agenda van beleidsmakers weerspiegelen dan de interesses van de bevolking. Het is daarom allerm minst zeker of opinieonderzoek inzicht verschaft in de mening van het publiek. Dat bezwaar sluit aan bij het feit dat de kennis die het opinieonderzoek oplevert grotendeels is geconstrueerd door onderzoekers en door hen geïnterpreteerd wordt. De meeste opinieonderzoeken laten immers om onderzoekstechnische redenen weinig ruimte voor de vrije expressie van meningen.

(2) Een tweede bezwaar luidt echter dat in bevolkingsopinieonderzoeken de stem van de bevolking juist veel te veel doorklinkt. Het bezwaar sluit aan bij een normatieve opvatting over de rol van publieke opinievorming in democratieën. De klassieke norm stelt dat meningen zich behoren te ontwikkelen op basis van argumenten, in discussies tussen goed geïnformeerde individuen, groepen burgers en belanghebbenden. Peilingen en andere opinieonderzoeken missen dat discursieve karakter

totaal. Maar het grootste bezwaar is toch wel dat daarin ook meningen meewegen van mensen van wie twijfelachtig is of zij over de middelen beschikken om doordachte en geïnformeerde politieke en maatschappelijke oordelen te vellen.<sup>93</sup> Dit bezwaar is daarmee gegrond op het eerdergenoemde idee dat de meeste mensen slecht geïnformeerd zijn over de grotere maatschappelijke kwesties, zelden een beargumenteerde en consistente opvatting ergens over hebben en bovendien meestal niet geïnteresseerd of betrokken zijn. De meeste mensen zouden daardoor vooral reageren op incidenten, slechts instant-opvattingen formuleren en geen serieuze, gefundeerde opinies erop nahouden.

(3) Een derde bezwaar – principieel en empirisch van aard – luidt dat het standaard opinieonderzoek het procesmatige karakter van opinievorming (a) op het niveau van de maatschappelijke en politieke besluitvorming en (b) op het niveau van het individu ten onrechte negeert. Daardoor mist dat onderzoek allerlei mechanismen die in werkelijkheid een doorslaggevende rol in de opinievorming spelen. Wat het eerste betreft, kan dat gaan om de perceptie van het heersende opinieklimaat zoals mensen die kunnen opdoen uit gedrag, gesprekken en geruchten, om het optreden van lobbyisten, om de rol van sleutelfiguren in politieke netwerken en van denktanks, om opiniemakers en de massamedia, maar ook om de invloed van informatie over gebeurtenissen. Het bevolkingsopinieonderzoek en de presentatie ervan in de media verhullen de werkelijke gang van zaken in het publieke opinieproces. In dat proces spelen rekenkundige minderheden juist een vooraanstaande rol. Bovendien klinkt in werkelijkheid lang niet iedere mening even sterk. In het opinieproces spelen manipulatie en intimidatie, in- en uitsluiting van groepen en meningen ook een rol.<sup>94</sup> Wat het tweede betreft, verhullen de resultaten van bevolkingsonderzoeken dat mensen vaak meer overwegingen hebben ten aanzien van een bepaald onderwerp. Het onderlinge gewicht daarvan kan variëren naar gelang het moment, is afhankelijk van andere onderwerpen en van het verloop van een discussie. Naast rationele argumenten maken ook voorkeuren, emoties en beelden deel uit van het opinieproces, een gegeven dat opinieonderzoeken eveneens verhullen.<sup>95</sup>

Maar er worden nog meer bezwaren genoemd. Politici die zich door peilingen laten leiden, zouden hun functie als aan-

jagers en leidslieden van het debat en van de politieke besluitvorming verliezen en zich overgeven aan het voorlopige oordeel van een in meerderheid onwetend collectief, waarop zij zelf geen invloed meer uitoefenen of trachten uit te oefenen. Peilingen fungeren als een laatste oordeel, waardoor ze het opinieproces onaanvaardbaar sterk zouden beïnvloeden en de uitwisseling van rationele argumenten belemmeren. Opinieonderzoek, en vooral het gebruik ervan in media en politiek, zou daardoor de vitaliteit van het opinieproces en de rationaliteit van het politieke besluitvorming ondermijnen. In Amerika zoeken critici daarom naar alternatieven voor opinieonderzoek om de responsiviteit van de politiek ten opzichte van burgers te kunnen vergroten. Dat kan eigenlijk alleen via vormen van directe en deliberatieve democratie. Zo is gesuggereerd om speciale fora op te richten, naar het voorbeeld van de juryrechtspraak, waar een representatieve selectie van burgers speciaal wordt geïnformeerd en zich vervolgens door gezamenlijke discussie een oordeel over het betreffende beleid zou moeten vormen.<sup>96</sup>

### Fundamenteel opinieonderzoek

Met haar theorie van de *zwijgspiralen* heeft de invloedrijke Duitse opinieonderzoekster Elisabeth Noelle-Neumann een van de weinige samenhangende hypothesen geformuleerd over het opinieproces als geheel. Basis van deze controversiële theorie is de – omstreden – aanname dat mensen er alles aan zullen doen om te vermijden dat ze sociaal geïsoleerd raken. Als ze uit de media en om zich heen het gevoel krijgen dat een ander standpunt aan de winnende hand is, zouden zij geneigd zijn er het zwijgen toe te doen. Daardoor raakt hun mening alleen maar meer in de verdrukking en wordt de neiging om er het zwijgen toe te doen nog sterker. Onder druk van wat zij als de meerderheid ervaren, zou een groeiend aantal mensen zich daarbij gaan aansluiten. In werkelijkheid zou die meerderheid, moeilijk waarneembaar voor het publiek, niet meer dan een luidruchtige minderheid kunnen zijn. Door het mechanisme van de *zwijgspiralen* zou een dergelijke minderheid tot een werkelijke meerderheid kunnen uitgroeien, die dan bijvoorbeeld tijdens verkiezingen ook zichtbaar wordt. Het vergt vervolgens een moedige avant-garde in de

meningsvorming die zich eerst onttrekt aan de zwijgspiraal en erin slaagt het mechanisme van de zwijgspiralen ten eigen voordele opnieuw in werking te zetten.<sup>97</sup>

De theorie van de zwijgspiralen heeft heel wat kritiek opgeroepen.<sup>98</sup> Zo is er tegenin gebracht dat minderheidsopvattingen gemakkelijk gedeeld kunnen worden door honderden of duizenden in de samenleving, waardoor het niet realistisch zou zijn aan te nemen dat de angst van het individu voor isolement uiteindelijk grote invloed heeft op de publieke-meningvorming. Mensen zouden ook de opvattingen in hun directe omgeving (hun referentiegroepen) als veel dominanter ervaren dan de opvattingen die in de media worden geventileerd. Bovendien zouden ze de neiging hebben te denken dat anderen precies zo denken als zijzelf; en als zij om zich heen kijken, zullen ze vaak de eigen positie bevestigd vinden.<sup>99</sup> Het is daarom niet zo zeker of mensen wel een goede inschatting kunnen maken van meerderheden en minderheden. Een andere kritiek luidt dat mensen minderheden die zich mede dankzij de media vaak luidruchtig manifesteren, gemakkelijk kunnen overschatten; of omgekeerd, een werkelijke meerderheid onderschatten.<sup>100</sup>

Het onderzoek waarop Noelle-Neumanns theorie is gebaseerd, en de kritiek daarop, kenmerken zich door de fundamenteel wetenschappelijke vraagstelling. Het is vanuit zulk onderzoek dat bezwaren tegen het standaard bevolkingsopinieonderzoek worden geformuleerd en dat naar oplossingen daarvoor wordt gezocht. Met fundamenteel onderzoek wil men niet in de eerste plaats inzicht krijgen in de standpunten van een bevolking over kwesties op een bepaald moment. Onderzoekers richten zich eerder op de manier waarop collectieve meningen zich op de lange duur ontwikkelen, hoe mensen meningen vormen en welke rol individuen, groepen, instituties en media in het publieke-opinieproces spelen. In het fundamentele opinieonderzoek worden deels dezelfde methoden als in het bevolkingsopinieonderzoek gebruikt. De theorie van de zwijgspiralen is bijvoorbeeld ook op enquêtes gebaseerd. Het zijn dan ook vooral de onderzoeksvragen die verschillen en de manier waarop gegevens worden verwerkt en gepresenteerd. De resultaten zijn bedoeld om het inzicht in het opinieproces zelf te vergroten. Ze dragen bij aan de interpretatie van bevolkingsopinieonderzoek

en de ontwikkeling van nieuwe onderzoekstechnieken. In het fundamentele onderzoek is een vijftal onderzoeksthema's te onderscheiden.

*Onderzoeksthema's in fundamenteel opinieonderzoek*

(a) Een van de oudste vragen in het onderzoek naar opinievorming richt zich op de invloed die massamedia en opinie-leiders op de mening van het brede publiek hebben. In de jaren 1950 nam men aan dat de media een zeer directe invloed hadden op de mening van het publiek. Deze *injectienaaldtheorie* werd in de loop van de tijd genuanceerd. Nu neemt men aan dat de media onderdeel zijn van bredere informatiestromen die mensen langs allerlei wegen bereiken en die ze op allerlei manieren verwerken. De media spelen een sturende rol in die stromen en kunnen daardoor meebepalen wat mensen belangrijk vinden, waarover ze denken en wat voor soort argumenten en tegenargumenten ze accepteren en serieus nemen.<sup>101</sup> Het onderzoek hiernaar is daardoor in de loop van de tijd verschoven van de studie van de effecten van massamedia naar de politieke en cognitieve psychologie: naar de vraag welke rol het verwerken van informatie heeft in de meningsvorming van mensen. Dat is een van de meest fundamentele vragen in het onderzoek naar publieke opinievorming. Die vraag sluit aan bij onderzoek dat vooral in de jaren 1960 naar de oordeelkundigheid van het publiek werd gedaan.

(b) Dat onderzoek heeft tot een tweede belangrijke onderzoeksvraag geleid: hoe kunnen mensen met weinig kennis zich toch zinvolle oordelen over publieke kwesties vormen. Hoe rationeel zijn de meningen die collectieven ontwikkelen?<sup>102</sup>

(c) Een derde belangrijk onderzoeksthema betreft de verhouding tussen meerderheden en minderheden. Volgens de theorie van het *bandwagon*-effect heeft men lang aangenomen dat mensen een neiging hebben zich bij de winnaars, de groep die in de meerderheid lijkt te zijn, aan te sluiten. Maar anderzijds lijken mensen uit sympathie ook te winnen te zijn voor een ondergewaardeerde minderheid, het *underdog*-effect. De resultaten van het bevolkingsopinieonderzoek geven een heldere voorstelling van het meerderheidsstandpunt. In de dagelijkse werkelijkheid is het voor mensen veel minder eenvoudig vast te stellen wie aan de winnende hand zijn. Geïnspireerd door de *zwijgspiralen*-theo-

rie van Noelle-Neumann gaat een groeiend aantal studies in op de vraag hoe mensen zich een beeld vormen van het heersende opinieklimaat en welk effect dat heeft op hun meningsvorming. Andere hulpmiddelen dan opiniepeilingen spelen daarin een grote rol: ze kunnen hun indrukken baseren op de media, op contacten in de informele sfeer en op standaardideeën over de aanhang van een bepaalde soort opvattingen.<sup>103</sup>

(d) Een vierde onderzoeksvraag betreft snelle collectieve omwentelingen in de meningsvorming. Daarbij gaat het om een plotselinge omslag zoals die zich in Nederland in 2002 leek voor te doen. Maar het kan ook gaan om een geleidelijke verschuiving naar een conservatieve stem, zoals die zich in het Amerika van de jaren tachtig en negentig heeft voorgedaan. Onderzoekers van het proces van publieke-opinievorming zijn geïnteresseerd in de oorzaken van een verschuiving in de algemene opinievorming. Men kan zich bijvoorbeeld afvragen of aan een dergelijke omslag reële maatschappelijke ontwikkelingen ten grondslag liggen, generatiewisselingen, gebeurtenissen in binnen- en buitenland, of de opkomst van een nieuwe vastbesloten groep opinieleiders met goede toegang tot de belangrijke communicatiekanalen.<sup>104</sup>

(e) Een vijfde en laatste vraag die veel aandacht krijgt, is hoe de relatie tussen besluitvorming en publieke opinievorming gestalte krijgt. Hoe beïnvloedt de publieke opinie de beleidsmakers in het politieke centrum? Baseren politici en ambtenaren hun beeld van de mening van de bevolking vooral op opiniepeilingen of op de media? Is aan opiniepeilingen en stemgedrag van parlementariërs te zien dat politici op de een of andere manier gevoelig zijn voor trends onder de kiezers? Recent Amerikaans onderzoek laat zien dat politici en ook journalisten zich niet zo zeer door opiniepeilingen laten informeren over de mening van de bevolking. Hun beeld van de publieke opinie lijkt vooral tot stand te komen door hun contacten met journalisten, andere politici en beleidsmakers en lobbyisten in de wandelgangen van het politieke centrum, in dit geval Washington. Het is niet ondenkbaar dat het onder de 'Haagse kaasstolp', in Brussel en zelfs in kleinere politieke centra op dezelfde manier werkt.<sup>105</sup>

## Nieuwe onderzoeksmethoden

Opinie-, communicatie-, en mediaonderzoekers hebben instrumenten en theorieën ontwikkeld om de invloed van maatschappelijke krachten op de individuele meningsvorming te meten en het gewicht daarvan in de collectieve meningsvorming vast te stellen. Een belangrijke stimulans voor dat onderzoek is de eerdergenoemde theorie van de *zwijgspiralen* van Noelle-Neumann. Kenmerkend voor haar theorie en onderzoeksmethoden is, zoals eerder aangegeven, de aandacht voor het effect van kleine groepen die zich uitspreken en grote groepen die zwijgen op de indruk die mensen krijgen van de eigen positie in het opinieproces.<sup>106</sup>

Door middel van vragenlijsten en interviews kan worden bestudeerd hoe mensen voor zichzelf vaststellen wat de trends in de publieke opinie zijn, wat ze denken dat de meeste anderen vinden en wat de invloed daarvan op de eigen houding is. In het proces van positiebepaling en het afstemmen van meningen gebruiken mensen natuurlijk ook opiniepeilingen. Maar peilingen verschijnen niet dagelijks; ze concurreren met de eigen indruk die mensen langs de informele en formele communicatiewegen opdoen over de populariteit van standpunten en partijen.<sup>107</sup> In onderzoek naar processen van opinievorming kunnen onderzoekers ook andere middelen gebruiken dan enquêtes. Om na te gaan welke stemmen krachtig klinken of juist zwak zou men vaker ook diepte-interviews kunnen houden, inhoudsanalyses van de media kunnen maken; maar ook boekverkoppen kunnen analyseren, kijk- en luisteronderzoek, oplagen van kranten en tijdschriften, de bezoekersaantallen van internetfora en websites, het dragen van badges, insignes en allerlei uiterlijke tekenen in het straatbeeld en het lidmaatschap van organisaties kunnen benutten. De resultaten van dergelijk onderzoek zou men vaker aan het brede publiek kunnen voorleggen. Men kan zo nagaan welke bewegingen zich het sterkst voordoen, het meest zichtbaar zijn en de meeste interesse wekken, zonder dat ze misschien direct de grootste aanhang hebben verworven.<sup>108</sup>

Het bevolkingsopinieonderzoek kent ook mogelijkheden om tegemoet te komen aan het bezwaar dat opinieonderzoek te weinig aandacht besteedt aan de agenda van het algemene publiek en teveel aan die van (nationale en internationale)



instituties. Naar analogie van de *civic journalism*, een stroming in de Amerikaanse journalistiek die meer aandacht wilde voor de publieksagenda, zouden onderzoekers op zoek kunnen gaan naar die publieksagenda.<sup>109</sup> In journalistiek Nederland deed een vergelijkbare vernieuwingspoging na mei 2002 van zich spreken. Dat leidde onder meer tot de invoering van het – alweer ter ziele gegane – nieuwsprogramma *Stem van Nederland* door SBS6. Dat programma zond dagelijks de resultaten uit van peilingen die Maurice de Hond over actuele kwesties had gehouden. Die peilingen waren op zich traditioneel; de onderzoeker behield de controle over de vragen, bepaalde de antwoordmogelijkheden en selecteerde de onderwerpen; en intussen suggereerde men dat nu eindelijk de stem van het volk in een nieuwsprogramma doorklonk. Toch bevatte de dagelijkse enquête van De Hond op Internet een vraag waarmee de interesses van de bevolking zelf te benaderen zouden zijn. Een selectie uit De Hond's panel kreeg iedere dag de vraag voorgelegd waarover men die dag met andere mensen had gesproken. De antwoorden op die vraag werden overigens niet uitgezonden.

Het doen van navraag naar de dagelijkse gespreksonderwerpen is een manier om in opinieonderzoek de publieksagenda meer te laten doorklinken en daarmee de bewegingen in de opinievorming onder de bevolking beter te benaderen. Ook met focusgroepen – waarbij een groeps gesprek wordt geënceneerd en geregisseerd door de onderzoeker – kan het publiek (de groep) zelf de antwoorden, reacties en argumenten inbrengen en wegen.<sup>110</sup> Die methode kan ook op individueel niveau worden toegepast in het diepte-interview, waarbij de interviewer een respondent zelf zijn of haar antwoorden, reacties en argumenten laat formuleren.<sup>111</sup> Focusgroepen verschaffen overigens niet rechtstreeks inzicht in individuele meningen. In focusgroepen uiten mensen hun opvattingen in de vorm van onderlinge gesprekken. Dergelijk onderzoek laat zich moeilijker generaliseren dan traditionele bevolkingsonderzoeken.

In het bevolkingsopinieonderzoek maakte men altijd onderscheid tussen meningen van verschillende maatschappelijke groepen, zoals hoogopgeleiden en laagopgeleiden. Het is ook mogelijk onderscheid te maken tussen mensen die ervaring hebben met een bepaald thema en mensen die dat niet hebben. Wanneer

men bijvoorbeeld geïnteresseerd is in de kwaliteit van de gezondheidszorg kan het nuttig zijn de mening van direct betrokkenen als patiënten, familieleden en de medische en verzorgende staf zwaarder te laten wegen. De opvatting van mensen die er nooit mee in aanraking zijn gekomen, is dan alleen relevant als men geïnteresseerd is in de mening van het publiek in zijn geheel; gefundeerd en ongefundeerd.

Een vergaande methode om gefundeerde oordelen van respondenten te verkrijgen is de argumentenenquête. Daarbij geven onderzoekers hun respondenten eerst informatie over een bepaalde kwestie; of de interviewer gaat zelfs zover dat de respondenten worden geconfronteerd met tegenargumenten, waardoor ze onder druk komen te staan om hun reacties goed te beargumenteren.<sup>112</sup> Met gebruik van alternatieve methoden naast het traditionele opinieonderzoek kan men een rijker beeld krijgen van hoe een opinie rondom een bepaald thema zich onder de bevolking vormt.

Het proces van meningsvorming voltrekt zich deels in het openbaar, maar een groot deel ervan blijft normaal gesproken onzichtbaar voor het oog van anderen. Een deel van dat onzichtbare proces probeert men met bevolkingsopinieonderzoek zichtbaar te maken. Toch is ook dat gedeelte dat zich in het openbaar voltrekt voor de meeste mensen niet te overzien. Juist de wisselwerking tussen dat volstrekt openbare, de dagelijkse gesprekken en discussies en het uiteindelijke afwegingsproces in het collectief van individuele burgers brengt de dynamiek en de onvoorspelbaarheid in het collectieve proces van meningsvorming. Voor die interactie is in het meeste bevolkingsopinieonderzoek weinig ruimte. In 2002 en 2003 bleek hoeveel debat er onder opinieonderzoekers en anderen ontstond over de mening van de bevolking. In de volgende twee hoofdstukken valt duidelijk te zien hoe sterk in die jaren de wisselwerking was tussen publieke opinieleiders, de meningsvorming onder de bevolking, verkiezingsuitslagen, het debat daarover en over nieuwe politieke keuzes. In de jaren voor 2002 en 2003 was die wisselwerking minder intensief en in 2005 lijkt de intensiteit ook weer afgenomen. Zeker is dat in 2002 en 2003 in een reeks hevige confrontaties en felle en intensieve debatten de maatschappelijke agenda voor een aantal jaren werd vastgesteld. Die wisselende perioden

van intensiteit in de opinievorming, die felheid van de meningen, de thematiek van die confrontaties en debatten worden juist in het bevolkingsopinieonderzoek maar moeilijk zichtbaar. Het is echter de vraag of dergelijke informatie niet zeker zo wezenlijk is voor het inzicht in de route die de samenleving volgt. In de twee navolgende paragrafen bekijken we enkele ontwikkelingen in de opinievorming in 2002 (hoofdstuk 5) en 2003 (hoofdstuk 6) nader.

# Publieke opinie in 2002: voor, tijdens en na Fortuyn

## Meningsuiting en meningsvorming

De opkomst van Fortuyn bracht in 2001 een ongekende dynamiek in de verkiezingscampagne en de publieke opinie in Nederland teweeg. Aan de opkomst van Fortuyn waren jaren van discussiëren met vrienden, bekenden en geïnteresseerden, van rapportenschrijven, columns, pamfletten en studies-publiceren en van lezingen-geven voorafgegaan. Zijn opkomst als opiniemaker voor het oog van de natie begon in beperkte kring en had effecten in vele kringen die Fortuyn zelf nooit zou leren kennen. Op dinsdag 12 maart 2002 lagen de eerste exemplaren van zijn boek *De puinhopen van acht jaar paars* in enkele Haagse boekhandels. In kleine kring bereidden enkele tegenstanders, blijkbaar minder vaardig met de pen, hun aanvallen voor. Tijdens de presentatie van het boek op donderdag 14 maart 2002 werd Fortuyn, voor het oog van de camera's, door een aantal van hen met taart besmeurd en luidkeels voor racist uitgemaakt. Eerder werd minister Zalm al getaart en later werd integratieminister Verdonk met ketchup bewerkt. Het besmeuren van politici en andere publieke figuren is een effectieve manier om media-aandacht voor een standpunt te genereren.<sup>113</sup>

Fortuyn had ook creatievere tegenstanders. *De Telegraaf* berichtte op maandag 18 maart 2002 over een jonge Zeeuwse kunstenaar die de vrijdag na het taartincident, geprikkeld door het nieuws rondom Fortuyn, op het Hollandiaplein in Goes een vijf meter hoog portret van hem had opgesteld. Fortuyn was afgebeeld in zijn befaamde *at your service* houding: het voortdurend herhaalde salueergebaar waarmee hij zijn lijsttrekkerschap van Leefbaar Nederland had aanvaard. De kunstenaar had op Fortuyns voorhoofd een hakenkruis aangebracht. Het schilderij maakte zo aan iedereen die het zag duidelijk dat zijn maker in Fortuyn een gevaarlijke racist zag. Het hakenkruis is in Nederland echter een verboden symbool en het gemeentebeestuur van Goes liet het dan ook direct verwijderen. De kunstenaar, niet snel voor een gat te vangen, gaf Fortuyns voorhoofd

daarop de niet minder mis te verstane tekst 'leeg is leeg' mee. Een onbekende nam de uitdaging aan en kladderde de dag daarop uit protest 'vol is vol' op het schilderij. Anderen gingen dat blijkbaar niet ver genoeg. De volgende ochtend was het schilderij half verbrand. De kunstenaar verklaarde desgevraagd dat hij met zijn werk weliswaar discussie had willen losmaken, maar dat hij de vurigheid van de reacties betreunde: 'Mijn bedoeling [was] meer een gesprek van man tot man.'<sup>14</sup>

Uit deze gebeurtenissen, de verkiezingscampagne van 2002 en de dagen na de dood van Fortuyn blijkt hoeveel mogelijkheden mensen in Nederland hebben om hun mening te uiten. De publieke en algemeen zichtbare onderdelen van het proces van opinievorming bestaan ook uit minder verbale reacties. Beelden appelleren op hun eigen, krachtige manier aan argumenten en ondersteunen meningen met een eigen symbolische taal. Een ultiem bewijs daarvoor werd in Nederland geleverd door de reacties die de film *Submission* van Ayaan Hirsi Ali opriep. Hirsi Ali en Theo van Gogh beschikten over zo ongeveer alle mogelijkheden waarmee Nederlanders hun mening kunnen uiten. De meeste mensen hebben echter niet rechtstreeks toegang tot de kolommen van kranten of de studio's van radio en televisie. Toch beschikken zij over methoden om in het openbaar gehoord en gezien te worden. Een belangrijk middel om publieke aandacht voor hun meningen af te dwingen zijn spectaculaire acties. Burgers weten goed genoeg wat voor indruk die maken op de beeldvorming via verslagen in kranten, op de radio en vooral op televisie.

Spectaculaire en gedramatiseerde acties creëren via een omweg in de massamedia aandacht voor bepaalde opvattingen. Het Nederlandse actierepertoire wordt jaar in jaar uit vernieuwd en uitgebreid. Het bestaat uit het gooien van taarten, het maken van graffiti en schilderijen, het applaudiseren bij een begrafenistoet, het massaal leggen van bloemen en knuffels, het zwaaien met spandoeken. De moord op de politicus Fortuyn was een daad die, zoals blijkt uit het zwijgen van de moordenaar, maar moeilijk als een boodschap kan worden opgevat en blijkbaar als daad op zichzelf stond. Maar de rituele moord op de opiniemaker en cineast Theo van Gogh kan, in de Nederlandse context, worden gezien als een schokkende radicalisering van het spectaculaire

actierepertoire. Uit de brief die de dader op het lichaam van zijn slachtoffer achterliet, blijkt dat hij met zijn daad een appel wilde doen aan het brede publiek in Nederland, Europa en zelfs heel de wereld. Hij had zeker met de grote media-aandacht rekening gehouden. Het lichaam van zijn slachtoffer werd daardoor het medium voor zijn boodschap aan de wereldopinie.

Dit soort acties, van ludiek tot zeer gewelddadig, coderen hun boodschap in de taal van het dagelijkse leven, van de straat, de massamedia en de populaire cultuur. Daarmee verschillen ze sterk en soms zelfs radicaal van de middelen van het beschaafde woord en de vriendelijke dialoog die overheersen in krantenkolommen en in de studio's van radio en televisie. Door hun beeldende, levendige en soms schokkende karakter dragen ze sterk bij aan een intensivering en een brede uitwaaiering van het maatschappelijke debat. Die acties vormen tegelijk ook een uitdrukking van dat debat, zijn daarmee een graadmeter voor de felheid van meningsverschillen in een samenleving en voor de scherpte van overtuigingen. Die felheid en scherpte van meningsverschillen en de bereidheid van mensen om hun mening te verdedigen zijn via opinie-enquêtes moeilijk te achterhalen. Die debatten hebben invloed op de algemene meningsvorming. De invloed van de felheid en gedrevenheid van bepaalde groepen is nauwelijks te wegen, wat de voorspelbaarheid van ontwikkelingen in de publieke opinie op langere termijn bijna onmogelijk maakt. Publiek geuite opvattingen hoeven niet samen te vallen met de mening van de meerderheid van het algemene publiek.<sup>115</sup>

### Een roerige campagne en de gevolgen

De hevige verkiezingscampagne van 2002 en de tragische dood van Fortuyn resulteerden tijdelijk in een uitzonderlijke verandering van het Nederlandse politieke landschap. De Lijst Pim Fortuyn behaalde op 15 mei 2002 met 26 zetels een zodanig monsterachtige verkiezingsoverwinning dat Nederland in één klap terechtkwam in de toptien van electorale aardverschuivingen in het naoorlogse Europa. Maar ook het CDA behaalde een monsterzege. Vergelijkbare uitslagen waren voorheen alleen weggelegd voor landen in oorlog, burgeroorlog of met grote corruptieschan-

dalen.<sup>116</sup> De coalitiepartijen pvda, vvd en D66 kregen harde klappen te verduren, wat leidde tot het aftreden van de drie lijsttrekkers. De Tweede Kamer kende een ongekende uitstroom van politieke ervaring en een grote instroom van onervaren leden, vooral bij LPF en CDA. Binnen twee verkiezingen, die van 2002 en die van 2003, trad een heel nieuwe generatie landelijke politici aan.<sup>117</sup>

De keiharde afstraffing van de Paarse coalitie volgde op een ongemeen harde campagne. Aanvankelijk gingen Binnenhof-watchers uit van een gemakkelijke overwinning voor pvda en vvd. Maar met Fortuyn als lijsttrekker van Leefbaar Nederland kwam het politieke landschap er opeens heel anders bij te liggen. De campagne van de Paarse partijen concentreerde zich al snel op een bestrijding van Fortuyn, die met zijn felle uithalen naar het Paarse beleid en zijn opvattingen over immigranten als een gevaar werd beschouwd. Fortuyns populariteit in de peilingen steeg snel en zijn optreden werd het gesprek van de dag. *De Volkskrant* berichtte op 6 mei 2002 dat Fortuyns lijst volgens onderzoeksbureau Intomart kans maakte om met 38 zetels de grootste partij van het land te worden.<sup>118</sup> Diezelfde avond kwam de bruisende verkiezingsstrijd abrupt ten einde, toen de campagne na de moord op Fortuyn werd stilgelegd. De relletjes rondom het Binnenhof, de pre-revolutionaire toestand waarin het land leek te verkeren, de uitbundige rouwbetuigingen om de vermoorde politicus, de grote overwinning van LPF en CDA en de bedreigingen aan het adres van politici gingen in de dagen daarop als schokgolven door het land.<sup>119</sup>

In die voor ieder zichtbare ontwikkelingen speelden de massamedia, de televisie, de radio, de kranten en tijdschriften, het boek en het internet natuurlijk een doorslaggevende rol. Ging het meeste politieke nieuws normaal gesproken over Binnenhof en omstreken, tijdens de verkiezingsstrijd verschoof de aandacht naar allerlei groepen van critici en ontevreden in het land. Fortuyn bracht amusement in de politiek, het aantal politieke spektakelprogramma's groeide en allerlei politici traden op in populaire radio- en televisieprogramma's. Het toppunt van wat velen zagen als een trivialisering van de politiek was het lijsttrekkersdebat tijdens de Soundmixshow bij de commerciële zender RTL4. De publieke omroepen en de kranten, sterk op Den

Haag georiënteerd, brachten aanvankelijk vooral stemmen tegen Fortuyn in stelling. Daarmee werd wantrouwen gewekt over zijn persoon, zijn motieven en zijn opvattingen; vooral die over immigranten, asielzoekers en de islam. Buiten de officiële circuits rees zijn ster echter razendsnel.<sup>120</sup>

Na de verkiezingsoverwinning van zijn eigen Leefbaar Rotterdam in maart 2002 en zijn stormachtige succes in de peilingen konden de publieke media Fortuyn niet langer negeren. Hij werd, zeer uitzonderlijk voor de lijsttrekker van een nieuwe partij, toegelaten tot de grote lijsttrekkersdebatten. Dankzij zijn toegang tot de massamedia kon hij als buitenstaander toch uitgroeien tot het middelpunt van de verkiezingsstrijd: bestreden door de Paarse coalitie en door de kleine linkse oppositiepartijen. Zijn boek *De puinhopen*, zijn partijprogramma na de breuk met Leefbaar Nederland, werd een bestseller. Niet minder uniek in de Nederlandse politiek was dat in navolging daarvan ook de uitdagers Jan Marijnissen van de SP en Jan Peter Balkenende van het CDA hun kritiek op Paars in boekvorm publiceerden. Marijnissen introduceerde tegelijk een ludieke anti-Fortuynslogan: Fortuyn was niet anti-paars, maar juist *Pimpelpaars*. Veel Nederlanders gebruikten intussen het internet om met elkaar over de politieke ontwikkelingen te discussiëren; websites van partijen werden druk bezocht, miljoenen vulden de online Stemwijzer in en vanuit Fortuyns achterban werden tal van websites en internetfora opgericht.<sup>121</sup>

In de minuten na de moordaanslag op Fortuyn kon het Nederlandse publiek zijn einde en de jacht op de dader op televisie meemaken. De uitvaartdienst die live werd uitgezonden, werd door anderhalf miljoen mensen bekeken. Het publiek stond rijen dik bij de kerk en langs de route naar de begraafplaats. Aanhangers en tegenstanders onder hen, merendeels gewone Nederlanders, kregen de kans hun mening te geven op radio en televisie en in de kranten. Na zijn dood kreeg Fortuyn daardoor steeds meer de status van vertolker van de gevoelens van het gewone volk, van de 'mensen in de wijken'. Nadat ook nog eens 1,6 miljoen kiezers op de LPF-zonderlijsttrekker stemden, werd de suggestie dat Fortuyn stem gaf aan een monddood gemaakte bevolking nog sterker. Het beeld werd door zijn aanhangers gekoesterd, maar het bleek ook in de discussies die onder com-



mentatoren losbarstten moeilijk te vermijden. Dat beeld stond voor de Nieuwe Politiek: van politici werd hardop verwacht dat ze hun oor beter te luisteren moesten leggen 'in de wijken' en dat ze zich beter moesten verantwoorden voor hun woorden en daden.<sup>122</sup>

Na Fortuyn's dood werden de stem van het volk en de vrijheid van meningsuiting een tijdlang centrale thema's in het maatschappelijk debat. Volgens de normen van de Nieuwe Politiek moesten niet alleen politici, maar ook journalisten beter luisteren naar het gewone volk. Ze moesten minder verslag doen van wat in Den Haag werd besproken. De journalistiek reageerde daarop in televisieprogramma's en krantenartikelen met reportages over de toestand in grotestadswijken en over de frustraties van de bewoners, die zelf geregeld aan het woord kwamen. SBS6 begon naar aanleiding van de verkiezingen van 2002 met het actualiteitenprogramma *Stem van Nederland*, dat het politieke nieuws uit Den Haag aanvulde met een dagelijkse peiling naar de mening van Nederlanders over allerlei zaken. Het was één van de pogingen om de mening van 'de gewone Nederlander' of van de 'zwijgende meerderheid' meer te laten doorklinken in de actualiteitenrubrieken.<sup>123</sup> De moord op Van Gogh en de bedreigingen van de parlementariërs Wilders en Hirsi Ali openden in 2004 een nieuwe fase in het nog lang niet verstomde debat over de vrije meningsuiting.

Toonde de gewone Nederlandse kiezer in 2003 opnieuw zijn of haar wispelturig karakter of reageerde het kiezersvolk op de ontwikkelingen rondom de LPF, het kabinetsbeleid en de kabinetscrisis? In elk geval werden de verkiezingen van januari een nek-aan-nek-race tussen CDA en PvdA. De laatste partij won een groot deel van de verloren zetels terug; de LPF werd gereduceerd van 26 naar acht zetels. Daarmee keerden in de Tweede Kamer de gebruikelijke verhoudingen terug. In de Nederlandse samenleving leek dat toch minder het geval. De reactie op de moord op Van Gogh, de tijdelijke opkomst van Wilders en anderen in de peilingen en de kracht van de nee-stemmers bij het referendum over de Europese Grondwet zijn daarvan maar enkele voorbeelden. Nog altijd is de vraag actueel wat zich binnen die Nederlandse bevolking afspeelt. Welke bewegingen doen zich voor in de meningsvorming onder het brede publiek en

binnen afzonderlijke groepen? Het leek in 2003 misschien even dat de eerdere ‘verrechtsing’ van het opinieklimaat in Nederland weer ongedaan gemaakt was; zodat sommigen zich misschien ten onrechte zorgen hadden gemaakt over de toekomst van de Nederlandse tolerantie. De opkomst en ondergang van de LPF en de snelle neergang en wederopstanding van de pvdA doen vermoeden dat aan verkiezingsuitslagen niet zonder meer de trends in de publieke opinie af te lezen zijn. Dat maakt de interpretatie van de ontwikkelingen onder het Nederlandse publiek niet eenvoudiger.<sup>124</sup>

Na de moord op Fortuyn en de opkomst en ondergang van zijn LPF werd in allerlei kringen en media druk gediscussieerd over de oorzaken van de gebeurtenissen, de te verwachten gevolgen en de te volgen koers. In die discussies keerde het fenomeen van de ‘publieke opinie’ steeds weer terug. Hoe moest het optreden van al die mensen tijdens de verkiezingen, maar ook eerder op straat met hun meningen, leuzen, protesten tegen media en politici en hun publieke rituelen na de dood van Fortuyn worden gezien? Hoe verhielden die mensen, die in commentaren in de media steeds opnieuw ‘het volk’ vertegenwoordigden, zich tot de ‘publieke opinie’ zoals die via opiniepeilingen werd onderzocht en in de media gepresenteerd? Het publieke debat werd in veel lagen binnen de bevolking gevoerd. Het was een brede evaluatie van wat gebeurd was; bedoeld om inzicht te krijgen in de toestand van het land en in de wegen die men meende te moeten inslaan. Het in het openbaar en in besloten kringen gevoerde debat over 2002 behoorde zelf ook tot het veelvormige proces van publieke opinievorming.<sup>125</sup>

### **Debatten over politiek, publiek en media**

Het debat over 2002 was dus een poging om de dynamiek achter de intensieve publieke-opinievorming in de aanloop naar de verkiezingen te begrijpen. Een korte bestudering van dit debat zelf kan op haar beurt weer inzicht geven in het schrijven van Nederlandse opiniemakers over publieke opinie en publieke-opinieonderzoek en in de manier waarop resultaten van opinieonderzoek in dergelijke discussies geïnterpreteerd en gebruikt worden. Het is onmogelijk in beperkt bestek alle kringen, fora en

media waar dit debat plaatsvond en alle onderwerpen die werden behandeld en alle meningen die werden verwoord recht te doen. Hier wordt volstaan met een snelle indruk van de deelnemers aan, de omvang en de thematiek van en de argumenten in het debat. Hoe evalueerde een beperkte verzameling Nederlandse 'opinieleiders', niet-politici die zich in allerlei media uitspreken over maatschappelijke kwesties, de rol van de Nederlandse bevolking in de gebeurtenissen van 2002?<sup>126</sup>

De Fortuyn-revolutie leidde tot een aantal onderling gerelateerde debatten over de rol van de media in de verkiezingsstrijd en over de manier waarop de Oude Politiek had gereageerd op het nieuwe fenomeen. Maar de discussie concentreerde zich op ontwikkelingen in de samenleving en onder de Nederlandse bevolking die in 2002 leidden tot de enorme verandering in de politieke arena. De verkiezingen van 2002 werden door verschillende groepen binnen de Nederlandse bevolking via nieuwe rituelen, de oprichting van standbeelden, een stroom aan studies en commentaren in boek en tijdschrift, in roman, lied, theater en film en zelfs in rechtszaken geëvalueerd en verwerkt. Publieke debatten gericht op het verkrijgen van verder inzicht in de ontwikkelingen waren maar een onderdeel van dat verwerkingsproces. Die werden gevoerd in de dagbladen en tijdschriften, in partijbladen, op congressen en tijdens discussiebijeenkomsten, in discussiegroepen op Internet en in discussieprogramma's, reportages en documentaires op televisie.

De openbare discussies werden nauwelijks gevoerd door de eigenlijke hoofdrolspelers van de gebeurtenissen: de politici uit de gevestigde partijen, de nieuwe politici, hun aanhangers en het brede publiek. Het waren vooral journalisten, intellectuelen en wetenschappers die zich bogen over de Nederlandse politiek, de Nederlandse samenleving en het Nederlandse kiezerspubliek. Uitzonderingen daarop waren de reportages in de pers, op de radio en televisie waarin journalisten de straat opgingen en de gewone Nederland aan het woord lieten. Internetfora en de ingezonden brievenrubrieken in de dagbladen lieten de niet-deskundigen wel uitgebreid aan het woord. De grote discussiebijdragen die hier gezien worden, kwamen echter vooral uit de pen van Nederlandse journalisten, columnisten en sociale wetenschap-

pers. Ze verschenen in kranten, algemene en politieke tijdschriften en als wetenschappelijke publicaties.

Onder hen vielen de standpunten ruwweg in tweeën uiteen. Een deel van de commentatoren was van mening dat de gebeurtenissen van 2002 en begin 2003 een incident vormden (p. 24). Ze behoefden niet door diepgaande onvrede onder de bevolking en tegen de achtergrond van allerlei langdurige ontwikkelingen in de Nederlandse samenleving verklaard te worden. De verklaring zou eerder te vinden zijn in de unieke combinatie van de politieke conjunctuur met het optreden van de charismatische Fortuyn, de moord en de algehele toestand van Nederland in 2002. Het merendeel van de commentatoren dacht daar echter heel anders over: zij vonden dat 2002 en 2003 uitdrukking gaven aan een diepe kloof tussen het politieke establishment en een ontevreden bevolking. Fortuyn was in dat geval een katalysator van sluimerend ongenoegen. Maar onderling verschilden men weer van mening over de vraag *welke* veranderingen de oorzaak vormden van de turbulente verkiezingen en *waarom* slechts sprake was van een incident.

#### *Sluimerende onvrede?*

In mei 2002 beweerde de politicoloog Cees van der Eijk in de *NRC* dat de publieke opinie onmogelijk plotseling op drift kon zijn geraakt. Het kon niet anders of er moest een latent ongenoegen hebben bestaan.<sup>127</sup> Dergelijk ongeloof was het uitgangspunt van veel pogingen om de verkiezingsstorm van mei 2002 te verklaren: de uitbarsting kwam zó onverwacht dat er wel meer aan de hand moest zijn. Volgens Van der Eijk had de gedachte dat de onvrede ouder was, maar blijkbaar niet werd waargenomen door politiek, journalistiek en onderzoekers nog een andere consequentie. Het kon maar één ding betekenen: de opties die kiezers in opinieonderzoeken en bij verkiezingen kregen voorgelegd, sloten niet aan bij wat die kiezers vonden. Zodra zich een alternatief aandiende, maakten ze daarvan dankbaar gebruik. Het was daarom niet het kiezerspubliek dat massaal was omgezwaaid; het was eerder een plotse verandering in het aanbod die leidde tot een ingrijpende verandering in de politieke machtsverhoudingen. Nieuwe combinaties van opvattingen die geleidelijk waren ontstaan, werden niet vertegenwoordigd in het gevestigde politieke spectrum. Net

als in Nederland kon dat volgens Van der Eijk ook in de rest van Europa tot politieke aardverschuivingen gaan leiden.<sup>128</sup>

(1) Een eerste dieperliggende oorzaak die door veel commentatoren werd genoemd, betrof het vreemdelingenvraagstuk.<sup>129</sup> Dat was gezien het optreden van Fortuyn en de reacties van zijn tegenstanders tijdens de campagne niet zo verwonderlijk. Het was juist opvallend dat heel wat commentatoren het vreemdelingenvraagstuk in het geheel *niet* noemden als een van de oorzaken van de sluimerende onvrede. Zelfs in een samenvatting van de discussie in de NRC begin 2003 negeerde Warna Oosterbaan het thema geheel.<sup>130</sup>

(2) Een tweede, diepere oorzaak zochten verschillende commentatoren in het onveiligheidsgevoel van burgers.<sup>131</sup> Een prominente vertegenwoordiger van het idee dat dit een cruciale rol speelde in de verkiezingsstrijd was de criminoloog Hans Boutellier. Hij meent dat in onze samenleving een utopisch idee over veiligheid heerst. In de risicomaatschappij van de eenentwintigste eeuw, in een samenleving die streeft naar het uitbannen van alle risico's, zou criminaliteit het brandpunt van onbehagen en verlangen zijn. In een discussie in de Rode Hoed in Amsterdam legden Ahmed Aboutaleb en Ayaan Hirsi Ali openlijk een verband tussen dit onveiligheidsgevoel en de vreemdelingenproblematiek.<sup>132</sup>

(3) Een derde groep van diepere oorzaken zochten sommigen in algemene gevoelens van vervreemding van de eigen leefomgeving, verloedering van het woonmilieu, een gebrek aan gemeenschapszin en frustraties over de teloorgang van normen en waarden.<sup>133</sup> Die vervreemding werd door enkelen ook in verband gebracht met de toenemende afstand tussen burgers en gekozenen. De kloof tussen kiezers en gekozenen zou worden verdiept door de modernisering, de toenemende regelgeving, de bureaucratisering, de globalisering en het democratische tekort in Europa. De kosmopolitische elites in de politiek, de media en de wetenschap zouden zelf vervreemd zijn van de levens van hun regionaal georiënteerde medeburgers. Onder die laatsten bevonden zich groepen die niet zouden weten wat ze aanmoeten met de dreigingen van de moderne samenleving, waar mensen geacht worden voor zichzelf op te komen. Traditionele institu-

ties die ooit aan het leven richting gaven, zijn ondergraven en nieuwe zouden daarvoor niet in de plaats zijn gekomen.<sup>134</sup>

(4) In al deze verklaringen staan zwakke burgers centraal, op zoek naar veiligheid en geborgenheid. Een belangrijke vierde oorzaak werd door anderen echter juist gezocht in de emancipatie van succesvolle burgers tot kritische en mondige klanten van een stroperige publieke sector. In de jaren 1990 was een middengroep rijk geworden. Deze nieuwe rijken zouden materialistische en individualistische waarden aanhangen en zich niet vertegenwoordigd voelen door de gevestigde partijen.<sup>135</sup>

(5) Een variant hierop luidt, ten vijfde, dat grote groepen mensen, dankzij betere scholing en groei van het aantal informatiebronnen, zelf halve professionals in de politiek geworden zijn. De politieke organisaties krompen weliswaar, maar in allerlei andere vormen bloeide het politieke debat juist op.<sup>136</sup> De verwachtingen van burgers over de publieke sector zouden sterk zijn gestegen, volgens de ideologie van de in de jaren negentig ontstane klantvriendelijke verzorgingsstaat. De overheid zou die verwachtingen niet kunnen waarmaken, wat tot frustraties leidt.<sup>137</sup> Een combinatie van de derde en vierde verklaring kwam ook voor: het succes van de LPF zou dan juist gelegen zijn in de coalitie die Fortuyn tegen de gevestigde machten tot stand bracht tussen een sociaal-economisch zwakke groep en de assertieve groep van nieuwe rijken. De verenigende factor was populistisch: het deugdzame volk zet zich af tegen een slappe, corrupte en in zichzelf gekeerde politieke elite.<sup>138</sup>

(6) Verscheidene commentatoren zagen nog een zesde soort van diepere oorzaken voor de onvrede van 2002. In de eenentwintigste-eeuwse mediamaatschappij zouden politici worden beoordeeld op hun optreden in de media. Die zouden daardoor haarscherp laten zien hoe saai en ambachtelijk de politiek is, in vergelijking met het vele spectaculaire vermaak dat de media ook bieden. In de spektakelsamenleving van Nederland in de eenentwintigste eeuw zouden mensen zich gemakkelijk door kleurrijke, charismatische figuren kunnen laten meeslepen. Nederland zou zelfs verslaafd zijn geraakt aan politainment. In de massamedia zou het volk volgens Gawie Keyser de plaats van de elite hebben ingenomen als het belangrijkste publiek voor politieke boodschappen. De massificatie van de media zou het

intelligente publiek naar de marge hebben verdrongen. Door de dominante rol van spektakel in de massamedia zou drama het dagelijkse leven zijn gaan beheersen. In plaats van kritischer en mondiger zou het electoraat dommer zijn geworden en zeker niet verstandiger. De televisie, met haar aandacht voor emotie en personen, vervulde daarin een weinig positieve rol door steeds in te spelen op het *onderbuikgevoel* van de kiezers. De kranten boden volgens Paul Schnabel nog een zeker kritisch tegenwicht, maar de wisselwerking tussen krant en televisie werd steeds sterker; door het toenemende gebruik van de televisie als nieuwsbron zou de kritische kracht van de krant afnemen. In de moderne consumptiemaatschappij zouden mensen niet beter, maar juist slechter geïnformeerd zijn. Dat zou het wantrouwen tegen de afstandelijke politiek verklaren. Iemand als Fortuyn, met zijn vele persoonlijke en hoogst amusante optredens in de media, kon die afstandelijke orde gemakkelijk honend te kijk zetten.<sup>139</sup>

Heel wat van deze verklaringen voor de verschuivingen in kiezersgedrag in 2002 en 2003 duiken ook op in het werk van een socioloog die veel invloed heeft in Nederland: de Belg Mark Elchardus. Elchardus meent dat het maatschappelijke middenveld en de sociale cohesie in de moderne samenleving onder druk staat door individualisering, bureaucratisering en de televisie. Vooral commerciële televisie zou volgens Elchardus een belangrijke rol spelen in de teloorgang van traditionele maatschappelijke betrokkenheid en de opkomst van het moderne wantrouwen tegen de politiek. Hij meent dat de opkomst van Fortuyn, net als eerder die van het Vlaams Blok en de Witte Beweging in België, illustratief zijn voor een maatschappelijke vertrouwenscrisis. Die crisis zou het gevolg zijn van onverwerkte veranderingen in de postindustriële samenleving.<sup>140</sup>

### *Een incident?*

De mening dat de verkiezingen van 2002 het effect waren van grootschalige maatschappelijke veranderingen op het kiesgedrag van de Nederlandse bevolking werd niet door iedereen gedeeld. De SCP-medewerkers Paul Dekker en Joep de Hart waren uitgesproken voorstanders van de gedachte dat 2002 een incident was en zeker geen teken van diepgaande onvrede, hevig onbehagen of een grote onzekerheid over de maatschappelijke ontwikkelingen.

Zij hielden daarmee vast aan resultaten van de Sociaal en Culturele Rapporten uit de late jaren 1990 en de vroege jaren van de nieuwe eeuw. Die rapporten schetsten het beeld van een stabiel en rijk land, waar zich weliswaar allerlei veranderingen voordeden, maar zonder dat het maatschappelijke middenveld of de sociale cohesie daar ernstig door werden gestoord. Het SCP vond geen sporen van een hevige onvrede onder de bevolking. In Nederland leek integendeel een van de meest tevreden en gelukkigste volken van Europa te wonen. Als een van de weinigen hamerde Dekker erop dat de overgrote meerderheid van de kiezers helemaal niet op Fortuyn had gestemd. Hij keerde zich tegen de gedachte dat grote politieke veranderingen altijd het resultaat moeten zijn van grote maatschappelijke veranderingen of dat er verklaringen zijn die op *alle* kiezers van toepassing zijn. De politiek zou juist een eigen dynamiek hebben die sterker werd naarmate kiezers zich voor hun welvaart minder afhankelijk wanen van de politiek, wat het geval was in 2002. Ze zouden dan eerder hun voorkeur van het moment volgen en vatbaarder zijn voor modes.<sup>141</sup>

Tegenstanders van het idee van diepe onderstromen van onvrede verwezen graag naar de SCP-rapporten. De terugkeer naar de bestaande verhoudingen na de implosie van de LPF in 2003 leek hun mening nog eens te bevestigen dat een toevallige samenloop van omstandigheden de oorzaak van 2002 was.<sup>142</sup> Het optreden van Fortuyn en zijn positie op de kiezersmarkt gelden dan bijvoorbeeld als een van de toevalsfactoren die de verkiezingen van 2002 zo spectaculair maakten. Hofland meende in *Vrij Nederland* in 2002 dat rondom Fortuyn, die anders dan zijn tegenstanders een echte televisieperformer was, in een mum van tijd een nieuwe publieke opinie ontstond in een land waarin die min of meer was afgestorven. Hij wekte de tegenstellingen in de Nederlandse politiek weer tot leven die door Paars opgeheven leken. Fortuyns onorthodoxe optredens genereerden veel media-aandacht waardoor hij zijn persoon en meningen gemakkelijk kon profileren. In een mediasamenleving richt het debat zich sterk op personen en is er veel aandacht voor spektakel en voor emoties, wat in Fortuyns voordeel werkte. De aandacht voor zijn kritiek leidde ertoe dat steeds meer ontevreden en aan het woord werden gelaten, wat het effect van zijn kritiek versterkte.<sup>143</sup> Het waren volgens Dekker vooral de zwevende kiezers die door



Fortuyn werden geraakt. Zij bepalen, met hun volgens de journaliste Van Cann impulsieve en van het moment afhankelijke stemgedrag, in toenemende mate het politieke landschap.<sup>144</sup>

Fortuyn zou, in een kiezersmarkt met veel zwevende kiezers die zich gemakkelijk door een persoon, door sensatiezucht en door emoties van het moment laten leiden, met zijn optreden de ideale tegenpool van het saaie, rationele Paars zijn geweest.<sup>145</sup> Kiezers rekenen zich graag tot de winnaars en door het wedstrijdelement van verkiezingen werkte dat in Fortuyns voordeel. De wekelijkse peilingen hielpen hem daarbij. In *Trouw* beweerde Hans Goslinga zelfs dat Paars 'het irrationele in het volksgemoed' had onderschat. De 'opstand der burgers' van 2002 was zo gezien geen abnormale opstand tegen de gevestigde orde, maar een normale politieke afrekening met de regeerstijl en het beleid van een coalitie waartegen te weinig spraakmakende oppositie werd gevoerd. Toevallig diende zich bij deze verkiezingen de uitdager aan wiens stijl in alles het tegendeel was van de coalitiepolitici en die perfect paste in de postmoderne mediamaatschappij. Fortuyn was de juiste man, op de juiste plaats en op het juiste moment.<sup>146</sup>

### Publieke opinie en de wil van het volk

In alle commentaren ging het niet alleen om het vinden van een verklaring voor 2002, maar ook om de kwaliteit van opinievorming. Was de beweging van 2002 het resultaat van conclusies over ontwikkelingen in de samenleving die het publiek eerder had gemaakt dan zijn politici? Of had het publiek zelf veeleer problemen met het op juiste waarde schatten van maatschappelijke problemen? Kon het verkiezingsresultaat van de LPF worden opgevat als een *pars pro toto* voor algemene ontwikkelingen onder het Nederlandse publiek? Het debat daarover is niet direct in het voordeel van een van de opvattingen beslecht.

Een meerderheid van de commentatoren was van mening dat een aantal onverwerkte maatschappelijke ontwikkelingen door (een deel van de) bevolking bij de Haagse politici op de agenda was gezet. Bovendien meenden velen dat in de toekomst met meer van zulke resultaten rekening moest worden gehouden. Een vrijwel algemene consensus valt te ontwaren rondom

een aantal structurele achtergronden van wat in 2002 was gebeurd. Na het wegvallen van de oude ideologische tegenstellingen waren in de postmoderne spektakelsamenleving nieuwe verhoudingen tussen maatschappij, media, kiezerspubliek en het politieke bestel ontstaan. Die maakten verkiezingscampagnes en uitslagen als in 2002 mogelijk. Maar wat ook de conclusies van het debat mochten zijn, in de media en in Den Haag had men de conclusie getrokken dat de bevolking het vreemdelingenbeleid bijzonder urgent vond. Over de uitvoering daarvan ontstond onmiddellijk een nieuw debat, dat laat zien hoe ingewikkeld het is voor onderzoekers en commentatoren om vast te stellen wat de meerderheid van de bevolking wil als het op de uitvoering van beleid aankomt.

# Publieke opinie in 2003: het vreemdelingenbeleid

## Beleid ter discussie

Nog altijd is het vreemdelingenbeleid een van de slepende problemen in de Nederlandse politiek. Deze hete aardappel maakt deel uit van een veelomvattende maatschappelijke kwestie: de integratie van immigranten en de opvangcapaciteit van de Nederlandse samenleving. In de verkiezingscampagne van 2002 werd dit probleem, dat zich vooral in de oude stadswijken voordoet, door Fortuyn en zijn beweging onder de publieke aandacht gebracht. Na de dood van Fortuyn en de overwinning van zijn LPF werd deze slepende kwestie van links tot rechts tot een van de meest urgente politieke problemen verklaard. Al tijdens de verkiezingscampagne werd het succes van Fortuyn immers verklaard uit het succes van zijn controversiële standpunten over immigratie en integratie onder de bevolking. In de kabinetten Balkenende I en II werd een minister voor Vreemdelingenzaken en Integratie opgenomen. Die moest de immigratie zien te beperken, het probleem van de illegalen en van uitgeprocedeerde asielzoekers aanpakken en de inburgering van gevestigde immigranten in de Nederlandse samenleving bevorderen.<sup>147</sup>

Eerdere kabinetten hadden ook maatregelen in die richting genomen. Toch leek vanaf 2002 de bereidheid in politiek en samenleving om de aangekaarte problemen te benoemen en naar onorthodoxe oplossingen te zoeken sterk gegroeid. Eén van die oplossingen was voorgesteld door Fortuyn en door de LPF-minister Nawijn overgenomen: een pardon voor ingeburgerde, maar uitgeprocedeerde asielzoekers, in combinatie met een streng toelatings- en uitzettingsbeleid. Omstreeks kerst 2003 organiseerde Vluchtelingenwerk Nederland een petitieactie gericht op Nawijns opvolgster, de VVD-minister Verdonk. Via de website van Vluchtelingenwerk kon men haar ministerie een e-mail versturen met het verzoek om ongeveer vierduizend ingeburgerde vluchtelingen die niet onder het eenmalige pardon vielen door een ruim gebruik van de bevoegdheid toch toe te laten. Haar werd verzocht juist in de decembermaand het hart te laten spre-

ken. Indieneren van de e-mail-petitie kregen een ontvangstbevestiging van het ministerie terug. In januari 2004 sloot de minister een convenant met de grote steden over de uitzetting van 26.000 uitgeprocedeerde asielzoekers. Bovendien besloot zij tot een pardon aan 2300 van hen.

Tegen het beperkte pardon groeide snel een verrassend sterk en goed georganiseerd verzet uit heel verschillende segmenten van de Nederlandse samenleving. Het kreeg – misschien omdat het zo in tegenspraak was met de gangbare interpretaties van de verkiezingsuitslag van 2002 – veel media-aandacht. Het verzet werd aangevoerd door een belangenorganisatie als Vluchtelingenwerk en gesteund door gewone burgers uit de regio. Opvallend genoeg behoorde daar ook een deel van de CDA-achterban toe; lokale CDA-politici stonden zij-aan-zij met wethouders en burgemeesters uit andere partijen. Sommige tegenstanders van het beleid van Verdonk, onder hen PvdA-voorzitter Koole, riepen publiekelijk op tot burgerlijke ongehoorzaamheid door niet mee te werken aan uitzetting en die zelfs actief tegen te gaan.<sup>148</sup> Een inderhaast opgericht comité ‘Van Harte Pardon’ hield op 28 januari een demonstratie in Den Haag om het pleidooi voor een generaal pardon kracht bij te zetten. De pardonregeling van Verdonk werd de inzet van een fel en sterk georganiseerd debat dat werd gevoerd in de media, in vergaderingen, op straat, in huiskamers, op het werk en in het openbaar vervoer.

Het verslag van het verzet in de media en de gedrevenheid en het militantisme van de tegenstanders deden vermoeden dat zij een meerderheid van de bevolking vertegenwoordigden. Uit een opiniepeiling van het Nipo, uitgevoerd in opdracht van Vluchtelingenwerk, die op 6 februari werd uitgezonden door *Twee Vandaag* bleek dat maar liefst tweederde van de CDA-burgemeesters de pardonregeling te mager vond. Bovendien publiceerde *Nova* die dag de Politieke Barometer, een regelmatige opiniepeiling van bureau Interview-nss. Volgens de Barometer was het CDA in de kiezersgunst gedaald.<sup>149</sup> De media weten dat aan onvrede met het uitzetbeleid van minister Verdonk onder CDA-ers. In de loop van januari verschoof zo het centrum van het debat rondom de uitgeprocedeerde asielzoekers van Den Haag naar de tegenstanders van het regeringsbeleid in het land. Net als tijdens de opkomst van Fortuyn volgden de media die om-

slag in het politieke debat. Maar precies als bij de relatie tussen Fortuyn-kiezers en de bevolking als geheel kon men zich hier afvragen hoe representatief de in de media zo succesvolle tegenstanders van Verdonk eigenlijk waren voor de bevolking als geheel. Stonden zij voor een meerderheid van de bevolking, of vormden ze een succesvolle lobby voor het eigen standpunt?

Een dag voor en enkele dagen na de betoging van 'Van Harte Pardon' had Maurice de Hond de mening in het land gepeild via een steekproef van meer dan duizend personen uit zijn internetpanel. De resultaten werden op 8 en 9 februari in de ochtendbladen gepubliceerd. Met een ruime meerderheid van 61 procent zou op 6 februari de steun voor Verdonks beleid onder de Nederlanders opnieuw zijn toegenomen. De Hond weet dat zelf aan het optreden van PvdA-voorzitter Koole. Die had PvdA-burgemeesters opgeroepen zich actief tegen uitzetting te verzetten.<sup>150</sup> Maar omdat de peiling werd gehouden kort na de demonstratie van 28 januari kan het ook zijn dat de zeer geringe opkomst in Den Haag mensen aan het twijfelen had gebracht. Aan de cijfers was dat niet af te lezen; bij de publicatie van opiniepeilingen in de massamedia brengt men zelden de categorie weet-niet/geen mening in beeld, waarmee men met het aantal onbeslistenzichtbaar zou kunnen maken. De Hond peilde op 3 februari weer een flinke daling van de steun van 65 naar 55 procent.<sup>151</sup> Uit de Politieke Barometer van 6 februari bleek dat het CDA in de kiezersgunst was gedaald en de PvdA en opvallend genoeg ook de VVD op winst stonden. Die verschuivingen doen vermoeden dat CDA-kiezers zowel uitweken naar tegenstanders (PvdA) als naar eensgezinde voorstanders van Verdonks beleid (VVD), maar daarover gaf de berichtgeving verder geen uitsluitsel, en het onderzoek wellicht evenmin.<sup>152</sup>

Een week later werd een CDA-congres gehouden, waar de opgekomen achterban tegen alle – door acties en eerdere peilingen gewekte – verwachtingen in het beleid van Verdonk steunde.<sup>153</sup> Uit de publicatie van de Politieke Barometer op 20 februari bleek het CDA weer in de kiezersgunst te zijn gestegen.<sup>154</sup> Toen ook de Tweede Kamer met het beleid van Verdonk instemde, was de strijd in het publieke debat voorlopig gestreden. Het thema dook in de media nog wel op als nieuwsitem, maar de brede discussie was geluwd en ook de opiniepeilers verdwenen uit de

aandacht. Gedurende de storm van protest en de prominente aandacht daarvoor in de media bleven de Nederlanders volgens peilingen in (krappe) meerderheid het beleid van Verdonk steunen. Bij een oppervlakkige waarnemer die het openbare discussieproces volgde, kon echter gemakkelijk de indruk ontstaan dat heel Nederland zich juist sterk tegen haar verzette. Hier blijkt het nut van opinieonderzoek, dat tijdens de discussie die indruk kon corrigeren. Het is een interessante vraag wat er gebeurd zou zijn als het publiek, de journalistiek en de politiek alleen op basis van de eigen waarneming hadden moeten denken en handelen. Naast hun corrigerende werking hadden de peilingen ook nog eens invloed op de verhoging van de 'nieuwscoorts' in de media en onder het betrokken publiek in de samenleving. Waren zonder de peilingen andere politieke machtsverhoudingen ontstaan, vooral binnen het CDA, dat sterk onder druk werd gezet?

### **De macht van luidruchtige minderheden**

Het is echter de vraag of opinieonderzoeken die 'kritische' rol terecht vervulden. Was De Hond's internetpanel bijvoorbeeld wel representatief voor het Nederlandse publiek, waarvan met zekerheid niet honderd procent dagelijks online is, en dat bovendien bestaat uit mensen die zichzelf hebben aangemeld? Was het correct dat het Nipo alleen onderzoek deed naar de mening van CDA-burgemeesters? Deed Nova er in zijn Politieke Barometer goed aan partijvoorkeuren te rapporteren, zonder verder inzicht te geven in de meningen over het beleid dat ter discussie stond? En waarom hield men na het parlamentsbesluit op met peilen over en verslagleggen van het onderwerp? Na de eerste beroering bleven de tegenstanders actief, zij het meer in de luwte. Minister Verdonk bleek vooral buiten de Randstad grote tegenstand van de lokale politiek te ondervinden bij het opzetten van uitzetcentra die nodig waren om haar beleid uit te voeren. Ze werd nog altijd geconfronteerd met een onverzettelijke en breed gedragen pressiegroep. De meest geharnaste tegenstanders organiseerden zelfs trainingen in burgerlijke ongehoorzaamheid, een spectaculaire actie, waarvan de media natuurlijk verslag deden.

Hoewel Verdonks tegenstanders volgens de peilingen eerder een grote minderheid dan een meerderheid vormden, speelde hun mening in het politieke proces een veel belangrijkere rol dan die van de rest van de bevolking. Het ging hier immers om een krachtige en zeer vastberaden lobby die voortdurend druk uitoefende op de besluitvorming en de uitvoering van beleid. De harde kern van de pressiegroep werd gevormd door bekenden, burens en hulpverleners van asielzoekers. De medestanders van Verdonk beschikten niet over hun organisatiestructuren, hun activisme, mobilisatievermogen en gedreven woordvoerderschap waarmee ze zich even krachtig in het publieke domein hadden kunnen manifesteren. Minister Verdonk beweerde in de media wel dat ze veel brieven met steunbetuigingen uit het land ontving. Maar in vergelijking met het appel dat uitgaat van maatschappelijke actie zijn brieven of opiniepeilingen uiteindelijk instrumenten met een beperkte zeggingskracht. Het lijkt erop dat commentatoren en journalisten luidruchtige minderheden makkelijk verwarren met heel het volk.

In de nadagen van 2002 hadden commentatoren grote moeite de LPF-kiezers te onderscheiden van heel het volk. Terwijl zelfs uit de verkiezingsuitslag overduidelijk was dat ze niet meer dan een forse minderheid van de bevolking uitmaakten. In 2003 waren het de tegenstanders van Verdonk die erin slaagden in de media zoveel kabaal te maken dat ze de suggestie wekten dat ze de meerderheid van de bevolking vertegenwoordigden. Opiniepeilingen deden vermoeden dat dit laatste niet het geval was. Uit die peilingen bleek echter ook dat de meningen nogal schommelden. Meerderheden en minderheden zijn geen constante factoren, wat de waarneming nog eens bemoeilijkt. De plotse onvrede van 2002 en de razendsnelle opkomst van Fortuyn in de kiezersgunst, de snelle afbladdering van Paars, de terugkeer van het doodgewaande CDA, maar ook een jaar later van de PvdA, kunnen doen vermoeden dat de bevolking op een nogal wispelturige manier haar mening vormt. De bewegingen in de opvattingen in 2003 doen eveneens vermoeden dat de bevolking reageert op gebeurtenissen die plaatsvinden, uitspraken die gedaan worden, beelden die ontstaan en informatie die wordt verspreid.

## Conclusies en bedenkingen

Nadat de verkiezingscampagne eind 2001 was gestart, leek Nederland in de greep van een opleving van de politiek, die zich vooral voordeed in de media en onder de bevolking. Het bruiste van de tegengestelde opinies in de publieke ruimte. In de afgelopen jaren heeft Nederland een overvloed gezien van manieren waarop opinies geuit kunnen worden; sprekend en schrijvend, door deelname aan rituelen en in gedrag, kledingsstijl, het maken van schilderijen, films en liedjes. Maar ook de demonstratie en staking en meer puur politieke methoden lijken een opleving door te maken: politieke partijen en denktanks, beginselprogramma's, het pamflet en de politieke film. In de politieke en journalistieke arena werd gediscussieerd over de vraag hoe de politiek haar relaties met de burger kan verbeteren. In dezelfde sferen discussieerde men intensiever dan vóór 2001 over de vraag hoe men al die schijnbaar tegengestelde belangen, motieven en wensen van burgers kan interpreteren en waarderen. Dat blijkt bijzonder ingewikkeld te zijn en alleen maar meer discussies los te maken. Daarin spelen peilingen een rol, maar de interpreters grijpen ook naar meer hermeneutische methoden om tot inzicht in de bewegingen van de bevolking te komen. Zo probeerden heel wat commentatoren na mei 2002 het kiezersgedrag te verklaren door te wijzen op de ervaringen van kiezers en de mogelijke invloed daarvan op hun keuze in het stembokje.<sup>155</sup>

Dankzij al die discussies groeide ook de onderlinge kritiek op de manier waarop mensen hun mening uitten, op de manier waarop de media met meningsverschillen omgingen en op de methoden waarmee onderzoekers meningen onderzochten. Uit al die debatten blijkt maar weer eens hoezeer het multiculturele Nederland een 'republiek van rivaliteiten'<sup>156</sup> is. Het land kent veel maatschappelijke kwesties die het dagelijkse leven van de burgers direct raken. De diagnoses van de belangrijke kwesties en de voorgestelde oplossingen lopen soms ver uiteen, zoals blijkt uit de discussies over de Fortuyn-revolutie of over het vreemdelingen- en asielbeleid van minister Verdonk.

Wie de politieke ontwikkelingen na 2001 overziet, die zal het opvallen dat, op enkele uitzonderingen na (als Hirsi Ali,



Wilders, Eerdmans en Nawijn) politici relatief afwezig zijn in het maatschappelijke debat. Het zijn vooral opiniemakers uit de wereld van belangenorganisaties, uit de cultuur- en de mediawereld, uit de journalistiek en de wetenschap die het meeste stof doen opwaaien. Aansprekende politiek wordt ook bedreven met de column, de film, het lied of (tv)cabaret. Dat zijn politiek gezien niet minder prikkelende wapens dan een rede in het parlement of een discussie tussen politici aan tafel.

Na 2001 heeft de politiek zich korte tijd sterk genesteld buiten Den Haag. Vooral wanneer een debat sterk opleeft, is die verschuiving in de massamedia duidelijk waarneembaar. Die verleggen hun focus dan van Den Haag naar opiniemakers en allerlei 'mensen in het land'. Daar worden dan de agenda en de toon van het debat gezet. Dat was goed te zien tijdens de opkomst van Fortuyn, maar ook in de strijd over de asielzoekers in 2003 en 2004. Het zijn enkele sterk geprofileerde opinieleiders, woordvoerders van lobby- en belangengroepen en woordvoerders van krachtige en uitgesproken minderheden die de toon in het publieke debat zetten. Even opvallend als deze relatieve verplaatsing van de politiek is de nieuwe rol van opiniepeilers als experts die namens de bevolking aan het volk uitleggen wat het in meerderheid van de zaken vindt. Het is bovendien weer duidelijk geworden dat Nederlanders over een behoorlijk politiek temperament beschikken. De afgelopen jaren hebben we heel wat hartstochtelijke, vurige en zelfs moorddadige verbale en non-verbale uitingen gezien.

De confrontaties in de Nederlandse samenleving staan niet op zichzelf, maar sluiten aan bij Europese en internationale debatten. In Nederland lijken de uitdagingen sterker, omdat hier een dominant kosmopolitisch en vrijzinnig publiek in politiek, media, wetenschap en cultuur botst met zowel internationaal georiënteerde missionaire religieuze deelpublieken als het populisme en nieuwe conservatisme in opkomst. Nederland is een arena waar een groot aantal overlappende publieken met elkaar bewust en onbewust de confrontatie aangaan over de vormgeving van het samenleven. Die realiteit van de dagelijkse publieke-opinievorming wordt in opiniepeilingen niet of onvoldoende weergegeven. De traditionele opinieonderzoeken zijn daarom vermoedelijk niet afdoende voor degene die inzicht wil krijgen

in de ontwikkelingen in de publieke opinie in Nederland. Het traditionele fundamentele opinieonderzoek bergt het gevaar in zich dat politici en commentatoren het volk als eenheid gaan opvatten en de getalsmatige meerderheid zien als de volksstem. Het volk is echter een samenstel van groepen, netwerken, individuen en als eenheid alleen als politieke fictie van belang.

De discussies over de Fortuyn-revolutie en het debat over het generaal pardon maken duidelijk hoe belangrijk het is inzicht te hebben in werkelijke meerderheden en minderheden en te weten dat de grootste monden niet zonder meer de grootste achterban hebben. Maar tegelijk maken ze ook duidelijk hoe gemakkelijk de indruk in de praktijk kan ontstaan dat groepen met een krachtige stem in het publieke domein een meerderheid vormen. Politici, commentatoren en wetenschappers zouden er goed aan doen oog te hebben voor het feit dat zij zelf een apart publiek vormen in de samenleving. Zij zouden zich moeten vergewissen van het groeiende onderscheid tussen de internationaal georiënteerde wereld waartoe zij behoren en de meer lokale leefwereld en de loyaliteiten van heel andere publieken in Nederland. Dat kan dus ook betekenen dat grote groepen heel andere ideeën ontwikkelen over maatschappelijke kwesties, de grote problemen waar het land voor staat en de manier waarop die moeten worden opgelost.

De beweeglijkheid van de steun in de peilingen tijdens het debat over een generaal pardon voor asielzoekers, maar ook de opkomst en ondergang van de LPF bevestigen de gedachte van recent opinieonderzoek dat mensen in onze informatiesamenleving bij hun politieke-meningsvorming reageren op de hun ter beschikking staande informatie, argumenten en beelden en hun mening aanpassen wanneer de informatie verandert, nieuwe argumenten of nieuwe woordvoerders en groepen opduiken. Dat inzicht uit de literatuur moet politici en commentatoren ervoor waarschuwen niet te snel te denken dat mensen op basis van diepe emoties of onderbuikgevoelens hun meningen vormen. Het zou beter zijn om niet achter elke nieuwe beweging te snel sociaal-economische onvrede of sociaal-culturele frustratie te zoeken. Meningsvorming over maatschappelijke kwesties kent een eigen dynamiek en is niet alleen gerelateerd aan de omstandigheden waarin mensen leven. Betrekkelijk snelle en verras-

sende fluctuaties in de meningsvorming over actuele kwesties zijn eigenlijk te verwachten voor wie zich een aantal inzichten over opinievorming eigenmaakt. Mensen hebben veelal verschillende argumenten en opvattingen over een bepaalde kwestie. De precieze mening die ze zich op een gegeven moment vormen, is afhankelijk van de context, de hun ter beschikbare informatie, de meningen van de mensen om hen heen en van woordvoerders in het publieke domein. Bij verandering van informatie, het optreden van nieuwe, vertrouwenwekkende woordvoerders of het opduiken van nieuwe argumenten kunnen steun en afkeuring veranderen. Mensen reageren tijdens debatten van dag tot dag op ontwikkelingen en vormen zo geleidelijk voorlopige oordelen.

In de ontzuilde samenleving lijkt de categorie van mensen die lange tijd twijfelen en allerlei tegengestelde argumenten serieus overwegen alvorens tot een voorlopige beslissing te komen aanzienlijk. Opvallend genoeg besteden peilingen in Nederland nauwelijks aandacht aan de twijfelaars. Men heeft sterk de neiging het procesmatige karakter van opinievorming te ontkennen. Dat blijkt uit de manier waarop peilingen worden weergegeven in de pers: bijna altijd geeft men de voorkeuren of afkeren van mensen, maar zelden geeft men weer hoeveel mensen (nog) geen mening konden geven. Het is echter belangrijk dat politici, commentatoren en wetenschappers voortdurend beseffen hoe beweeglijk het proces van opinievorming is in een open informatie- en communicatiesamenleving. Het voorstel dat de ene dag nog een meerderheid heeft, kan de volgende dag een minderheid hebben. Mensen met dezelfde overtuiging en levenswijze kunnen heel goed volledig tegengestelde opvattingen ontwikkelen. Die dynamiek in de meningsvorming biedt mogelijkheden voor beïnvloeding door woord- of actievoerders die in de ogen van het publiek vertrouwen wekken, sterke argumenten hebben, charisma hebben of overtuigende informatie kunnen verschaffen. Dankzij de ontzuiling maakt het steeds minder uit welke partij een standpunt inneemt en steeds meer welke persoon, met welke argumenten en overtuigingskracht in welke context.

De opinievorming heeft een fundamenteel procesmatig en dus voorlopig karakter. Daarom lijkt het verstandig in opinieonderzoek niet alleen gebruik te maken van standaardquêtes,

op basis waarvan een aggregaat-opinie wordt geproduceerd. Deze enquêtes geven te weinig inzicht in de uiteenlopende houdingen waarover mensen kunnen beschikken en de vele argumenten die ze bij hun afwegingen serieus wensen te nemen. Ze geven geen inzicht in de richtingen die mensen kunnen opgaan wanneer ze een beslissing moeten nemen en er een debat wordt gevoerd. Enquêteresulaten laten (potentieel) invloedrijke bewegingen te zeer buiten beschouwing. Dergelijke bewegingen bestaan meestal uit minderheden met krachtige overtuigingen, iets wat enquêtes veelal niet meten. Door hun gedrevenheid kunnen dergelijke minderheden fundamentele wendingen in het debat veroorzaken.

Natuurlijk zou men in enquêtes navraag kunnen doen naar de kracht van iemands overtuiging, naar de overwegingen die mensen serieus nemen, de personen en groepen door wie ze zich willen laten informeren en inspireren en de druk die op hen wordt uitgeoefend door personen en groepen met andere overtuigingen. Maar om een gevarieerder inzicht te verkrijgen in de beweging in de Nederlandse opinievorming, dat minder afhankelijk is van de agenda en vragen van de onderzoeker, kunnen onderzoekers ook zelf waarnemingen in het veld doen. Men kan bijvoorbeeld onderzoek doen naar en verslag doen aan een breed publiek over: (a) partij- en groepsvorming in de politiek, de motieven, organisatievormen en achterban; (b) naar overtuigde minderheden die de wil hebben zich te verenigen en zich in de media of daarbuiten te laten horen; (c) opkomst en ondergang van publieke rituelen; de manier waarop mensen hevige conflicten met de overheid oplossen; (d) de soorten van politiek gemotiveerd geweld; (e) lees- en kijkgedrag; (f) kledingstijl in de publieke ruimte; (g) politiek getinte tekens in de publieke ruimte.

Sommige alternatieven op het traditionele onderzoek worden uitgevoerd; maar helaas zijn de resultaten voor het brede publiek minder zichtbaar. Andere alternatieven zijn allicht moeilijker uit te voeren omdat ze tijdrovend zijn en zeker zoveel onderzoeksproblemen oproepen als het traditionele onderzoek. Toch lijken ze een belangrijk alternatief, waarbij meer wordt gekeken naar wat mensen doen, dan naar wat ze tegen onderzoekers zeggen. Bovendien wordt zulk onderzoek dan minder aan de impressionistische pen van de journalist overgelaten. Daarmee

zou kunnen worden tegemoetgekomen aan het bezwaar dat het traditionele opinieonderzoek het procesmatige karakter van de opinievorming te zeer negeert.

We moeten echter bedenken dat veel bezwaren tegen opinieonderzoek minstens zo sterk gelden ten aanzien van de media. Bovendien kan men ook in het dagelijkse leven nooit een volledig beeld krijgen van de werkelijke verhoudingen in de samenleving. Daarom kan men ondanks alle bedenkingen niet om het bevolkingsopinieonderzoek heen. Het bevolkingsopinieonderzoek kan immers de indruk die men via de media en in de dagelijkse omgang van de trends onder de bevolking opdoet, corrigeren. Om zijn rol goed te kunnen vervullen moet het bevolkingsopinieonderzoek natuurlijk zorgvuldig worden uitgevoerd en er moet goed over de vragen worden nagedacht. De resultaten moeten genuanceerd worden gepubliceerd, misschien het liefst in combinatie met resultaten van kwalitatief onderzoek.

Een bezwaar waar media, opinieonderzoek of politici maar weinig aan kunnen doen, is dat ze op hun manieren misschien wel stem geven aan de bevolking, als het goed is in al haar verscheidenheid, maar dat die stem altijd vertolkt wordt via de mond en de pen van onderzoekers, journalisten en politici. De verhouding tussen de publieke opinie, de maatschappelijke wensen van de bevolking en de vertolkers daarvan in de publieke arena is daardoor bijzonder ingewikkeld. Het is de opdracht voor onderzoekers en journalisten om de verscheidenheid in beeld te brengen. Ze mogen zich niet laten verleiden tot eendimensionale voorstellingen van werkelijke of vermeende meerderheden in de bevolking. Over de publieke opinie valt een rijker en ingewikkelder verhaal te vertellen dan dat. Ook in het licht van het referendum over de Europese grondwet is het te wensen dat onderzoekers, journalisten, politici en andere commentatoren vaker een openbaar debat zouden voeren over hun opvattingen over de trends in de publieke opinie. Er komen daardoor allerlei argumenten in de algemene openbaarheid die normaal gesproken slechts in kleinere kring circuleren. In de praktijk zal een verhit en uitgebreid debat over de wil van de Nederlandse bevolking dat zich voordeed na de Fortuyn-revolutie een uitzondering blijven. Maar ook in dat geval blijkt dat onderzoekers, journalisten, politici en commentatoren vooral over en niet met de bevolking

praten. Een werkelijke oplossing voor dat probleem is via de weg van onderzoek en publiek debat niet te vinden. De enige uitweg uit dat representatieprobleem is de bevolking op een directe en deliberatieve manier bij beslissingen over publieke kwesties te betrekken. Doet de Fortuyn-revolutie (en trouwens ook het Europese referendum) bovendien niet vermoeden dat vooral directe betrokkenheid van het publiek tot de felste publieke debatten leidt en de rijkste inzichten in de meningsontwikkeling oplevert?

## Noten

- 1 *De sociale staat van Nederland*. Den Haag: SCP, 2001.
- 2 Een voorbeeld van die reflectie uit sociaal-wetenschappelijk perspectief in: *Medialogica. Over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek*. Den Haag: RMO, 2003. Een overzicht van de vele commentaren over 2002 is te vinden in: M. Beker, *Inzicht in onvrede. Visies op maatschappelijk onbehagen aan het begin van de 21<sup>ste</sup> eeuw*. Amsterdam: SISWO/Instituut voor Maatschappijwetenschappen, 2003.
- 3 Vandaar dat het SCP in 2003 voor een reflectie op de onderzoeksmethoden samenwerkte met het bureau Motivaction, dat een andere indeling van de bevolking in sociale groepen hanteert. Dat resulteerde in: P. Dekker, M. Lampert en F. Spangenberg, 'De ontevreden kiezer is dakloos' in: *de Volkskrant* van 4 januari 2003, en P. Dekker, M. Lampert en F. Spangenberg, 'De politieke onvrede van 2002', in: A.E. Bronner et al. (redactie), *Ontwikkelingen in het marktonderzoek* (MOA-jaarboek 2004). Haarlem: De Vrieseborch, 2004 (67-83). Zie ook het bericht in *NRC Handelsblad*, 'Onderzoeksrivalen gaan samen verder', 17 januari 2003.
- 4 Zie daarvoor de samenvatting van *De sociale staat van Nederland*. Den Haag: SCP, 2003, 335-339.
- 5 Zie bijvoorbeeld: P. Dekker. 'Vijfentwintig jaar politieke betrokkenheid en participatie'. In: A.E. Bronner e.a. (red.), *Recente ontwikkelingen in het marktonderzoek. Jaarboek NVMi*. Haarlem, 2001. Dekker meldt daar op basis van SCP-opinieonderzoek tegenover de relatieve rust in het publieke klimaat in Nederland in 2000 een nog altijd toenemende geestelijke betrokkenheid van burgers bij politieke kwesties, maar wijst ook op de afname van de actieve politieke betrokkenheid.
- 6 *De sociale staat van Nederland* (2003), 338, rapporteerde voor 2002 een opleving van de politieke interesse. Dat blijkt ook uit de stijgende opkomstpercentages bij de stembusgangen sinds mei 2002.
- 7 In 2005 opnieuw vanwege de uitkomst van het referendum over de Europese Grondwet.
- 8 Zie bijvoorbeeld G. Munnichs, *Publiek ongenoegen en politieke geloofwaardigheid. Democratische legitimiteit in een ontzuilde samenleving*. Assen: Van Gorcum, 2000. Munnichs wees er in 2000 reeds op dat door de ontzuiling en ontideologisering burgers minder volgzzaam en kritischer waren geworden, en hogere eisen stelden aan politieke verantwoording.
- 9 Het pamflet werd in 1966 opnieuw uitgegeven met een inleiding van W.F. Wertheim en A.H. Wertheim-Gijse Weenink, die beiden als marxisten erg geïnteresseerd waren in het democratische verleden van Nederland. In 1981 verscheen nog een herdruk. Ter gelegenheid van de herdenking van de patriottenbeweging werd het pamflet in 1987 uitgegeven met een inleiding van H.L. Zwitzer.
- 10 W.S.P. Fortuyn, *Aan het volk van Nederland: de contractmaatschappij, een politiek-economische zedenschets*. Amsterdam: Contact, 1992; P. Fortuyn, *De puinhopen van acht jaar paars. Een genadeloze analyse van de collectieve sector*

en aanbevelingen voor een krachtig herstelprogramma. Rotterdam: Speakers Academy, 2002.

11 S. Schama, *Patriotten en bevrijders. Revolutie in de Noordelijke Nederlanden*. Amsterdam: Agon, 1989.

12 Zie o.a. A.H. Wertheim-Gijse Weenink, *Democratische bewegingen in Gelderland, 1672-1795*. Amsterdam: Van Gennep, 1973. Voor de Arnhemse opstand: A. van Dixhoorn, 'Voorstanders van de vrije wetten. Burgerbewegingen in Arnhem en de Republiek tussen 1702 en 1707', *Tijdschrift voor Sociale Geschiedenis*, 25 (1999) 1, 25-54.

13 Schama, *Patriotten en bevrijders. M. Prak, Republikeinse veelheid, democratisch enkelvoud. Sociale verandering in het Revolutietijdvak. 's-Hertogenbosch 1770-1820*. Nijmegen: SUN, 1999.

14 Munnichs, *Publiek ongenoegen*. M.A. Thung, 'Het grote ontkennen van het publieke onbehagen', *S&D* 59 (2002), 30-34. R. Scheepers, R. Eisinga en J. Lammers, 'Het electoraat van extreem-rechts in Nederland. Contemporaine geschiedschrijving vanuit een sociologisch perspectief', *Jaarboek van het Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen*. Groningen, 1994, 93-117. J.J.M. van Holsteyn, 'Neither Threat Nor Challenge. Right-wing extremism in the Netherlands', paper voor ECPR Joint Sessions of Workshops, workshop 'Democracy and the New Extremist Challenge in Europe', Grenoble France, 6-11 April 2001. Te vinden op: [www.extremismus.com](http://www.extremismus.com).

15 M. Elchardus, *De dramademocratie*. Tiel: Lannoo, 2002. R. Putnam, *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon&Schuster, 2000.

16 Zie voor de opkomst van publieke-opinieonderzoek: J. van Ginneken, *De uitvinding van het publiek: de opkomst van het opinie- en markt-onderzoek in Nederland*. Amsterdam: Cramwinckel, 1993.

17 J.J.M. van Holsteyn en G. Irwin, 'Opiniepeilingen en kiesgedrag', in: Bronner, *Recente ontwikkelingen*, 53-66. Een grote studie naar de invloed van peilingen in Nederland is niet voorhanden. Bekend is wel dat media steeds meer aandacht besteden aan conflict- en wedstrijdnieuws over politiek: nieuws over winnende en verliezende partijen: J. Kleinnijenhuis, 'Het publiek volgt media die de politiek volgen', in: *Medialogica*, 151-211.

18 Zie ook: Dekker, 'Vijftientig jaar politieke betrokkenheid', 12-13.

19 D. Graas, 'Alleen kijken. Achtergrondstudie naar mediagebruik en meningsvorming in Nederland', in: *Medialogica*, 213-246. Zie ook een artikel over het radioprogramma Standpunt.nl in *de Volkskrant*, 2 maart 2005.

20 Sinds de jaren 1990 verschijnen vooral in de Verenigde Staten en Duitsland vele studies over het belang en de betekenis van publieke opinie en publieke-opinieonderzoek. Een mooi voorbeeld van een studie geschreven uit zorg over de democratische ontwikkeling is: J.S. Fishkin, *The Voice of the People: Public Opinion and Democracy*. New Haven: Yale University Press, 1995. Vgl. de recensie van dit boek door R.Y. Shapiro in de *American Political Science Review*, 90 (1996) 3, 625-626. Shapiro gaat in deze recensie



in op de crisis van de democratie, onder meer volgens de diagnose van Putnam, waarop Fishkin met zijn boek een antwoord wil geven.

21 I. da Costa, *Bezwaren tegen den geest der eeuw*. Leiden: Herdigh en zoon, 1823, 70. Naar de DBNL-editie: <http://www.dbnl.org/tekst/cost002bezwo1/colofon.htm>.

22 Voor een kort commentaar over Da Costa en zijn liberale tijdgenoten: F. van Vree, *De politiek van de openbaarheid*. *Journalistiek en publieke sfeer*. Groningen: Historische Uitgeverij, 2000, 10-14.

23 J. Kloek en W. Mijnhardt, *1800. Blauwdrukken voor een samenleving*. Den Haag: Sdu, 2001, 129.

24 J. Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. *Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Luchterhand, 1962. Nadat het boek in 1989 in het Engels werd vertaald onder de titel *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge (MA) werd het een klassieker in de Engelstalige sociale en historische wetenschappen.

25 Voor de ontwikkeling van dat moderne onderzoek: Van Ginneken, *De uitvinding van het publiek*. Voor de ontwikkeling en betekenis van het publieke opiniebegrip: Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*. *Öffentliche Meinung unsere soziale Haut*. München, Riper, 1980, waar ze bijna het hele boek door op de problematiek ingaat. Verder ook: Noelle-Neumann, 'Öffentliche Meinung', in: Noelle-Neumann, W. Schulz, J. Wilke, *Das Fischer Lexikon*. *Publizistik*. *Massenkommunikation*. Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 1994, 366-382.

26 Vgl. F. van Vree, *De politiek van openbaarheid*, 14.

27 *NRC Handelsblad*, december 2003.

28 *NRC Handelsblad*, 9 december 2003.

29 Daarvan zijn vele voorbeelden te vinden in: P.J. Roorda, *Partij en factie: de oproeren van 1672 in de steden van Holland en Zeeland, een krachtmeting tussen partijen en facties*. Groningen: Wolters-Noordhoff, 1978.

30 Habermas, *Die Strukturwandel der Öffentlichkeit*.

31 M. Kaase en B. Pfetsch, 'Umfrageforschung und Demokratie. Analysen zu einem schwierigen Verhältnis'. In: H.D. Klingemann en F. Neidhardt (red.), *Zur Zukunft der Demokratie*. *Herausforderungen im Zeitalter der Globalisierung*. Berlijn: edition sigma, 153-183, 153-154.

32 Daarover o.a. Kaase en Pfetsch, 'Umfrageforschung und Demokratie', 158. I. Crespi, *The Public Opinion Process: How the People Speak*. Mahwah (New Jersey): Lawrence Erlbaum Associates, 1997, 114-126. V. Price, *Public Opinion*. Newbury Park: Sage, 1992. Voor die kritiek o.a. Fishkin, *The Voice of the People*. S. Herbst, *Numbered Voices. How Polling has Shaped American Politics*. Chicago: University of Chicago Press, 1993. S. Herbst, 'On the Disappearance of Groups: 19th- and Early 20th-Century Conceptions of Public Opinion'. In: T. L. Glasser en C.T. Salmon, *Public Opinion and the Communication of Consent*. New York: Guilford, 1995, 89-104. S. Herbst, *Reading Public Opinion: How Political Actors View the Democratic Process*. Chicago: Chicago University Press, 1998.

- 33 P. Lazarsfeld, 'Public opinion in the classical tradition'. In: Lazarsfeld, e.a., *Qualitative Analysis: historical and critical essays*. Boston: Allyn and Bacon, 1972. W. Lippmann, *Public opinion*. New York: Macmillan 1922.
- 34 Voor overzichten: Habermas, *Strukturwandel*. J. Converse, *Survey Research in the United States: Roots and Emergence, 1890-1960*. Berkeley: University of California Press, 1987. B. Ginsberg, *The Captive Public: How Mass Opinion Promotes State Power*. New York (N.Y.): Basic books, 1986. J. Durham Peters, 'Historical Tensions in the Concept of Public Opinion'. In: Glasser en Salmon (1995), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 3-32. J.R. Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. B.I. Page en R.Y. Shapiro, *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. Chicago: University of Chicago Press, 1991. Price, Public Opinion. E. Noelle-Neumann, 'Public opinion and rationality'. In: Glasser en Salmon (1995), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 33-54. Voor een strikte versie van het moderne opiniebegrip: bijv. F. Brettschneider, *Öffentliche Meinung und Politik. Eine empirische Studie zur Responsivität des Deutschen Bundestages zwischen 1949 und 1990*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1995.
- 35 Zie Page en Shapiro, *The Rational Public*. Voor deelopenbaarheid: W. Faulstich, 'Der Öffentlichkeitsbegriff', in: P. Szyska (red.), *Diskurs zu einem Schlüsselbegriff der Organisationskommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1999, 67-76.
- 36 Szyska, *Diskurs zu einem Schlüsselbegriff*. F. Neidhardt (red.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Sonderheft Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994.
- 37 J.G. Stappers, A.D. Reijnders, en W.A.J. Möller, *De werking van massamedia: een overzicht van inzichten*. Amsterdam: De Arbeiderspers, 1997, 189-191. W. Evers, *Informeel openbaarheid. Een studie naar de massacom-municatieve betekenis van onderlinge gesprekken*. Proefschrift Katholieke Universiteit Nijmegen, 1999. J. Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, conclusie deel 2.
- 38 Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*.
- 39 Page en Shapiro, *The Rational Public*.
- 40 Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*. J. Shamir en M. Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2000.
- 41 Bijv. F. Neidhardt, 'Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen'. In: Neidhardt (1994), *Öffentlichkeit*, 7-41, vooral 7-8. Price, *Public Opinion*.
- 42 Zie ook J. Raupp, 'Zwischen Akteur und System. Akteure, Rollen un Strukturen von Öffentlichkeit'. In: Szyska, (1999), *Diskurs zu einem Schlüsselbegriff*, 113-130, vooral 119-120.
- 43 Vgl. Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*, 192-226.
- 44 Zie bijv. P. Vasterman, *Mediahype*. Amsterdam: Aksant, 2004.
- 45 Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*.

- 46 Szyska, *Diskurs zu einem Schlüsselbegriff*.
- 47 Bijv. J. Westerberkey, 'Öffentlichkeit und Nicht-Öffentlichkeit. Thesen, Paradoxien und Folgerungen'. In: Szyska (1999), *Diskurs zu einem Schlüsselbegriff*, 147-155.
- 48 Evers, Informele openbaarheid. Zie ook Habermas, *Theorie des kommunikativen Handelns*, conclusie deel 2.
- 49 Habermas, Strukturwandel der Öffentlichkeit. Faulstich, 'Der Öffentlichkeitsbegriff'. In: Szyska (1999), *Diskurs zu einem Schlüsselbegriff*, 67-76.
- 50 M. Deuze, *Journalists in The Netherlands: an Analysis of the People, the Issues and the (Inter-)national Environment*. Amsterdam: Aksant, 2002. A. Merens, *Midden in de media. Meer vrouwen in de journalistiek*. Den Haag: scp (werkdocument 93), 2003.
- 51 Zie ook: D. Graas, 'Alleen kijken. Achtergrondstudie naar mediagebruik en meningsvorming in Nederland'. In: *Medialogica* (2003), 215-246.
- 52 Vgl. Merens, *Midden in de media*.
- 53 Dit is een van de argumenten in Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*.
- 54 Deuze, *Journalists in The Netherlands*.
- 55 Zie voor kritiek op de rol van opinieonderzoekers als experts: Peters, 'Historical Tensions', vooral 21-22.
- 56 J. Bardoel en L. d'Haenens, 'Media en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Van theorie naar praktijk'. In: *Medialogica* (2003), 99-150, vooral 127-137.
- 57 Zie J. Kleinnijenhuis, 'Het publiek volgt media die de politiek volgen'. In: *Medialogica*, 151-211 over de verruwing van taalgebruik in politiek en media.
- 58 D. McQuail, *Mass Communication Theory*. Londen: Sage, 2000. Vgl. ook de artikelen in *Medialogica*.
- 59 Vgl. Merens, *Midden in de media*. Dit soort onderzoek gaat terug tot de jaren vijftig. Stappers e.a., *De werking van massamedia*.
- 60 Vgl. P. de Rooy, *Republiek van rivaliteiten: Nederland sinds 1813*. Amsterdam: Mets en Schilt, 2002.
- 61 M. Schenk en P. Rössler, 'Das unterschätzte Publikum. Wie Themen-bewußtsein und politische Meinungsbildung im Alltag von Massenmedien und interpersonaler Kommunikation beeinflusst werden', in: Neidhardt (1994) *Öffentlichkeit*. Zaller, *The Nature and Origins of Mass Opinion*.
- 62 S. Lenart, *Shaping Political Attitudes*. Thousand Oaks (Calif.): Sage, 1994. 98-108.
- 63 Lenart, *Shaping Political Attitudes*. C. J. Glynn, R. E. Ostman, en D. G. McDonald, 'Opinions, Perception, and Social Reality', in: Glasser en Salmon (1995), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 249-277. Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*. Page en Shapiro, *The Rational Public*.
- 64 Voor definities: Price, *Public Opinion*, 46-50.
- 65 Price, *Public Opinion*, 46-50. Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*, 41, 219-224. A.H. Eagly en S. Chaiken, *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich, 1993, 1-13.

- 66 Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*, 219-224.
- 67 Ph.E. Converse, 'The Nature of Belief Systems in Mass Publics'. In: D.E. Apter (red.), *Ideology and Discontent*. New York: Free Press, 1964, 206-261.
- 68 W.G. Mayer, *The Changing American Mind. How and Why American Public Opinion Changed Between 1960 and 1988*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1992. Page en Shapiro, *The Rational Public*. Bretschneider, *Öffentliche Meinung und Politik*.
- 69 Zaller, *The Nature*. Lenart, *Shaping Political Attitudes*.
- 70 M. Billig, *Ideology and Opinions*. Londen: Sage, 1991.
- 71 Billig, *Ideology and Opinions*, 190-191. Hij stelt dat het hebben van opvattingen zowel een vorm van denken is als een product van denken. In gesprekken gaat de uitwisseling van argumenten zo snel dat de woorden de gedachten zijn en dat de argumentatie de denkactiviteit zelf is: 'it indicates that in holding strong views people are thinking'.
- 72 P. Sniderman, R. Brody, Ph. Tetlock, *Reasoning and Choice. Explorations in Political Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991, vooral 1-9, 26-27. Vgl. ook Zaller, *The Nature*.
- 73 J. van Ginneken, *De uitvinding van het publiek: de opkomst van het opinie- en marktonderzoek in Nederland*. Amsterdam: Cramwinckel, 1993. Zie bijvoorbeeld het werk van Gallup in de vs en Lazarsfeld in Oostenrijk en later in de vs.
- 74 Van Ginneken, *De uitvinding van het publiek*.
- 75 Van Ginneken, *De uitvinding van het publiek*. W. Gellner, 'Demoskopie, Politik, Medien', in: O. Jarren e.a. (red.), *Medien und politischer Prozess. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996. P. V. Miller, 'The Industry of Public Opinion', in: Glasser en Salmon (1995), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 105-131. J. J. M. van Holsteyn en G. Irwin, 'Opiniepeilingen en kiesgedrag'. In: A.E. Bronner, e.a. (red.), *Ontwikkelingen in het marktonderzoek 2004*. Haarlem: De Vrieseborch, 2004, 53-56.
- 76 K. Kollman, *Outside Lobbying*. New Jersey: Princeton University Press, 1998. Fishkin, *The Voice of the People*. Herbst, *Numbered Voices*. Idem, 'On the Disappearance of Groups'. Idem, *Reading Public Opinion*. C.T. Salmon en Th.L. Glasser, 'The promise of democracy', in: Glasser en Salmon (1995), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 437-458. Een verzameling van de Franse kritieken van o.a. P. Bourdieu is te vinden in: F. Carlier, *Démocratie et sondages d'opinion. Problèmes Politiques et Sociaux*, no. 666. Parijs: Documentation Française, 1991. In sommige dictaturen zijn publicaties van opiniepeilingen geheel verboden. In sommige democratieën, zoals Frankrijk, mogen ze vlak voor verkiezingen niet gepubliceerd worden. Zie: F. Spangenberg, *The Freedom to Publish Opinion Poll Results. Report on a Worldwide Update*. esomar.org.
- 77 Bijv. Fishkin, *The Voice of the People*. Carlier, *Démocratie et sondages d'opinion*.
- 78 Bijv. Zaller, *The Nature*, 94-98. Neidhardt, 'Öffentlichkeit', 13-14. Fishkin, *The Voice of the People*. Durham Peters, 'Historical Tensions'. De

stapsgewijze opbouw van publieke-opinieonderzoek en de presentaties van resultaten worden uitgebreid beschreven in: E. Noelle-Neumann en Th. Petersen, *Alle, nicht jeder. Einführung in die Methoden der Demoskopie*. Berlijn: Springer Verlag, 2000.

79 Voor de invloed van opinieonderzoeken: Van Holsteyn en Irwin, 'Opiniepeilingen en kiesgedrag'.

80 Voor een kritiek op deze rol van opinieonderzoek: M. Robinson, *Mobocracy. How the media's obsession with polling twists the news, alters elections and undermines democracy*. Roseville (CA): Prima Publishing, 2002.

81 Noelle-Neuman en Petersen, *Alle, nicht jeder*, besteden veel aandacht aan de zorgvuldigheid waarmee onderzoekers te werk moeten gaan, ook in de presentatie van resultaten. Herbst, *Numbered Voices*, 29-42. Robinson, *Mobocracy*. Kaase en Pfetsch, 'Umfrageforschung und Demokratie'. Verder bijv. Converse, *The Nature of Belief Systems*, 206-207.

82 I. Stoop, *De jacht op de laatste respondent. Nonrespons in steekproefonderzoek*. Den Haag: SCP, 2005.

83 Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*, 258-280. M.A. Milburn, *Persuasion and politics: the social psychology of public opinion*. Pacific Grove (CA): Brooks/Cole, 1991, 19. Van Ginneken, *De uitvinding van het publiek*.

84 Price, *Public Opinion*, 84; Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*, 281-284. Milburn, *Persuasion and politics*, 20. Robinson, *Mobocracy*, 1-43. Stoop, *De jacht op de laatste respondent*.

85 Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*, 59-205.

86 Vgl. o.a. Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*, 54-56. Carlier, *Démocratie et sondages d'opinion*. Fishkin, *The Voice of the People*, 156-159. Durham Peters, *Historical Tensions*. Herbst, *On the disappearance of Groups*, 93. Neijens 1999, 139. Page en Shapiro, *The Rational Public*.

87 Herbst, *On the disappearance of Groups*, 93. P. Neijens, 'Campagne, media en publiek'. In: P. Neijens en Ph. van Praag (red.), *De slag om IJburg. Campagne, media en publiek*. Amsterdam: Spinhuis, 1999, 139-152, aldaar 139; Page en Shapiro, *The Rational Public*, 30-34.

88 Voor de relatie tussen ontwikkelingen in de publieke opinie en maatschappelijke gebeurtenissen: P. Dekker, C. Maas-de Waal en T. van der Meer, *Vertrouwen in de rechtspraak. Theoretische en empirische verkenningen voor een monitor*. Den Haag: SCP (werkdokument 102), 2004, 14, 50-51.

89 Zaller, *The Nature*, 31-37, 58-89. Vergelijkbare argumenten ook in: Sniderman, Brody en Tetlock, *Reasoning and Choice*. Zie ook de kritiek van Guidoni en Cayrol in: Carlier, *Démocratie et sondages d'opinion*.

90 Zie daarvoor het invloedrijke artikel van Converse, 'The Nature of Belief Systems'.

91 Dat is beargumenteerd in: Mayer, *The Changing American Mind*.

92 Gellner, *Demoskopie, Politik, Medien*, 172-173. Zie ook de opvattingen van Bourdieu en Champagne: Carlier, *Démocratie et sondages d'opinion*.

93 Robinson, *Mobocracy*. Fishkin, *The Voice of the People*. Durham Peters, *Historical Tensions*, 3-32.

94 Gellner, *Demoskopie, Politik, Medien*, 172-173; Robinson, *Mobocracy*. Herbst, *Numbered Voices*. Herbst, *On the Disappearance of Groups*. Herbst,

Reading Public Opinion. Zie: Shamir en Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*, die aan deze bezwaren proberen tegemoet te komen met nieuwe onderzoeksmethoden.

95 Deze nieuwe opvatting wijkt af van die van Converse en is vooral in de jaren 1990 opgekomen. J.R. Beniger en J.A. Gusek, 'The Cognitive Revolution in Public Opinion and Communication Research', in : Glasser en Salmon (1995), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 217-248. Zaller, *The Nature*. Billig, *Ideology and Opinions*. Sniderman, Brody en Tetlock, *Reasoning and Choice*.

96 Fishkin, *The Voice of the People*, somt verscheidene bezwaren op en komt met dit voorstel.

97 Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*. Ook : Lenart, *Shaping Political Attitudes*, 23-31. V. Price en S. Allen, 'Opinion spirals, silent and otherwise', *Communication Research: an International Quarterly*, 17 (1990) 3, 369-392.

98 Voor een grondige en genuanceerde behandeling van de theorie en voorstellen voor een grondige aanpassing ervan: Price en Allen, *Opinion Spirals, Silent and Otherwise*.

99 Een opsomming van kritiek bij: Lenart, *Shaping Political Attitudes*, 29-31.

100 Shamir en Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*, 233-234.

101 Voor de theorieën over de invloed van de massamedia: Stappers, e.a., *De werking van massamedia*.

102 Voor die ontwikkeling: Billig, *Ideology and Opinions*. Sniderman, Brody en Tetlock, *Reasoning and Choice*. Zaller, *The Nature*. Beniger en Gusek, *The Cognitive Revolution*. Shamir en Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*.

103 A.K. den Boon, *De perceptie van anderen*. Proefschrift Universiteit van Amsterdam, 1987. Lenart, *Shaping Political Attitudes*. V. Price en H. Oshagen, 'Social-Psychological Perspectives on Public Opinion'. In: Glasser en Salmon (1995), *Public Opinion and the Communication of Consent*, 177-216. Herbst, *Numbered Voices*. Herbst, *On the Disappearance of Groups*. Herbst, *Reading Public Opinion*. Kollman, *Outside Lobbying*. Shamir en Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*. Zie ook Price, *Public Opinion*, 74-87.

104 Van Ginneken, *De uitvinding van het publiek*. J. van Ginneken, *Schokgolf. Omgaan met opinedynamiek*. Amsterdam: Boom, 2001. Mayer, *The Changing American Mind*. Page en Shapiro, *The Rational Public*. Brettschneider, *Öffentliche Meinung und Politik*. C.A.M. Mouwen, *The Dynamics of Opinion Change: A New Mathematical Model of the Change of Opinions in Large Groups*. Tilburg, Tilburg University Press, 1998.

105 Voor de VS: Kollman, *Outside Lobbying*. Herbst, *Reading Public Opinion*. Voor Duitsland: Brettschneider, *Öffentliche Meinung und Politik*. Voor Nederland: *Medialogica*.

106 E. Noelle-Neumann, *Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespirale*. Frankfurt am Main: Langen Müller, 2001.

107 Shamir en Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*. Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale* (2001). Gellner, *Demoskopie, Politik, Medien*.

108 Mayer, *The Changing American Mind*. Page en Shapiro, *The Rational*

- Public. *Die Schweigespirale* (2001). Shamir en Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*.
- 109 Fishkin, *The Voice of the People*.
- 110 Herbst, *Reading Public Opinion*. Price, *Public Opinion*. Een Nederlands voorbeeld bij: Dekker (red.), *Niet-stemmers. Een onderzoek naar achtergronden en motieven in enquêtes, interviews en focusgroepen*. Den Haag: SCP, 2002.
- 111 Shamir en Shamir, *The Anatomy of Public Opinion*.
- 112 Sniderman, Brody en Tetlock, *Reasoning and Choice*.
- 113 Voor het taartincident: *De Telegraaf*, 15 maart.
- 114 Voor het Goese Fortuyn-schilderij: *De Telegraaf*, 18 maart; *PZC*, 18 maart, 19 en 20 april.
- 115 Vooral: E. Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale* (2001), 241-249, 293-319, wijst hier met nadruk op en houdt er in haar vraagstellingen ook rekening mee. Zie ook: Neidhardt, *Öffentlichkeit*, 7-8 en 13-14.
- 116 W. Bosveld en J. Slot, 'De kloof wordt groter en groter', [http://os.webtic.com/pdf/2003\\_kloof.pdf](http://os.webtic.com/pdf/2003_kloof.pdf). P. Mair, 'De eigenaardigheden van de Nederlanders. De verkiezingen van 2002 in een vergelijkend perspectief'. In: *B en M* 29 (2002), 160-163. Mair, 'Hoe gewoon is gewoon?'. In: *B en M* 30 (2003), 142-144.
- 117 J. Kleijnnijenhuis e.a., 'Terug naar oude partijen en aloude nieuws-patronen'. In: *B en M* 30 (2003), 137-141. Het was niet de eerste electorale revolutie, maar wel de meest radicale in tijden. Eerder maakte Nederland al de opkomst van de PPR, Boer Koekkoek, d'66, ds'70, de Ouderenpartijen, de Centrumdemocraten, het succes van Bolkestein en de verdrijving van het CDA uit het politieke centrum mee. Zie: Mair, 'Hoe gewoon is gewoon?', 142-144. M.A. Thung, 'Het grote ontkennen van het publieke onbehagen'. In: *SSD*, 59, 10/11 (2002), 30-34.
- 118 Voor die ontwikkelingen bijvoorbeeld: Ph. van Praag, 'De LPF-kiezer: rechts, cynisch of modaal?', *Jaarboek DNPP* (2002), 96-116.
- 119 Voor een algemene studie over schokken in de publieke opinievorming: J. van Ginneken, *Breinbevingen. Snelle omslagen in opinie en communicatie*. Amsterdam: Boom, 1999. Van Ginneken, *Schokgolf*.
- 120 Van Praag, 'De LPF-kiezer'. J. Kleijnnijenhuis, e.a., 'Een ongekende campagne met bekende media-effecten'. In: *B & M* 29 (2002), 164-168. Voor een beeld van de campagne vanbinnenuit: J. Chorus en M. de Galan, *In de ban van Fortuyn. Reconstructie van een politieke aardschok*. Amsterdam: Mets en Schilt, 2002. Voor de aanvankelijk vooral negatieve aandacht van de media ook: J. Ellemers, 'Het fenomeen Fortuyn. De revolte verklaard'. In: *Jaarboek DNPP* (2002), 252-262, aldaar 257-258.
- 121 M. Boogers en R. Weterings, 'De emancipatie van kiezers en politici'. In: *B & M* 30 (2003), 145-148.
- 122 Zie bijvoorbeeld I. de Haan in een recensie, *NRC Handelsblad*, 3 oktober 2003 over D. Pels, *De geest van Pim: het gedachtegoed van een politieke dandy*. Amsterdam: Anthos, 2003. Voor die symbolische positie van Fortuyn ook: J.E. Ellemers, 'Pim Fortuyn: een zuiver geval van charismatisch gezag'. In: *Facta* 10 (2002) 7, 2-5.

- 123 J. Kleijnijenhuis, 'Het publiek volgt media die de politiek volgen'. In: *Medialogica* (2003), aldaar 203-205.
- 124 Zie bijvoorbeeld over de korte termijn: P. Dekker, 'Kiezersgedrag zegt weinig over onvrede'. In: *de Volkskrant*, 27 januari 2003. Toch zegt kiezersgedrag wel degelijk iets over belangrijke lange-termijntrends in politieke betrokkenheid van de bevolking. Zie vooral: Mair, 'De eigenaardigheden van de Nederlanders' en Mair, 'Hoe gewoon is gewoon'.
- 125 Voor latere analyses van de opkomst van Fortuyn en haar gevolgen: H. A. Wansink, *De erfenis van Fortuyn: de Nederlandse democratie na de opstand van de kiezers*. Amsterdam: Meulenhoff, 2004. S.W. Couwenberg, *Opstand der burgers: de Fortuyn-revolte en het demasqué van de oude politiek*. Budel: Damon, 2004. C. van Herwaarden, *Fortuyn: chaos en charisma*. Amsterdam: Bakker, 2005. Het onderzoek voor dit essay richtte zich op artikelen en studies verschenen in 2002 en 2003. Inzichten uit de hier genoemde werken werden daarom in dit essay niet meer verwerkt.
- 126 Een overzicht van de argumenten geeft ook Beker, *Inzicht in onvrede*.
- 127 D. van Eijk, 'Kiezers vooral ontevreden met het politieke aanbod'. In: *NRC Handelsblad*, 16 mei 2002. De Amsterdamse communicatiewetenschapper Jaap van Ginneken is er overigens van overtuigd dat zich in de publieke opinie soms razendsnel nieuwe trends kunnen vormen. Van Ginneken, *Breinbevingen*.
- 128 Van Eijk, 'Kiezers vooral ontevreden met het politieke aanbod'. Het daarin weergegeven standpunt van de politicoloog Van der Eijk sloot aan bij dat van G. Mak, die in de Nederlandse verkiezingsuitslag van 2002 een geboorteweze zag van een nieuwe conservatieve beweging in Europa. 'De opstand der burgers. Onderzoek en vooruitblik na de verkiezingen.' Verslag van een debat in de Rode Hoed in Amsterdam, 10 september 2002. Het werd ondersteund door Spangenberg van onderzoeksbureau Motivaction, die meende dat een maatschappelijke middengroep zich niet door de gevestigde partijen vertegenwoordigd voelt. De gedachte dat het probleem van 2002 in de politieke aanbodzijde zat, werd trouwens ook gebruikt door aanhangers van de gedachte dat er (dus) geen sprake was van diepgaande, niet eerder waargenomen onvrede onder het kiezerspubliek. Zo stelde P. Dekker van het scp dat het verdwijnen van links-rechts tegenstellingen onder Paars de spanning uit de politiek had gehaald, waardoor kiezers gemakkelijker door kritiek van buitenaf aangesproken werden. P. Dekker, 'Kiezersgedrag zegt weinig over onvrede'. In: *de Volkskrant*, 27 januari 2003.
- 129 A. Brouwer, 'Een sprong uit het niets'. In: *De Groene Amsterdammer*, 30 maart 2002. 'De opstand der burgers' (De Rode Hoed: B. Tromp, P. Scheffer, G. van Westerloo, A. Aboutaleb). H. Werdmüller, 'Politiek correct denken. Een reconstructie achteraf'. In: *s&D* 59 (2002) 10/11, 35-49. H. Camps, 'De verrechtsing van Nederland is structureel. Politicoloog Meindert Fennema mag radicaal zijn'. In: *Elsevier*, 22 juni 2002. P. Schnabel, 'Gepasseerde burgers. Vreemdeling in eigen stad'. In: *Vrij Nederland*, 19 oktober 2002. L. Nicolassen, 'Wie redt het klootjesvolk? Een jaar na de moord op Pim Fortuyn woedt nog steeds de klassenstrijd'. In:



- de *Volkskrant*, 2 mei, 2003. M. Boogers en R. Weterings, 'De emancipatie van kiezers en politici'. In: *B & M* 30 (2003) 2, 145-148.
- 130 W. Oosterbaan, 'Het onbehagen kan weer ondergronds'. In: *NRC Magazine*, 1 november 2002, 28-34.
- 131 'De opstand der burgers' (De Rode Hoed: P. Scheffer 2002, Spangenberg 2002, Boutellier 2002). G. van den Brink, 'Het ongenoegen smeult voort'. In: *NRC Handelsblad*, 1 mei 2003. G. Vroegindeweyj, 'Bloei van LPF eenmalig. Kenners over molshopen in de mediacratie.' In: *Reformatorisch Dagblad*, 3 februari 2003. G. van Cann, 'Stemmen op het onderbuikgevoel.' In: *Het Financieele Dagblad*, 18 januari 2003. Werdmöller, 'Politiek correct denken'. Boogers en Weterings, 'De emancipatie van kiezers en politici'. Oosterbaan, 'Het onbehagen kan weer ondergronds.'
- 132 'De opstand der burgers' (De Rode Hoed: Boutellier, Aboutaleb, Hirsi Ali).
- 133 Brouwer, 'Een sprong uit het niets'. 'De opstand der burgers' (De Rode Hoed: Scheffer, Mak, Bouttelier). D. van Eijk en G. van Es, 'De publieke zaak is niet van het publiek.' In: *NRC Handelsblad*, 23 december 2002. M. Kleijwegt en M. van Weezel, 'De woede van de gewone man.' In: *Vrij Nederland*, 19 oktober 2002. Schnabel, 'Gepasseerde burgers'. W. Trommel, 'Ankers voor een losgeslagen samenleving.' In: *NRC Handelsblad*, 10 nov. 2002.
- 134 Brouwer, 'Een sprong uit het niets'. 'De opstand der burgers' (De Rode Hoed: J. Nagel, Scheffer, Van Westerloo, Van den Brink). A. Zijdeveld, 'Er breken nieuwe ideologische tijden aan. Repolitisering van de politiek'. In: *Vrij Nederland*, 11 mei 2002, 43-45. Van Eijk en Van Es, 'De publieke zaak is niet van het publiek'. Van den Brink, 'Het ongenoegen smeult voort'. Werdmöller, 'Politiek correct denken'. H. van Goor, 'Toch een groeiende kloof tussen kiezers en gekozenen? Non-respons in het Nationaal Kiezersonderzoek revisited'. In: *Sociologische Gids* 50, 3 (2003), 231-235. Th. von der Dunk, 'Geen gelijkheid, maar gezag. Politici moeten boven de burgers staan'. In: *Vrij Nederland*, 12 oktober 2002, 49-51. M. Kranenburg, 'Gerard van Westerloo en anderen over de politieke kaste in Den Haag'. In: *NRC Handelsblad*, 2 mei 2003. Mair, 'De eigenaardigheden van de Nederlanders'. R. Fraanje, 'Ongenoegen als levensvoorwaarde'. In: *Nederlandse Staatscourant*, 7 maart 2003. S. van Walsum, 'De on-Nederlandse revolutie'. In: *de Volkskrant*, 30 november 2002. S. de Jong, 'Een gelukkig land (1)'. In: *NRC Handelsblad*, 17 december 2002. Von der Dunk, 'Geen gelijkheid, maar gezag'. H.J.A. Hofland, 'De Opstand van de burger'. In: *De Groene Amsterdammer*, 21 december 2002. De uitgever en *Volkskrant*-columnist Schoo ging zelfs zo ver te spreken van een klassenstrijd tussen de oude elite en een verbond van nieuwe rijken en kleinburgers: Nicolassen, 'Wie redt het klotjesvolk?'. Oosterbaan, 'Het onbehagen kan weer ondergronds'. In: *NRC Handelsblad*, 2003, 28-34. R. Fraanje, 'Ongenoegen als levensvoorwaarde'. In: *Nederlandse Staatscourant*, 7 maart 2003. Die tegenstelling lijkt te worden ondersteund door de resultaten van buurtonderzoek in zeven grote steden; in 2003 bleek de LPF vooral kiezers te trekken in traditionele arbeidersbuurten met lage inkomens. M. Gijsberts en

- M. Lubbers, 'Buurtverschillen in zeven grote steden. De verkiezingsuitslag van 15 mei'. In: *S&D*, 12, (2003), 52-59.
- 135 J. van der Lans, 'De omwenteling. De revolte van Koning Burger'. In: *Vrij Nederland*, 6 april 2002, 47-49. Van Eijk en Van Es, 'De publieke zaak is niet van het publiek'. Uit onderzoek van Bureau Motivacion blijkt volgens directeur Spangenberg dat de LPF-kiezer precies in die verklaring paste: hij behoorde tot een groep van assertieve, risiconemende, doelgericht ingestelde, goedgeïnformeerde en betrokken burgers die graag over Nederland discussieerden, maar zich niet bij de politieke partijen thuis voelden. Spangenberg, 'De ontevreden kiezer is dakloos.'
- 136 Zijdeveld, 'Er breken nieuwe ideologische tijden aan'. H. Bekkers en H. Bouwmans, 'Het failliet van de partijdemocratie. Interview met SER-voorzitter Herman Wijffels'. In: *binnenlandsbestuur@nl* week 49 (2002), 30-33. Van der Lans, 'De omwenteling'. Boogers en Weterings, 'De emancipatie van kiezers en politici'. Vgl. ook Munnichs, *Publiek ongenoegen en politieke geloofwaardigheid*. Van der List was overigens van mening dat er niet sprake was van een diepe onvrede onder de bevolking, maar eerder van een oppervlakkige reactie van een verveelde samenleving: G. van der List, 'De volwassen samenleving. Het land heeft meer samenhang dan Fortuyn dacht'. In: *Elsevier*, 21 december 2001. Een vergelijkbare mening bij Von der Dunk, 'Geen gelijkheid, maar gezag'. Niet iedereen was van mening dat die kritischer en mondiger burgers werkelijk halve professionals waren geworden. Trommel meende juist dat het oordeelsvermogen van moderne mensen door de media en het toenemend relativisme in de wetenschap leidde tot veel meningen die niet het resultaat zijn van grondige kennis en redelijke argumentatie. Trommel, 'Ankers voor een losgeslagen samenleving'.
- 137 'De opstand der burgers' (De Rode Hoed: Tromp 2002). Van den Brink, 'Het ongenoegen smeult voort'.
- 138 Oosterbaan, 'Het onbehagen kan weer ondergronds'. Von der Dunk 'Geen gelijkheid, maar gezag'. Nicolassen, 'Wie redt het klootjesvolk?.'
- 139 Zijdeveld, 'Er breken nieuwe ideologische tijden aan'. C. Mureau, 'Politiek leeft ook zonder Fortuyn'. In: *Algemeen Dagblad*, 22 januari 2003. G. Keyser, 'De vluchtige voldoening van vermaak'. In: *De Groene Amsterdammer*, 21 december 2002, 24-26. Vroegindewey, 'Bloei van LPF eenmalig'. Van Cann, 'Stemmen op het onderbuikgevoel'. Hofland, 'De Opstand van de burger'. Van der Lans, 'De omwenteling'. Van den Boogaard, 'Wel heel veel rebellie'. R.L. Krooshof, 'Hoe het populisme te verklaren en erop te reageren?'. In: *S&D* 59 (2002) 10/11, 18-29. Trommel, 'Ankers voor een losgeslagen samenleving'.
- 140 Elchardus, *De dramademocratie*. Putnam, *Bowling Alone*. Veel van de argumenten voor diepgaande oorzaken van de politieke onrust zijn ook terug te vinden in het werk van M. Castells, *The rise of the network society. Information Age: Economy, Society and Culture*. Cambridge: Blackwell, 1996.
- 141 Dekker, *Niet-stemmers*. Dekker, 'Kiezersgedrag zegt weinig over onvrede'.

- 142 Van der List, 'De volwassen samenleving'. Van Cann 'Stemmen op het onderbuikgevoel'. J. Kleinnijenhuis, e.a., 'Terug naar oude partijen'. J.Th. Degenkamp, 'LPF bleek een kortstondige koortsstuip'. In: *NRC Handelsblad*, 19 november 2002.
- 143 Dekker, *Niet-stemmers*. Zie ook Van der Eijk, 'Kiezers vooral ontevreden met het politieke aanbod'. C. Kammer, 'Bizarre dans van pers en Fortuyn'. In: *NRC Handelsblad*, 15 mei 2002. Vroegindewey, 'Bloeit van LPF eenmalig'. Van der List, 'De volwassen samenleving'. Van den Boogaard, 'Wel heel veel rebellie'.
- 144 Dekker, *Niet-stemmers*. Dekker, 'Kiezersgedrag zegt weinig over onvrede'. Van Cann, 'Stemmen op het onderbuikgevoel'.
- 145 Ook: R. Torenvloed en R. Koole, 'De verkiezingen van 2002: een korte terugblik'. In: *B en M* 29 (2002) 3, 156-159.
- 146 H. Goslinga, 'Nog is de oude politiek niet verloren'. In: *Trouw*, 26 oktober 2002. Vgl. ook Krooshof, 'Hoe het populisme te verklaren'.
- 147 Akkoord Balkenende I en II.
- 148 *Nederlands Dagblad*, 2 februari 2004.
- 149 *De Telegraaf*, 6 februari 2004.
- 150 *Ibidem*, 8 februari 2004. *Nederlands Dagblad*, 9 februari 2004.
- 151 *De Telegraaf*, 5 februari 2004.
- 152 *Ibidem*, 6 februari 2004.
- 153 *Ibidem*, 14 februari 2004.
- 154 *Ibidem*, 20 februari 2004.
- 155 Zie paragraaf p. 68.
- 156 De Rooy, *Republiek van rivaliteiten*.

