

## Opgave 4 Politieke besluitvorming: de waarde van opiniepeilingen

### tekst 4

#### Strategisch kiezen

Hiermee is echter allerm minst gezegd dat peilingen géén invloed zouden hebben op wat mensen stemmen. Die invloed is er wel degelijk. Alleen  
5 verloopt die stemming niet op de (...) wijze die bij bandwagon- en underdog-effecten<sup>1)</sup> wordt verondersteld, maar via een beredeneerde, verstandelijke keuze. Nader bepaald: via strategisch  
10 kiezen. Hiervan is sprake als mensen niet stemmen op de partij die inhoudelijk het dichtst bij hun voorkeur ligt, maar op een andere partij, vanuit de calculatie dat zo de kans wordt  
15 vergroot op de regeringscoalitie of de premier die zij prefereren. Het is dus de machtsvraag die de doorslag geeft. Strategische kiezers denken dat de vraag welk beleid we de komende vier  
20 jaar krijgen, meer afhangt van wie er gaat regeren dan van de exacte samenstelling van het parlement (en daarin zouden ze best eens gelijk kunnen hebben.)  
25 De politicologen Joop van Holsteyn en Galen Irwin deden de afgelopen jaren onderzoek naar het fenomeen. Zij schatten het aantal potentiële strategische stemmers op ongeveer  
30 een kwart van het electoraat. Of deze mensen ook daadwerkelijk besluiten tot een strategische stem, hangt af van de omstandigheden. De kans hierop is groter als het erom spant, als een  
35 zeteltje meer of minder voor deze of gene partij het verschil kan maken. En hier komen de peilingen in het verhaal. Het hele fenomeen van strategisch stemmen is alleen mogelijk  
40 als er regelmatig peilingen verschijnen die aangeven hoe de partijen ervoor

staan, welke coalities mogelijk zijn, et cetera. Het is op basis van de peilingen dat kiezers aan het rekenen  
45 slaan. (...)

#### Invloed peilingen op nieuws

Dit is echter pas het begin van het verhaal over het effect van peilingen op de verkiezingen. Zij beïnvloeden  
50 namelijk niet alleen de kiezers. Ten eerste hebben de peilingen een evidente, zo niet doorslaggevende invloed op de gebeurtenissen van de campagne. (...)  
55 Ten tweede hebben de peilingen grote invloed op de media. Iedereen kent wel de beelden van een lijsttrekker die wanhopig zijn best doet te vertellen welke mooie plannen en ideeën hij  
60 heeft, maar enkel wordt geconfronteerd met de vraag 'wat hij gaat doen aan de tegenvallende peilingen'. Hij komt er met zijn boodschap eenvoudigweg niet door. Belangrijker  
65 nog is dat de peilingen het fundament leveren voor 'het grote verhaal' van de verkiezingen, het centrale dramatische conflict dat de dagelijkse afleveringen van het verkiezingsfeuilleton met  
70 elkaar verbindt en op verkiezingsdag zijn ontknopning zal krijgen. Het verhaal van 2002 was bijvoorbeeld 'De dramatische ineenstorting van Paars versus de stormachtige opkomst van  
75 Fortuyn'. Het verhaal van 2003 was 'De zegetocht van de jeugdige Bos versus het falen van Zalm'. In 2006 leek het thema 'De titanenstrijd tussen Bos en Balkenende' te gaan worden,  
80 maar dat verhaal werd halverwege de

	rit door de nieuwste peilingen ingehaald. (...)		Een dag later kwam het RTL Nieuws echter met een enquête van Intomart onder 150 kijkers. Daaruit bleek dat ruim 40 procent Bos 'de grote winnaar'
85	Hoeveel invloed peilingen hebben op de Nederlandse verslaglegging, blijkt uit een opmerkelijke studie van Van Praag en Geijtenbeek over de verkiezingen van 2003. Zoals gezegd was het grote verhaal van de verkiezing 'De zegetocht van de jeugdige Bos versus het falen van Zalm'. Wanneer ontstond dat verhaal? Dat valt nauwkeurig te identificeren. Op 3 januari hield RTL4 het eerste grote lijsttrekkersdebat tussen Balkenende, Bos, Zalm en Marijnissen. Het was min of meer de start van de officiële campagne. Na afloop vonden de commentatoren in krant en op televisie dat Bos het heel goed had gedaan. De meeste kritiek was er op Balkenende, terwijl de meningen over Zalm en Marijnissen minder eenduidig waren. Al met al was er geen uitgesproken consensus over wie het debat had gewonnen en wie had verloren.	110	vond en ruim 53 procent Zalm 'de grote verliezer'. Presentator Frits Wester voegde daar nog aan toe dat ook 39 procent van de VVD-kiezers dat zo zag. (...)
90		115	De stelling dat Bos de grote winnaar en Zalm de grote verliezer was, werd even later door het NOS Journaal overgenomen, onder verwijzing naar het Intomartonderzoek. Hiermee was de toon gezet. Volgens Van Praag en Geijtenbeek heeft de snelle peiling een doorslaggevende rol gespeeld. 'Opvallend is dat ook na de publicatie van dit onderzoek er nagenoeg geen aandacht meer was voor de inhoudelijke onderwerpen uit het debat. Opvallend is misschien nog meer, dat de media klakkeloos de resultaten van het Intomartonderzoek overnamen en geen enkele journalist hier een kritische kanttekening bij plaatste.'
100		120	
105		130	

*naar: W.L. Tiemeijer, Wat 93,7 procent van de Nederlanders moet weten over opiniepeilingen. Utrecht, 2008, Aksant, blz. 92-96.*

noot 1 Mensen springen graag op de kar van de (waarschijnlijke) winnaar. De tegenhanger hiervan is het underdog-effect: mensen stemmen uit een gevoel van medelijden op de (waarschijnlijke) verliezer.

**tabel 1**

**Peilingen Tweede Kamerzetels in week 3 en 4 van januari 2003  
en de uitslag van Tweede Kamerverkiezingen van 2002 en van 22 januari 2003**

Partij	Zetels 2002	Peiling 2003 week 3	Peiling 2003 week 4	Zetels 2003
CDA	43	42	42	44
LPF	26	6	6	8
VVD	24	28	29	28
PvdA	23	40	43	42
GroenLinks	10	6	7	8
SP	9	16	12	9
D66	7	6	5	6
ChristenUnie	4	3	3	3
SGP	2	2	2	2
Leefbaar Nederland	2	1	1	0
Andere partij	0	0	0	0

*bron: [http://nl.wikipedia.org/wiki/Tweede\\_Kamerverkiezingen\\_2006\\_-\\_peilingen](http://nl.wikipedia.org/wiki/Tweede_Kamerverkiezingen_2006_-_peilingen),  
geraadpleegd op 31 maart 2009*

**tabel 2**

Partij	Tweede Kamer 22 / 11 / 2006		Week 37 10 / 9 / 2009		Week 39 24 / 9 / 2009	
	%	zetels	%	zetels	%	zetels
CDA	26,5	41	24,1	37	22,2	34
PvdA	21,2	33	13,6	21	13,6	21
SP	16,6	25	11,5	17	10,8	17
VVD	14,7	22	10,8	16	10,7	16
PVV/Wilders	5,9	9	14,8	23	16,0	25
GroenLinks	4,6	7	6,4	10	6,1	9
ChristenUnie	4,0	6	4,1	6	4,3	6
D66	2,0	3	10,8	16	11,7	18
SGP	1,6	2	1,7	2	1,5	2
PartijvdDieren	1,8	2	1,6	2	1,9	2
TON/Verdonk	0,0	0	0,3	0	0,6	0
Andere Partijen	1,2	0	0,3	0	0,6	0
	100%	150	100%	150	100%	150

*bron: [www.politiekebarometer.nl/](http://www.politiekebarometer.nl/), gedownload op 28 september 2009*

## Opgave 4 Politieke besluitvorming: de waarde van opiniepeilingen

*Bij deze opgave horen de tekst 4 en de tabellen 1 en 2 uit het bronnenboekje.*

### Inleiding

Continu wordt gemeten op hoeveel zetels de politieke partijen 'staan'. Over de betekenis van opiniepeilingen voor de werking van de democratie verscheen in 2006 een boek geschreven door W.L. Tiemeijer: *Wat 93,7 procent van de Nederlanders moet weten over opiniepeilingen*.

In tekst 4 is een passage uit dit boek opgenomen. Deze passage heeft betrekking op de invloed van opiniepeilingen op het stemgedrag van de kiezer en op het nieuws.

*Lees de regels 1 tot en met 45 van tekst 4 en zie tabel 1.*

In de regels 10-16 geeft de auteur een definitie van strategisch stemmen.

- 3p **16** Leg uit dat het Nederlandse kiesstelsel strategisch stemmen in de hand werkt.
- 2p **17** Geef op grond van tabel 1 een voorbeeld van hoe een kiezer strategisch kan stemmen.

In de regels 18-22 van tekst 4 staat: "Strategische kiezers denken dat de vraag welk beleid we de komende vier jaar krijgen, meer afhangt van wie er gaat regeren dan van de exacte samenstelling van het parlement".

- 2p **18** Komt deze denkwijze meer overeen met dualisme of monisme in de politieke besluitvorming? Leg je antwoord uit.

*Bekijk tabel 1 en 2.*

Uit de peilingen en de verkiezingsuitslagen blijkt dat de SGP constant op twee zetels staat. Het aantal zetels uit peilingen en verkiezingen bij het CDA schommelt tussen de 44 en 34.

- 3p **19** Tot welke stroming behoort zowel de SGP als het CDA?  
Leg uit waarom de peilingen en verkiezingsuitslagen van de SGP zo'n stabiel patroon vertonen en die van het CDA niet. Betrek in je uitleg een kenmerkend verschil in identiteit en een kenmerkend verschil in achterban tussen SGP en CDA.

Politieke partijen kan men indelen aan de hand van begrippentegenstellingen zoals links–rechts.

- 2p **20** Plaats drie partijen uit tabel 2 op de linkerkant van de links–rechtsschaal aan de hand van de sociaaleconomische betekenis van het begrip 'links'.  
Licht deze sociaaleconomische betekenis van het begrip 'links' toe.

- 3p **21** Politieke partijen spelen een belangrijke rol rond de Tweede Kamerverkiezingen. Welke functies vervullen politieke partijen rond deze verkiezingen? Noem er drie en licht elke functie toe.

*Lees de regels 46 tot en met 82 van tekst 4.*

- 2p **22** Op dit tekstgedeelte kun je het begrip framing toepassen. Wat houdt framing in? Leg uit welk mediaframe op het tekstfragment van toepassing is.

*Lees de regels 83 tot en met 132 van tekst 4.*

- 2p **23** RTL Nieuws publiceerde een dag na het verkiezingsdebat in 2003 een enquête van Intomart (zie de regels 106-114). Tiemeijer citeerde de uitspraak van Van Praag en Geijtenbeek dat de media klakkeloos de resultaten van het Intomartonderzoek overnamen en geen enkele journalist hier een kritische kanttekening bij plaatste (regels 123-132). Leg uit welke kanttekening je kunt plaatsen bij de conclusies op basis van de enquête van Intomart.