

Opgave 5 Opiniepeilingen

Bij deze opgave hoort tekst 7.

Inleiding

In tekst 7 is te lezen dat verschillende nieuwsmedia verschillende antwoorden geven op de vraag hoe ze omgaan met peilingen. Uit die antwoorden kun je opmaken wat voor soort nieuwsmedia het betreft en ook welke verschillende normen en waarden ze overdragen op hun publiek.

Lees de regels 1 tot en met 52 van tekst 7.

NRC is voorzichtig met het koppelen van de uitkomst van een peiling aan actuele gebeurtenissen.

- 2p **21** Beargumenteer uit waarom voorzichtigheid geboden is bij het koppelen van de uitkomst van een peiling aan actuele gebeurtenissen. Gebruik in je argumentatie de begrippen correlatie en causaliteit op een correcte manier.

De Telegraaf en NRC maken een andere keuze bij het informeren van hun lezers. De waarden en normen die daarbij een rol spelen worden daarmee impliciet overgedragen aan hun lezers.

- 3p **22**
- Geef een norm die te herkennen is in de keuze die De Telegraaf maakt bij het berichten over opiniepeilingen.
 - Geef een andere norm die te herkennen is in de keuze die NRC maakt bij het berichten over opiniepeilingen.
 - Bij welke maatschappelijke functie van de media past het overdragen van waarden en normen?

Lees de regels 53 tot en met 75 van tekst 7.

In de regels 70 tot en met 75 van tekst 7 staat dat er veel zwevende kiezers zijn. Dat de binding van kiezers met gevestigde politieke partijen steeds minder wordt, hangt samen met veranderingen die zich vanaf de jaren '60 in de Nederlandse politieke cultuur hebben voorgedaan.

- 2p **23**
- Geef een voorbeeld van een verandering in de politieke cultuur die samenhangt met deze afnemende binding.
 - Leg uit wat die verandering inhield.

Opgave 5 Opiniepeilingen

tekst 7

Opiniepeilingen bieden het publiek 'schijnzekerheid'

Net als de NOS gaan RTL Nieuws, het AD, de Volkskrant en NRC 'terughoudend en bewust' om met politieke peilingen, in de aanloop naar de komende verkiezingen voor de Tweede Kamer. De Telegraaf blijft echter wel gewoon peilingennieuws brengen. (...)

Marcel Gelauff, hoofdredacteur van NOS Nieuws, maakte vrijdag bekend dat hij zetelpeilingen van losse opiniebureaus niet meer als nieuws wil brengen. De omroep wil alleen de Peilingwijzer gebruiken. De Peilingwijzer van politicoloog Tom Louwerse van de Universiteit Leiden geeft een gewogen gemiddelde van vijf verschillende peilingen.

De NOS meldt peilingen bij voorkeur alleen in samenhang met ander, inhoudelijk politiek nieuws. En alleen om opmerkelijke verschuivingen of langlopende trends te bespreken. "Losse peilingen zullen we hoogstens noemen als ze aanleiding zijn voor nieuws, bijvoorbeeld als ze leiden tot beroering in een partij."

Onzin

Pieter Klein, adjunct-hoofd van RTL Nieuws: "Dat we terughoudend zijn, is evident. We melden alleen grote verschuivingen, want anders is het geen nieuws. Verder ben ik niet zo van de codes, om dat vast te leggen."

Wouter de Winther, chef politiek van De Telegraaf vindt het onzin:

"Natuurlijk blijven we de peilingen melden. Mensen willen gewoon een overzicht hebben van hoe de partijen ervoor staan. Dan is het toch gek om te doen alsof die peilingen niet bestaan?"

NRC meldt bij peilingen altijd wie de peiling deed, hoe groot het aantal ondervraagden was, wanneer zij werden ondervraagd, en wat de foutmarge is. Ook is de krant voorzichtig met het koppelen van de uitkomst van een peiling aan actuele gebeurtenissen. Eén peiling zal nooit alleen de basis van een artikel zijn. De Volkskrant en AD hebben soortgelijke richtlijnen. (...)

Onweerstaanbaar

Wat is er tegen peilingen? De NOS, in een verklaring: "Nieuwsmakers en consumenten vinden peilingen vaak onweerstaanbaar. Het is verleidelijk om de onzekerheid achter de peilingen maar even te vergeten en houvast te zoeken bij schijnbaar harde cijfers over zoiets ongrijpbaars als de kiezersgunst. Terwijl je het publiek daarmee slechts schijnzekerheid biedt."

Hans Nijenhuis van het AD: "Ze blijken vaak niet overeen te komen met de verkiezingsuitslag. Maar dat ligt niet alleen aan de peilingen. Bij de vorige verkiezingen besloot veertig procent van de kiezers pas op het laatste moment wat ze zouden doen. Daar kun je als peiler niets aan doen."

(...)

bron: NRC Handelsblad, 20 december 2016