

'Agenda setting' in de verkiezingscampagne van november 1991 in Vlaanderen

door Bart MADDENS,

Aspirant van het Nationaal Fonds voor Wetenschappelijk Onderzoek

Inleiding

In de recente literatuur over de invloed van concrete issues op het stemgedrag lijkt het zwaartepunt geleidelijk aan te verschuiven van het standpunt dat de kiezer inneemt naar de mate waarin hij dat standpunt belangrijk vindt: van de 'issue position' naar de 'issue salience' in het vakjargon. In de traditionele ruimtelijke analyse van het kiesgedrag werd er over het algemeen van uitgegaan dat de kiezer ten aanzien van elk probleem een welbepaald standpunt inneemt en dat standpunt vervolgens vergelijkt met de gepercipieerde partijstandpunten. Volgens die logica maakt de kiezer het meest kans om te stemmen op de partij die in de totale issue-ruimte het meest nabij is. Het is echter weinig plausibel dat de kiezer met elk beleidsprobleem in gelijke mate rekening houdt. Allicht ordent hij de issues volgens belangrijkheid en laat hij de voor hem prioritaire problemen veel zwaarder doorwegen bij zijn keuze. Daarom worden de afzonderlijke issue-afstanden in de meeste ruimtelijke modellen gewogen volgens belangrijkheid. In het uiterste geval speelt daarbij enkel het meest belangrijke probleem mee. In een aantal recente benaderingen gaat men echter nog een stap verder en tracht men helemaal abstractie te maken van het standpunt. Men vindt met andere woorden dat de mate waarin de kiezer een probleem belangrijk vindt een voldoende basis vormt om zijn kiesgedrag te voorspellen.

Er zijn verschillende redenen om aan de belangrijkheid een cruciale rol toe te kennen. Ten eerste bestaan er naast 'position issues', die een keuze inhouden tussen uiteenlopende beleidsopties, ook 'valence issues', waarbij die keuze zich niet stelt¹. Over een aantal beleidsdoelstellingen bestaat er een ruime consensus, terwijl de discussie over de middelen een veeleer technocratische aangelegenheid is die niet gepolitiseerd is op het niveau van de publieke opinie. Het handhaven van orde en veiligheid, het bewerkstelligen van economische groei, het terugdringen van de werkloosheid zijn typische voorbeelden. Dergelijke issues kunnen toch een rol spelen in de electorale competitie omdat de kiezer de bekwaamheid en de geloofwaardigheid van de partijen terzake beoordeelt en in rekening brengt. Het standpunt van de kiezer ten opzichte van een zuiver 'valence issue' is geen variabele maar een constante en dus irrelevant voor de verklaring van het kies-

(1) Dit onderscheid werd voor het eerst geformuleerd door Stokes in zijn kritiek op de ruimtelijke benadering van Downs (D.STOKES, *Spatial Models of Party Competition*, in: A.CAMPBELL e.a., *Elections and the Political Order*. New York, 1966, p.170-174) en conceptueel verder uitgewerkt door ondermeer M.FIORINA (*Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven, 1981, p.17-19). Andere auteurs trekken de relevantie ervan in twijfel (zie bijvoorbeeld: C.VAN DER EIJK en B.NIEMOLLER, *Electoral Change in the Netherlands*. Amsterdam, 1983, p.206-207).

gedrag. In de modellen die het hoofdaccent leggen op de belangrijkheid wordt er vaak impliciet of expliciet van uitgegaan dat 'valence issues' een meer prominente rol spelen dan 'position issues'.

Maar zelfs indien er wel verschillende beleidsopties ter discussie staan kan men zich de vraag stellen of het standpunt van de kiezer wel zo'n belangrijke factor is. Uit onderzoek blijkt dat er over het algemeen een vrij sterk verband bestaat tussen het standpunt dat men inneemt ten aanzien van een issue en de mate waarin men dat probleem belangrijk vindt: een verband tussen de opinierichting en de opiniesterkte². De opinie van de kiezers die intens bij een probleem betrokken zijn is met andere woorden vaak niet representatief voor het totale electoraat. Dit is een tweede reden om het standpunt ondergeschikt te maken aan de belangrijkheid. Als een kiezer een bepaald issue niet belangrijk vindt, dan zal dit zijn stemgedrag toch niet beïnvloeden en hoeven we zijn standpunt terzake dus niet te kennen. Als hij het probleem wel belangrijk vindt, dan kunnen we daaruit ook met grote kans op zekerheid afleiden wat zijn standpunt is, tenminste in de veronderstelling dat er inderdaad een aanzienlijk verband bestaat tussen die twee variabelen. In zekere zin brengt het verband tussen standpunt en belangrijkheid met zich mee dat 'position issues' in de praktijk als 'valence issues' functioneren, aangezien de keuze tussen verschillende beleidsopties geen rol meer speelt in de electorale competitie³.

Het belangrijkheidsmodel impliceert dus dat het niet zozeer de partijstandpunten zijn die richtinggevend zijn bij de partijkeuze, maar wel de aandacht die de partijen aan de verschillende issues besteden en de geloofwaardigheid die ze dienaangaande hebben verworven. Beide aspecten zijn trouwens nauw met elkaar verstrengeld. Een partij die het initiatief neemt om een bepaald probleem op de agenda te plaatsen, dienaangaande als belangrijkste protagonist optreedt en met veel nadruk oplossingen voorstelt zal geleidelijk aan een imago van geloofwaardigheid en competentie verwerven wat dat specifieke issue betreft. De partij wordt als het ware de 'eigenaar' van een issue en wordt er in de beeldvorming van de kiezer positief mee geassocieerd⁴.

(2) H.SCHUMAN en S.PRESSER, *Questions and Answers in Attitude Surveys*. New York, 1981, p.231-250. De auteurs illustreren het fenomeen aan de hand van het abortus-issue en het issue van de wapenreglementering in de Verenigde Staten. Billiet e.a. baseren zich op een onderzoek naar de opinie over het gemengd onderwijs om het belang van het verband aan te tonen (J.BILLIET, G.LOOSVELDT en L.WATERPLAS, *Het survey-interview onderzoek*. Leuven, 1984, p.216-228). Toch vinden we de samenhang tussen opinierichting en belangrijkheid niet bij alle issues (W.DEWACHTER, *Problemen en oplossingen voor het actuele beleid*, *Res Publica*, 1975, nr.4, p.511-512).

(3) Vooral het migranten-issue is illustratief in dit verband. De kiezers met een anti-migranten standpunt zijn het meest geneigd om dit probleem belangrijk te vinden. Het deel van de bevolking dat positief staat tegenover de migranten ligt niet echt van het probleem wakker en laat er zich vermoedelijk ook niet door leiden bij de partijkeuze. Daardoor kunnen enkel de anti-migranten partijen van het issue profiteren en doen de pro-migranten partijen er best aan om het probleem zoveel mogelijk uit de campagne te houden (J.BILLIET, *Subjectieve deprivatie, gevoeligheid voor het migrantenprobleem en potentieel stemgedrag van de Vlamingen voor 24 november 1991*. Leuven, 1992, p.8-9).

(4) J.PETROCIK, *The Theory of Issue Ownership: Issues, Agendas, and Electoral Coalitions in the 1988 Election*. Ongepubliceerde paper, UCLA, 1990, p.5-6; I.BUDGE en D.J.FARLIE, *Explaining and Predicting Elections*. Londen, 1983, p.22-26. Dat het preciese standpunt van de partijen in bepaalde opzichten irrelevant is kunnen we ook illustreren met een voorbeeld uit de jongste parlementsverkiezingen in Groot-Brittannië: "The Conservatives, learning from the Republicans, reckon that certain issues, like tax, are good for ./..

De aandacht voor de belangrijkheid van issues is ondermeer gestimuleerd door de cognitieve psychologie. In de literatuur over 'social cognition' is het uitgangspunt meestal dat de cognitieve mogelijkheden van een individu vrij beperkt zijn, ondermeer omdat hij zijn aandacht maar op een paar zaken tegelijkertijd kan toespitsen. Daardoor is het moeilijk om alle aspecten die relevant zijn voor een beslissing te overlopen en tegenover elkaar af te wegen. Bij het maken van een keuze baseert hij zich veeleer op de informatie die het snelst toegankelijk is, die hem onmiddellijk voor de geest komt. Dit is met name het geval als de beslissing te onbelangrijk is om er lang bij stil te staan. Het individu gedraagt zich als een 'cognitive miser' en tracht met de schaarse informatie die hij onmiddellijk beschikbaar heeft zoveel mogelijk te woekeren⁵. Die informatie is gestructureerd in schema's. Een schema kan worden gedefinieerd als een hiërarchische ordening van abstracte informatie met betrekking tot een bepaald kennisdomein. Die ordening is op zijn beurt bepalend voor de wijze waarop de realiteit wordt gepercipieerd⁶. Daarbij kan een onderscheid worden gemaakt tussen centrale schema's, die onmiddellijk kunnen geactiveerd worden en meer perifere schema's, die minder direct toegankelijk zijn. Een bepaald issue is in die zin meer 'salient' naarmate het schema met de desbetreffende informatie voor de kiezer centraler is, dit wil zeggen gemakkelijker en sneller toegankelijk⁷.

De veronderstelling dat de kiezer eerst alle relevante issues op een rijtje plaatst, vervolgens rangschikt volgens belangrijkheid en tenslotte telkens zijn eigen standpunt met dat van de partijen vergelijkt valt moeilijk te rijmen met het hierboven toegelichte beeld van de 'cognitive miser'. Die zienswijze doet eerder vermoeden dat er op het moment van de keuze slechts een klein aantal problemen door het hoofd van de kiezer spelen. Misschien is hier wel het beeld toepasselijk van iemand die met een zaklantaarn een kamer afzoekt en maar een paar voorwerpen tegelijkertijd ziet, terwijl de rest in duisternis gehuld is.

Hoe komt het dat bepaalde issue-schema's de kiezer onmiddellijk voor de geest staan, terwijl andere als het ware in een of andere stoffige archiefkast zitten? De toegankelijkheid van politieke schema's hangt enerzijds af van individuele factoren en anderzijds van contextuele factoren⁸. Een issue-schema kan bepalend zijn voor de manier waarop iemand zijn politieke informatie structureert, ongeacht de concrete omstandigheden. In dat geval zal hij het politieke gebeuren vooral percipiëren en interpreteren in functie van dat specifieke schema. Maar daarnaast kan een bepaald issue-schema dat minder prominent is door de omstandigheden worden geactiveerd, dit wil zeggen naar voor worden gehaald en gemakkelijk toegankelijk worden gemaakt. Dat kan gebeuren als iemand een bepaald probleem aan den lijve ondervindt in zijn onmiddellijke omgeving, maar ook als hij erop attent wordt

./.. them almost regardless of what is said. So they are happy, not worried, to see Labour fiercely defending its tax policy; they believe voters will simply register 'tax' and think 'Labour will tax more.'" (*The Economist*, 14-3-92, p.26.).

(5) S.T.FISKE en S.E.TAYLOR, *Social Cognition*. Reading, 1984, p.246-248; S.IYENGAR en D.R.KINDER, *News that Matters*. Chicago, 1987, p.63-65.

(6) S.T.FISKE en S.E.TAYLOR, o.c., p.139-181; R.LAU, Political Schemata, Candidate Evaluations and Voting Behavior, in: R.LAU en D.SEARS (eds.), *Political Cognition*. Hillsdale, 1986, p.95-126. Lau maakt een onderscheid tussen vier types van politieke schema's: groeps-schema's, issue-schema's, partij-schema's en schema's betreffende de persoonlijkheid van de kandidaten.

(7) S.T.FISKE en S.E.TAYLOR, o.c., p.175-176.

(8) P.CONOVER en S.FELDMAN, The Role of Inference in the Perception of Political Candidates, in: R.Lau en D.Sears, o.c., p. 133-137.

gemaakt. In dat laatste geval is het dus bij wijze van spreken iemand anders die de zaklantaarn vasthoudt voor de kiezer.

In dit verband wordt het meest met de vinger gewezen naar de media. Het is een bekend fenomeen dat de burgers een bepaald probleem belangrijker gaan vinden naarmate het in de media meer aan bod komt. Het directe causale effect van de media-aandacht op de subjectieve belangrijkheid wordt in de communicatiewetenschappen het 'agenda setting'-effect genoemd⁹. Oorspronkelijk beperkte het onderzoek dienaangaande zich tot het vergelijken van de media-agenda en de 'issue salience' in de publieke opinie¹⁰. In meer recente studies tracht men op basis van tijdreeks-analyse¹¹ en experimenteel onderzoek¹² de achterliggende causale samenhang op het spoor te komen. Daaruit blijkt dat het 'agenda setting'-effect vrij sterk is. MacKuen toont aan dat, vooral inzake niet-economische issues, de omgevingsfactoren zo goed als geen direct effect hebben op de subjectieve belangrijkheid en in het niet verzingen vergeleken met de impact van de media. Het belang dat de mensen in de Verenigde Staten hechten aan het misdaadprobleem, bijvoorbeeld, covarieert niet met de werkelijke misdaadcijfers maar wel in grote mate met de media-aandacht voor de misdaadproblematiek¹³.

Wanneer een issue wordt geactiveerd en daardoor centraler komt te staan vergroot de kans dat de kiezer de partijen op grond daarvan evalueert. Dat laatste noemt men het 'priming effect'. Het is in zekere zin het complement van het 'agenda setting effect'. Door de aandacht te vestigen op bepaalde problemen manipuleren de media tegelijkertijd de criteria die aan de basis liggen van de partijkeuze¹⁴. Zij bepalen niet enkel welk beleidsprobleem effect heeft, maar ook of er überhaupt beleidsproblemen meespelen bij de keuze. De aandacht kan immers ook naar andere factoren worden afgeleid.

Over de vraag welke kiezers het meest vatbaar zijn voor 'agenda setting' en 'priming' blijkt er geen uitsluitsel te bestaan. Het is enerzijds aannemelijk dat vooral de burgers die belangstelling hebben voor politiek en de berichtgeving daaromtrent aandachtig volgen het gemakkelijkste doelwit vormen. Dit is het aandachtmodel. Maar anderzijds zijn het misschien precies die geïnteresseerde burgers die voor zichzelf al lang hebben uitgemaakt welke problemen belangrijk zijn en gro-

(9) Voor een algemene situering van die problematiek, zie: J.G.STAPPERS e.a., *De werking van de massamedia*. 2e uitgave. Amsterdam, 1990, p.124-130; M.E.McCOMBS en D.L.SHAW, The Agenda-Setting Approach, in: D.NIMMO en S.SANDERS (eds.), *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills, 1981, p.121-140.

(10) Zie bijvoorbeeld: M.E.McCOMBS en D.L.SHAW, The Agenda-Setting Function of Mass Media, *Public Opinion Quarterly*, 1972, nr.2, p. 176-187.

(11) M.MACKUEN, Social Communication and the Mass Policy Agenda, in: M.MACKUEN en S.COOMBS, *More than News*. Beverly Hills, 1981, p.19-144.

(12) S.IYENGAR en D.R.KINDER, o.c.

(13) M.MACKUEN, o.c., p.81-101. Daarnaast hebben ook plotse dramatische gebeurtenissen een belangrijke impact op de 'issue salience'. De dramatisering wordt vaak georchestreerd door de elite, bijvoorbeeld door middel van een presidentiële toespraak. In verband met economische issues zoals inflatie en werkloosheid is dit effect belangrijker dan het pure 'agenda setting'-effect, waarbij de media eigenmachtig issues op de agenda plaatsen. Dramatische gebeurtenissen maken de burgers bovendien alerter voor omgevingsfactoren (o.c., p.103-124).

(14) S.IYENGAR EN D.R.KINDER, o.c., p.63-72; J.KROSNICK en D.R.KINDER, Altering the Foundations of Support for the President through Priming, *American Political Science Review*, 1990, nr.2, p.497-512.

tendeels inmuun blijven voor de media-aandacht. De apolitieke burgers daarentegen missen een dergelijk cognitief referentiekader en draaien dus veel gemakkelijker met de wind mee. Dit 'cognitive framework model' lijkt aan de winnende hand. Krosnick en Kinder tonen aan dat politieke geïnteresseerde burgers duidelijk minder gevoelig zijn voor 'priming'. Zij hebben een meer gefundeerd oordeel over de president en laten zich door het vooruitschuiven van één specifiek issue in de media minder gemakkelijk van de wijs brengen. Bovendien zijn ze beter in staat om de afzonderlijke issues in een breder verband te plaatsen¹⁵.

De inzichten die we hierboven kort hebben toegelicht plaatsen de discussie naar het effect van de politieke communicatie in het algemeen en de verkiezingscampagnes in het bijzonder in een nieuw perspectief. Een van de argumenten om de impact daarvan sterk te relativiseren was de vaststelling dat het erg moeilijk is om de burger via propaganda of via objectieve voorlichting van standpunt te doen veranderen. Je kunt dus geen opinie opdringen, je kunt niet bepalen wat de burger denkt, maar je kunt wel bepalen waar de burger aan denkt. Niet het standpunt ten opzichte van een issue is voor beïnvloeding vatbaar, maar wel de subjectieve belangrijkheid ervan. En juist die belangrijkheid of toegankelijkheid wordt, zoals gezegd, meer en meer beschouwd als het cruciale element van een issue dat de partijkeuze kan beïnvloeden. In die zin is het voor een partij van belang dat de kiezer op het moment van de verkiezingen uitgerekend met dat probleem in zijn hoofd zit waarmee de partij positief wordt geassocieerd. Via de eigen propaganda kan men de aandacht van de kiezer op dat probleem trachten te richten. Daarnaast kan men het issue in kwestie zoveel mogelijk naar voor trachten te schuiven in de verkiezingsdebatten en de algemene berichtgeving.

Recent onderzoek in Groot-Brittannië wijst uit dat verkiezingscampagnes in dit opzicht inderdaad enig effect kunnen hebben, al mag die invloed zeker niet worden overschat. Op basis van een aantal panel-surveys hebben Miller e.a. nauwgezet onderzocht hoe de publieke opinie van week tot week evolueerde in de periode vlak voor de verkiezingen van juni 1987¹⁶. De auteurs gaan ondermeer na welke issues door de partijen op welk moment in de campagne naar voor worden geschoven, en hoe het electoraat daarop reageert. Het al dan niet beklemtonen van bepaalde issues door de partijen wordt om te beginnen vrij accuraat gepercipieerd door de kiezers. Als een partij een bepaald issue op het voorplan brengt, dan wordt dit door de kiezers onmiddellijk opgemerkt. Bovendien vertonen de kiezers de neiging om na enige tijd hun eigen prioriteiten in overeenstemming te brengen met de agenda van de partijen¹⁷.

De strategie van de Conservatives was erop gericht om de aandacht af te leiden van het werkloosheidsprobleem en naarmate de campagne vorderde zoveel mogelijk het defensie-issue in de schijnwerper te plaatsen. Labour heeft niet kunnen beletten dat het defensie-thema de campagne gaandeweg meer en meer is gaan beheersen. Als gevolg daarvan nam het aantal kiezers voor wie het defensie-issue prioritair was lichtjes toe, terwijl de werkloosheid enigszins aan belang inboette in de ogen van de kiezer. Die verschuiving was relatief beperkt, maar had toch een invloed op het kiesgedrag. Met name het naar voor halen van het defensie-

(15) J.KROSNICK en D.R.KINDER, o.c., p.501-509. Voor wat 'agenda setting' betreft wijst het experimentele onderzoek van Iyengar en Kinder in dezelfde richting (o.c., p.54-62). De resultaten van MacKuen daarentegen sluiten eerder bij het aandachtmodel aan (o.c., p.125-137).

(16) W.L.MILLER e.a., *How Voters Change*. Oxford, 1990.

(17) W.L.MILLER e.a., o.c., p. 166-177.

thema had volgens de auteurs een weliswaar kleine, maar toch reële 'swing' in de richting van de Conservatives tot gevolg. Dit effect leverde echter geen netto stemmenwinst op omdat het werd gecompenseerd door een aantal effecten in de andere richting¹⁸. Maar, aldus de auteurs, het feit dat ondermeer de 'issue-salience' zo manipuleerbaar is en kennelijk een impact heeft op de partijkeuze maakt het in theorie mogelijk dat de campagne van een partij wel degelijk een belangrijk verschil uitmaakt¹⁹.

De agenda die de verkiezingscampagne domineert komt evenwel tot stand door een complex samenspel van factoren. De gebeurtenissen die aan de verkiezingen voorafgaan drukken er uiteraard een belangrijke stempel op. Verder zijn het in grote mate de journalisten die beslissen welke issues er in de berichtgeving en in de verkiezingsdebatten aan bod komen. De partijen en hun respectieve boegbeelden kunnen dit proces van 'agenda setting' naar hun hand trachten te zetten, maar de kans daarop wordt vermoedelijk kleiner naarmate er meer partijen in het strijdperk treden. In het campagne-gedrang dat dan ontstaat dreigen de partijen elkaar te overstemmen en is het moeilijker om de aandacht van de publieke opinie en de media op één specifiek issue te richten.

Samengevat kunnen we dus stellen dat het voor de verkiezingsuitslag een niet onbelangrijk verschil kan uitmaken welke problemen er op het moment van de keuze door het hoofd van de kiezer spelen. Welke issues het meest belangrijk of toegankelijk zijn wordt tot op zekere hoogte bepaald door de politieke communicatie in de loop van de campagne. Voor de verklaring van het kiesgedrag is het bijgevolg van belang om te weten waarover er tijdens de campagne werd gepraat en welke issue-schema's er, eventueel als gevolg daarvan, waren geactiveerd bij de kiezer.

In dit artikel geven we daartoe een eerste aanzet, zonder daarbij volledigheid na te streven. We gaan in eerste instantie na welke issues de partijen naar voor hebben trachten te schuiven. We baseren ons daarbij enerzijds op de TV-spotjes die in de maand voor de verkiezingen werden uitgezonden als extra politieke tribune op BRTN-TV1 en TV2 en anderzijds op de krantenadvertenties die door de partijen werden gepubliceerd. Daarna onderzoeken we wat er op de agenda stond van de verkiezingsdebatten op radio en TV (BRTN en VTM). We trachten zo nauwkeurig mogelijk te bepalen hoeveel aandacht er daarbij aan de verschillende issues is besteed en stellen ons de vraag hoe die agenda tot stand is gekomen. Vervolgens bekijken we de agenda van de kiezer. Aan de hand van survey-data gaan we na welke problemen voor hem of haar prioritair waren in de periode vlak voor de verkiezingen. Tenslotte vergelijken we de verschillende agenda's. We vragen ons af welke partij er het best in is geslaagd om de 'eigen' issues op de voorgrond te plaatsen. Verder onderzoeken we in welke mate het prioriteitenlijstje van de kiezer werd weerspiegeld in de agenda's van de verschillende partijen en van de verkiezingsdebatten.

Vooraf nog een methodologische opmerking. In onze analyse maken we een onderscheid tussen acht belangrijke groepen van issues²⁰, met name de sociaal-economische problemen, milieu, de verkeersproblematiek, problemen in verband

(18) W.L.MILLER e.a., *o.c.*, p.236-243.

(19) W.L.MILLER e.a., *o.c.*, p.265-267.

(20) Daarnaast zijn er nog een aantal issues die heel weinig aan bod gekomen zijn, zoals de ethische problemen, het onderwijs- en cultuurbeleid en de problemen in verband met huisvesting. Die brengen we samen onder de noemer 'andere'.

met internationale betrekkingen, de communautaire problemen, migranten, criminaliteit en tenslotte de problemen in verband met de werking van het politieke systeem. In de mate van het mogelijke hebben we die hoofdgroepen nog verder onderverdeeld ²¹.

Het is duidelijk dat de verschillende deelthema's voor een groot stuk door elkaar vloeien. Het begrotingsthema bijvoorbeeld is onlosmakelijk verbonden met dat van de sociale zekerheid en de belastingen. Problematischer voor de analyse is dat ook het onderscheid tussen de hoofdgroepen niet altijd evident is. Sommige thema's hebben op verschillende problemen tegelijkertijd betrekking. Het meest voor de hand liggende voorbeeld is het debat over de splitsing van de sociale zekerheid.

Bij de analyse van de TV-debatten, de TV-spotjes en de krantenadvertenties hebben we getracht om de verschillende passages toch zoveel mogelijk aan één bepaalde issue-categorie toe te wijzen ²². Over het algemeen is het immers vrij duidelijk op welk issue het hoofdaccent ligt. De context waarin het thema ter sprake wordt gebracht biedt hier meestal een houvast. Zo werd er in de meeste debatten twee keer over de sociale zekerheid gepraat. Eén keer in de context van het begrotingstekort en een tweede keer in de context van de communautaire tegenstellingen. In dat laatste geval lag het zwaartepunt duidelijk bij het communautaire issue. Niet het streven naar een meer efficiënt sociaal-zekerheidssysteem als dusdanig, maar wel scheefrekking tussen Vlaanderen en Wallonië stond daarbij centraal. Het toewijzen wordt verder vergemakkelijkt door de uitzendingen waar nodig in zeer kleine passages op te delen. Als er in de loop van het discussie over de spitsing bijvoorbeeld terloops even iets wordt gezegd over de werking van het sociale zekerheidssysteem in het algemeen, dan kan die specifieke passage naar de categorie van de sociaal-economische problemen worden overgeheveld. Dit neemt niet weg dat de verwijzingen naar verschillende issues in een bepaalde passage soms dermate dooreengestengeld kunnen zijn dat die werkwijze niet kan worden toegepast. In dat geval wordt het totale aantal seconden of woorden van de passage verdeeld over de verschillende issues die erin ter sprake komen.

(21) Het sociaal-economische issue delen we bijvoorbeeld op in de categorieën tewerkstelling, monetaire problemen, competitiviteit van de ondernemingen, begrotingstekort, belastingen, armoede en tenslotte de verschillende takken van de sociale zekerheid. Het politieke systeem-issue omvat enerzijds de problemen betreffende de werking van de openbare diensten en anderzijds alles wat onder de noemer 'gesjoemel' kan samengebracht worden: de politieke benoemingen, het buitensporig aantal ministers, de politieke macht van de zuilen, het 'gearrangeer' van de regering, enz... Verder trachten we een onderscheid te maken tussen het probleem van de migranten die hier al enige tijd verblijven of de 'vreemdelingen' in het algemeen en dat van de vluchtelingen als specifiek issue. Voor wat het internationale issue betreft onderscheiden we de problemen in verband met wapenhandel, defensie, Europese integratie, relaties met Oost-Europa en ontwikkelings samenwerking.

(22) Die werkwijze is trouwens het meest gebruikelijk in het 'agenda setting'-onderzoek. Ook Patterson en McClure gaan op een soortgelijke manier te werk bij hun analyse van ondermeer electorale TV-spotjes (T.E.PATTERSON en R.D.MCCLURE, *The Unseeing Eye*. New York, 1976, p.109-122, p.180-188). De praktijk om naast een beperkt aantal hoofdcategorieën ook deelcategorieën te onderscheiden nemen we over van het onderzoek van verkiezingsprogramma's. In het comparatieve onderzoek van Budge e.a., waarvan de 'Salience'-theorie het uitgangspunt vormde, werd elke zin van een partijprogramma toegewezen aan één en slechts één issue-deelcategorie. Hun classificatie bevatte zeven hoofdgroepen en in totaal 54 deelcategorieën (I.BUDGE, D.ROBERTSON en D.HEARL, *Ideology, Strategy and Party Change*. Cambridge, 1987, p.19-24, p.457-465).

Het is vooral uit praktische overwegingen dat we ons voor wat de TV-uitzendingen betreft tot een dergelijke relatief benaderende analyse hebben beperkt. Probleem is immers dat er van de TV-debatten geen tekst beschikbaar is. Van de debatten tijdens de middaguitzendingen van het radiomagazine Actueel bestaat er wel een uitgeschreven versie. Die debatten hebben we dan ook meer diepgaand kunnen analyseren aan de hand van het computerprogramma KWALITAN²³. Het verschil met de hierboven toegelichte methode is ondermeer dat een bepaalde passage nu gemakkelijk aan verschillende issue-categorieën kan worden toegewezen.

I. De agenda van de partijen

Je zou de agenda van de partijen kunnen reconstrueren door na te gaan hoeveel aandacht ze in hun verkiezingsprogramma aan de verschillende issues besteden. Dit is echter een weinig geschikte indicator. De partijen trachten in hun programma een zo breed mogelijke waaier van issues te bestrijken. Wat uiteindelijk prioritair is wordt pas echt duidelijk wanneer ze gedwongen worden daaruit een selectie te maken. Dat is bij uitstek het geval als de volledige boodschap van een partij moet worden samengeballd in een aantal korte reclameteksten of een paar TV-spotjes van enkele minuten. Die indicatoren dragen dan ook onze voorkeur weg.

Vanaf 30 oktober werd er op BRTN-TV1 elke weekdag een partijpolitiek TV-spotje uitgezonden vlak voor het TV-journaal van halfacht. Die extra politieke tribunes op TV1 werden gemiddeld door zowat 606.050 kijkers bekeken. Daarna werden ze nog eens herhaald voor het journaal van halftien op TV2, voor een veel kleiner publiek van gemiddeld 59.571 kijkers²⁴. Die spotjes analyseren we volgens de hierboven beschreven werkwijze. Daarnaast baseren we ons ook op de propaganda die de partijen over heel Vlaanderen in de kranten hebben gemaakt²⁵. Met de advertenties van de afzonderlijke kandidaten houden we geen rekening. De resultaten, die zijn samengevat in tabel I²⁶, bespreken we hieronder eerst kort per partij.

(23) V.PETERS, F.WESTER en R.RICHARDSON, *Kwalitatieve analyse in de praktijk en handleiding bij KWALITAN*. Nijmegen, 1989.

(24) Bron: BRTN-studiedienst, *kijk- en luisteronderzoek*.

(25) Per krantenadvertentie hebben we geteld welke proportie van het totale aantal woorden (slogans niet meegerekend) op een bepaald issue betrekking hebben. Voor elke categorie hebben we per partij een gemiddelde proportie berekend, gewogen volgens het aantal keer dat de respectieve advertenties zijn verschenen. Op dezelfde manier hebben we de totale gemiddelde proportie per categorie berekend.

(26) Voor de issues geven we telkens het procent, berekend op basis van de totale zendtijd (of de totale gemiddelde proportie voor de advertenties) die op specifieke issues betrekking had. Daarbij laten we de passages die naar algemeenheden verwijzen of, voor de spotjes, loutere sfeerbeelden bevatten dus buiten beschouwing. Daarbovenop geven we aan wat het aandeel was van die algemeenheden of sfeerbeelden in de totale zendtijd, (uitgedrukt in percentages op basis van het algemeen totaal) en wat het gemiddelde aandeel was van die algemeenheden in de advertenties. De categorie 'algemeenheden' bevat hoofdzakelijk verwijzingen naar politici, algemene slogans en algemene commentaar over het belang van de verkiezingen.

TABEL I

De agenda van de partijen, in procenten,
gebaseerd op de krantenadvertenties en de TV-spotjes

	CVP		SP		PVV		VU		AGALEV	VL.BLOK		Totaal	
	krant	TV	krant	TV	krant	TV	krant	TV	TV	krant	TV	krant	TV
sociaal-economisch	31.6	32	24	43.9	21.1	27.9	0	0	11.4	0	0	15.7	21.6
milieu	0	14.7	1.8	21.3	9.3	0	15.1	0	48.9	0	0	7	13.4
verleer	0	1.5	15.5	13.1	1.1	0	0	0	10.8	0	0	2.4	3.5
internationaal	0	0	0	0	2	0	21.4	47.6	10.4	0	0	6.1	8.7
migranten	0	1.5	0	0	15.6	0	15.1	0	2.6	55	37.2	14.2	4.8
communautair	48.2	5.5	8.5	0	7.1	9.2	33.4	50	0	45	26.9	26.1	13.9
politiek systeem	8.5	8	36.8	10.2	44	62.9	15.1	2.4	3	0	4.8	24.1	17.3
criminaliteit	0	6.7	13.4	11.5	0	0	0	0	0	0	15.6	1.8	5
andere	11.9	30.1	0	0	0	0	0	0	12.8	0	15.6	2.4	11.8
Totaal	100.2	100	100	100	100.2	100	100.1	100	99.9	100	100.1	99.8	100
N*		687		314		491		377	333		270		2472
algemeen	20.2	23	21.1	22.6	6	24.3	17	2.8	15.5	33.3	19.8	17.4	19
sfeerbeelden		0		34.2		1.4		27.1	0		0		11.3
N*	52	892	35	726	67	660	64	538	394	30	341	248	3551

* Voor de advertenties : totale aantal advertenties, voor de spotjes : totale aantal seconden.

CVP

De hele krantencampagne van de CVP was rond twee korte boodschappen geconcentreerd. De ene stond onder het motto "Geen sterk Vlaanderen zonder een sterke CVP" en spitte zich uitsluitend toe op de communautaire tegenstellingen. In de begeleidende tekst werd gearchtueerd dat Vlaanderen een sterke CVP nodig heeft als tegenwicht voor de Waalse PS van Spitaels. In de tweede boodschap werd onder de noemer "Goed leven in Vlaanderen, ook morgen" naar een hele resem van issues verwezen : de belastingen, de tewerkstelling, de sterkte van de Belgische Frank, het gezinsbeleid, het onderwijs en 'de grote levenswaarden'. De CVP heeft op die terreinen heel wat kunnen verwezenlijken, maar zonder de CVP komt er geen sterke regering die dit beleid verder kan zetten, zo luidde in grote trekken de redenering. Beide teksten werden precies evenveel gepubliceerd in de kranten. Helemaal op het einde van de campagne verscheen er tenslotte in de meeste kranten een paginagrote advertentie zonder verwijzingen naar concrete issues en een advertentie met een korte boodschap van Wilfried Martens over de politieke stabiliteit.

Het is opmerkelijk dat de vijf TV-spotjes van de CVP ²⁷ zo goed als uitsluitend

(27) In de eerste drie spotjes werden er via een aantal voorbijglijdende slogans en tafereeltjes zes concrete issues 'geprimed'. Daarna volgde er een korte boodschap van Herman Van Rompuy of Wilfried Martens. Aanvankelijk lag het in de bedoeling van de partij om het bij dit spotje te houden. Halfweg de campagne werd echter beslist om voor de laatste twee uitzendingen een nieuw spotje te maken waarin een aantal issues veel explicieter aan de orde werden gesteld. Dit impliceerde ondermeer een sterkere beklemtoning van de milieu- en de onderwijsproblematiek.

werden opgebouwd rond de thematiek van het 'goeie leven in Vlaanderen'. Het communautaire luik van de campagne bleef grotendeels onderbelicht. Uit tabel I blijkt duidelijk dat het hoofdaccent op de sociaal-economische problematiek lag. In tweede orde van belangrijkheid werden ook het milieu- en het onderwijs-*issue* naar voor geschoven. De verwijzingen naar de werking van het politieke systeem vonden we in de korte boodschappen van Wilfried Martens en Herman Van Rompuy op het einde van de eerste drie spotjes. Vooral Herman Van Rompuy legde daarbij sterk de nadruk op het gevaar van een verdere versplintering van het partijstelsel in Vlaanderen en de dreigende politieke instabiliteit. Het communautaire thema van het 'sterke Vlaanderen', tenslotte, werd enkel in de laatste twee spotjes bondig behandeld.

Zo te zien heerste er binnen de CVP nogal wat onzekerheid over de naar voor te schuiven agenda. In de krantencampagne werd er duidelijk voor geopteerd om, naast de verwezenlijkingen van de regering, ook de communautaire spanningen in herinnering te brengen bij de kiezer. In de TV-spotjes werd daarvan grotendeels afgezien. Aanvankelijk leek het de bedoeling om het zwaartepunt bij de sociaal-economische problemen te leggen, maar die strategie werd in de loop van de campagne wat bijgestuurd.

SP

De SP pakte uit met vijf verschillende reclameteksten. Enkel de laatste daarvan bevatte geen politiek-inhoudelijke boodschap. In drie advertenties werd telkens één specifiek *issue* voor het voetlicht gebracht. Onder de kop "Wij gaan niet in uw zakken zitten" worden de kiezers er vooreerst aan herinnerd dat een regering zonder de socialisten gelijk staat met zware inleveringen. Daarbij worden de belastingverlaging, de pensioenen en het sociale zekerheidsstelsel in het algemeen ter sprake gebracht. Wat dat laatste betreft wordt ook even naar de toenemende bureaucrativering verwezen. Dat laatste *issue* staat centraal in de tweede tekst, met als titel "De staat moet niet met de mensen hun voeten spelen." Een derde tekst ("Ligt U vannacht ook wakker tot ze thuis komen?") is helemaal gewijd aan het thema van de verkeersveiligheid en de persoonlijke veiligheid op straat. Tenslotte is er ook nog een advertentie waarin er, onder de algemene noemer "De mensen willen gezond verstand", een hele reeks *issues* wordt opgesomd: de communautaire spanningen in het algemeen, Voeren, de sociaal-economische problemen, de milieuverloedering en de veiligheid. Als we dit allemaal samentellen, dan springt vooral de sterke nadruk op de werking van de openbare diensten in het oog. Dit thema neemt gemiddeld zowat 37% van de advertentieteksten in beslag, en scoort daarmee beduidend hoger dan de sociaal-economische problematiek (tabel I).

In de TV-spotjes van de SP zijn de passages met een politiek-inhoudelijke boodschap relatief schaars. Zowat 56.8% van de zendtijd wordt gevuld met sfeerbeelden, algemene slogans en commentaar over de persoon van Louis Tobback. De rest van de tijd wordt telkens aan één of twee concrete *issues* besteed. In het eerste spotje was dat de milieuproblematiek. In het tweede en het vierde stond de sociaal-economische problematiek centraal, met name de thematiek van de inleveringen. Het derde spotje, tenslotte, richtte de aandacht op het *issue* van de verkeersveiligheid en de kleine criminaliteit. Uit tabel I blijkt duidelijk dat, alles samen genomen, het sociaal-economische *issue* veruit het sterkst in de verf is gezet, op afstand gevolgd door het milieu en het verkeer. In elk spotje werd daarnaast ook het thema van de politieke geloofwaardigheid even aangeraakt. Het centrale thema van de advertenties, namelijk de werking van de openbare diensten, blijft in de spotjes echter achterwege.

De SP-campagne was er dus kennelijk op gericht om een beperkt aantal zeer tastbare problemen naar voor te halen. Daarbij werd in de eerste plaats het schrikbeeld opgeroepen van een nieuwe inleveringsronde. Daarnaast stonden het milieu, de veiligheid in het verkeer en op straat en de slechte werking van de openbare diensten hoog op de agenda.

Hierbij kan nog worden aangestipt dat het thema van de kloof tussen burger en politiek de SP-campagne sterker heeft gekleurd dan uit de louter kwantitatieve analyse naar voor komt. Alhoewel dit issue slechts uitzonderlijk werd geëxpliciteerd zat het toch impliciet vervat in het discours dat werd gehanteerd en in de dramatische opbouw van de spotjes. Om het met de woorden van campagnemaker Wim Schamp te stellen: "Het boegbeeld (Louis Tobback) treedt uit zijn rol van politicus om zich namens 'de mensen' tot de politici te wenden. Een beetje in de zin van Guy Verhofstadt, die eveneens het aureool van politicus afwijst om de politieke klasse te gispen." ²⁸

PVV

De krantencampagne van de PVV bestond uit acht verschillende advertenties, waarvan één algemene, en was rond zes verschillende thema's opgebouwd. Twee reclameboodschappen waren specifiek op de thematiek van het Burgermanifest toegespitst. In de ene werd uitgebreid het "politiek gestuntel" van de regering in de verf gezet ("Ze zouden beter een regeerbewijs met strafpunten uitvinden") en in de andere was het te hoge aantal ministers de centrale focus ("Het aantal Ministers moet gehalveerd worden"). Aan een hele reeks andere issues werd telkens één advertentie gewijd: het milieu ("Je stopt pas met vervuilen als je er belang bij hebt"), privatisering ("Sabena moet op eigen vleugels vliegen"), de communautaire spanningen ("Chantage, dat pakt bij ons niet") de begroting ("Onze kinderen vergeven ons nooit 8.000 miljard staatsschuld") en de migranten ("Terwijl iedereen struikelde over 't migrantenprobleem sleutelden wij aan een migrantenbeleid") ²⁹. Elke tekst was daarnaast ook doorspekt met kritiek op de werking van het politieke systeem, wat mede verklaart waarom dit issue in de totaalbalans zo zwaar doorweegt (tabel I).

Ook in de TV-spotjes van de liberalen stond de thematiek van Guy Verhofstadts Burgermanifest centraal. Voor het overgrote deel werd het aan 'de man in de straat' overgelaten om het politieke bedrijf te becomingentariëren. In krantenadvertenties werd het spotje trouwens vooraf aangekondigd als "een extra politieke tribune zonder politiciers". Soms spitste de straatcommentaar zich op een specifiek issue toe, zoals het begrotingstekort, het verlenen van overheidssubsidies aan bedrijven in moeilijkheden of de communautaire spanningen. Maar meestal was het gewoon de politiek tout court die het moest ontgelden. Gedurende zowat 46,8% van de totale zendtijd werd uitsluitend het thema van het 'gesjoemel' onder de aandacht van de kijkers gebracht.

De kritiek op het politieke bedrijf was dus ongetwijfeld het dominante issue van de PVV-campagne. Zowel in de krantencampagne als in de TV-spotjes nam de partij afstand van de politieke klasse. Ze stelde zich op als buitenstaander en speelde zo veel mogelijk in op de anti-politieke stemming van de burger.

(28) *De Standaard*, 22-11-91.

(29) De meeste advertenties werden zeven of acht keer gepubliceerd, met uitzondering van die met betrekking tot de staatsschuld en de migranten die respectievelijk 10 en 11 keer werden afgedrukt.

VU

De Volksunie vatte haar programma samen in zes krantenadvertenties waarin er telkens één issue centraal stond. De wapenhandel³⁰, de migrantenproblematiek³¹, de splitsing van de sociale zekerheid³², het milieuprobleem³³, het politieke 'gesjoemel'³⁴ en de staatshervorming passeerden op die manier de revue³⁵. Dat laatste probleem werd bovendien nadrukkelijk in de bredere context van de Europese eenwording gesitueerd. Helemaal op het einde van de campagne publiceerde de VU bovendien een oproep van een aantal oud-politici. Daarin werd het accent vooral op de staatshervorming gelegd, met een aantal zijdelingse verwijzingen naar de Europese integratie en de vredesproblematiek. Als sluitstuk van de campagne verscheen er tenslotte in alle kranten een algemene boodschap zonder verwijzingen naar concrete issues. De Vlaams-nationale partij heeft haar krantenadvertenties dus over een vrij breed gamma van issues uitgesmeerd, zij het dat de sociaal-economische problematiek helemaal buiten beschouwing werd gelaten. Significant is verder dat gemiddeld slechts een derde van de teksten aan het communautaire issue was gewijd.

De TV-campagne van de VU was minder gevarieerd. Naast een opvallend grote dosis sfeerbeelden bestonden de drie spotjes uit een flitsende montage van beelden en interviews die op de regeringscrisis van eind september betrekking hadden. In het tweede spotje lag de klemtoon daarbij vooral op het probleem van de wapenhandel als moreel en pacifistisch issue, terwijl in het derde eerder de Vlaams-Waalse tegenstellingen in de kijker werden geplaatst. Andere issues werden niet ter sprake gebracht, afgezien van enkele korte verwijzingen naar het thema van de nieuwe politieke cultuur. Net als bij de SP echter lag de kritiek op het politieke klasse eerder vervat in de vormelijke aspecten van de spotjes. Door flarden van interviews en parlementaire debatten op een onsamenhangende manier aan elkaar te rijgen werd er een nogal deconstructief beeld opgehangen van het politieke gebeuren.

Op communautair vlak is de VU niet echt voluit durven gaan. Kennelijk had de partij er schrik van om enkel met dit issue te worden vereenzelvigd. In de plaats van zoveel mogelijk op de Vlaams-Waalse tegenstellingen te hameren verkozen de Vlaams-nationalisten om met een bredere agenda uit te pakken. Dit blijkt vooral uit de krantencampagne, waarin de niet-communautaire thema's het overwicht hadden. Ook in de TV-campagne heeft men het niet uitsluitend over een communautaire boeg willen gooien. Hier werd de aandacht verdeeld over het Vlaams-Waalse issue enerzijds en de wapenhandel als pacifistisch issue anderzijds.

(30) "Als we de uitvoer van wapens nu geen halt toeroepen dan komen ze straks op onze eigen kop terecht."

(31) "Als de vreemdelingen in Vlaanderen geen Nederlands leren, zullen we elkaar inderdaad nooit 'verstaan'!"

(32) "Als de sociale zekerheid niet wordt opgesplitst, valt er voor onze kinderen 'n heel stuk zekerheid weg."

(33) "Als we echt 'n schoon milieu willen, zullen we met z'n allen de schoonmaak moeten betalen..."

(34) "Als we geen komaf maken met het politiek gesjoemel, worden we straks het cirkus van Europa."

(35) "Als Vlaanderen niet snel zijn plaats opeist in Europa, krijgt het straks z'n eigen plaats in het museum."

Vlaams Blok

Het Vlaams Blok heeft drie verschillende krantenadvertenties gepubliceerd, waarvan er twee over een welbepaald probleem handelden, met name het migrantenprobleem en het communautaire probleem. Een derde advertentie bevatte enkel een compilatie van algemene slogans. De drie types van advertenties werden ongeveer in gelijke mate gepubliceerd. Ook het Vlaams Blok wenste zijn agenda dus blijkbaar niet tot één enkel issue te beperken.

Dat blijkt ook overduidelijk uit het enige TV-spotje van het Vlaams Blok. In de beperkte zendtijd waarover de partij kon beschikken werden er een hele reeks issues ten berde gebracht. Het migrantenthema kreeg het meest nadruk en nam ongeveer een derde van de totale zendtijd in beslag. In tweede orde van belangrijkheid volgen het communautaire issue met ongeveer 21% en het probleem van de criminaliteit met 12%. Onder de noemer "opkomen voor het gezin" werden er tenslotte nog een reeks issues opgesomd die verband houden met de teloorgang van de traditionele waarden: het gezin, abortus, het traditionele onderwijs en het egoïsme in de maatschappij.

Het is dus niet juist dat het Vlaams Blok alles op het migrantenprobleem heeft gezet. Weliswaar staat dit issue vooraan op de agenda van de partij, maar men kan bezwaarlijk stellen dat de andere thema's in de schaduw blijven daarvan. Met name het communautaire issue wordt door de partij nadrukkelijk op de voorgrond geplaatst. Dat blijkt overigens niet enkel uit de mate waarin dit thema aan bod komt, maar ook uit de manier waarop. Veel doekjes worden er niet om gewonden, zoals blijkt uit het volgende citaat uit het TV-spotje: "het Vlaams Blok zegt resoluut: België barst, Vlaamse onafhankelijkheid nu".

AGALEV

De groene partij heeft geen campagne gevoerd in de kranten. In de twee TV-spotjes van AGALEV lag het zwaartepunt duidelijk bij de milieuproblematiek en, nauw verstrengeld daarmee, de verkeersproblemen. De typisch groene problemen namen meer dan de helft van de totale zendtijd in beslag. Die worden op afstand gevolgd door een peleton van de meest diverse issues waarvan er geen enkel echt uit de band springt. Het probleem van de armoede wordt aangeraakt, de verkrotting, de wapenhandel, de ontwikkelingssamenwerking en de gelijkheid tussen man en vrouw. Het migrantenprobleem duikt heel even op in de tussenkomst van kandidaat Ludo Sannen in het eerste spotje. Hij pleit voor een eerlijke solidariteit tussen rijk en arm, zwart en blank, Noord en Zuid en, tenslotte, vreemdelingen en Vlamingen. De aandacht voor die andere issues is hoe dan ook weinig geconcentreerd en kan de indruk niet wegnemen dat de AGALEV-spotjes vooral tot doel hadden om het milieu-issue te activeren bij de kiezer.

Besluit

Welke issues werden er nu, alles samengenomen, het meest intensief 'geprimed' door de zes grootste politieke partijen? Uit tabel I kunnen we afleiden dat de spreiding over de verschillende categorieën vrij groot is³⁶. Bovendien geven

(36) Bij de berekening van de totaalpercentages in tabel I werd het totale aantal seconden zendtijd van de zes grote partijen als basis genomen. Partijen die over meer zendtijd /..

de advertenties en de TV-spotjes een nogal verschillend beeld te zien. In de TV-spotjes scoren de sociaal-economische thema's duidelijk het hoogst, gevolgd door de problemen in verband met de werking van het politieke systeem. Het milieu en de communautaire problemen staan ongeveer op dezelfde hoogte. Opmerkelijk is verder dat het migrantenprobleem heel weinig aan bod is gekomen in de TV-spotjes. In de advertenties staat het communautaire probleem op kop, ondermeer doordat het in de krantencampagne van de CVP zo centraal stond. Opmerkelijk veel aandacht in de kranten krijgt ook de werking van het politieke systeem. Daarna pas komt de sociaal-economische thematiek, gevolgd door het migrantenprobleem. Dat dit laatste in de krantencampagne een groter gewicht heeft is te wijten aan de advertenties van de PVV en de VU, twee partijen die het probleem in hun spotjes niet ten berde brachten. De afwezigheid van AGALEV in de kranten verklaart mede de lage score voor het milieu.

In de literatuur die we in de inleiding geciteerd hebben wordt er vaak van uit gegaan dat elke partij in de praktijk slechts een beperkt aantal issues naar voor kan schuiven. Een partij die teveel issues terzelfdertijd bespeelt dreigt de kiezer in de war te brengen. Bovendien lenen de voor de partijen beschikbare communicatiekanalen er zich niet toe om complexe boodschappen over te brengen, waarin de verschillende issues met elkaar in verband worden gebracht³⁷. Als er een groot aantal partijen meedingen wordt het issue-spectrum dat door één enkele partij kan worden bestreken vermoedelijk nog kleiner. Op die manier ontstaat er een tendens in de richting van 'single issue'-partijen die zich zoveel mogelijk op één enkel probleem toelagen. Het is interessant om eens na te gaan welke partijen het best aan dit patroon beantwoorden. In feite wordt dit enkel door AGALEV en in mindere mate door de PVV benaderd. Beide partijen leggen consequent op één enkel thema het hoofdaccent. De aandacht die aan andere issues wordt besteed is vooral bij AGALEV zeer diffuus. De PVV daarentegen benadrukt naast het hoofdthema ook de begrotingsproblematiek. Bij de andere partijen is de communicatie duidelijk veel minder rond één enkel issue geconcentreerd. Wel zijn er vaak twee thema's die uit de band springen: het sociaal-economische en de werking van de openbare diensten bij de SP, de staatshervorming en de wapenhandel bij de VU, de staatshervorming en de migranten bij het Vlaams Blok en, minder uitgesproken, het sociaal-economische en de communautaire spanningen bij de CVP. Opvallend is verder dat de meeste partijen in hun advertenties uitpakken met een bredere waaier van issues dan in hun spotjes.

II. De agenda van de verkiezingsdebatten

TV2 en Telefacts

In een eerste reeks verkiezingsuitzendingen op TV2 werd elke partij afzonderlijk door een panel van journalisten ondervraagd over haar programma. Uit de kijkcijfers kunnen we afleiden dat de weerklink van die debatten niet mag worden overschat. Gemiddeld werden ze door 141.500 kijkers gevolgd. Voor de debatten met het Vlaams Blok en de SP bereikte de kijkdichtheid een piek. Meer belangstelling was er voor 'de laatste ronde', al blijft het kijkcijfer ook hier vrij be-

./.. konden beschikken wegen dus zwaarder door. Op dezelfde manier hebben de partijen die meer advertenties hebben gepubliceerd ook meer invloed op het totaal voor de kranten.

(37) I.BUDGE en D.J.FARLIE, *o.c.*, p.140-145, p.150.

scheiden. In dat debat werden de boegbeelden van de vijf grootste partijen volgens een zeer strict scenario met elkaar geconfronteerd.

De verkiezingsdebatten op VTM werden door beduidend meer kiezers gevolgd dan die op de BRTN. Vermoedelijk was de aandacht die in de geschreven pers aan de tele-voting werd besteed daar niet vreemd aan. Elke verkiezingsuitzending van Telefacts bestond uit één of twee debatten tussen vier politici van verschillende partijen over telkens één specifiek issue (zie tabel II). In de laatste uitzending werd een piek van meer dan een half miljoen kijkers bereikt.

TABEL II

Overzicht van de verkiezingsdebatten op TV

zender	datum	onderwerp/partij	deelnemers	aantal kijkers*
VTM (telefacts)	05/11	de Vlaams-Waalse geschillen	Dehaene (CVP), Tobback (SP), Verhofstadt (PVV), Van Grembergen (VU)	410.000
	12/11	a. drugs	Demeester (CVP), Tobback (SP), De Croo (PVV), Boutmans (AGALEV)	376.000
		b. geld	Van Rompuy (CVP), Claes (SP), Daems (PVV), Schiltz (VU)	
	19/11	a. migranten	Smet (CVP), Tobback (SP), Beysen (PVV), Dewinter (VL-BLOK)	521.000
		b. milieu	Kelchtermans (CVP), Vandembroucke (SP), Sauwens (VU), Gheysels (AGALEV)	
BRTN-TV2	12/11	Vlaams Blok	Annemans, Dewinter, Dillen	182.000
	13/11	AGALEV	Aelvoet, Geysels	110.000
	14/11	VU	Gabriels, Maes, Schiltz	138.000
	15/11	PVV	Daems, De Croo, Dewael	104.000
	18/11	SP	Claes, Tobback, Vandembroucke	184.000
	19/11	CVP	Dehaene, Martens, Van Rompuy	131.000
	22/11	CVP, SP, PVV, VU, AGALEV	Martens, Tobback, Dewael, Gabriels, Vogels	320.000

* Bron: BRTN-studiedienst, kijk- en luisteronderzoek; redactie Telefacts.

De verkiezingsdebatten op TV hebben we geanalyseerd volgens de in de inleiding toegepaste methode. Het resultaat vatten we samen in de tabellen III en IV ³⁸.

(38) De algemene inleiding van de debatten en de afronding ervan laten we telkens buiten beschouwing. De categorie 'algemeen' bevat nu de passages waarin er over het politieke gebeuren in het algemeen werd gedebatteerd, zonder verwijzingen naar specifieke issues.

We overlopen eerst de reeks BRTN-debatten waarbij er telkens een partij werd ondervraagd door drie journalisten.

TABEL III

De agenda van de verkiezingsdebatten op TV2, uitgedrukt in procenten

	CVP	SP	PVV	VU	AGALEV	VL.BLOK	Totaal partijen	laatste ronde	Totaal TV2
sociaal-economisch	19.5	29.5	31.7	19.5	23.6	1.5	22.7	37.8	26.6
milieu	14.9	7.3	0.2	0	2	0	4.5	11.7	6.3
verkeer	4.2	1.2	0	0	4.1	0	1.7	1.3	1.6
internationaal	0	0	0	8.9	18.3	0	4.9	1.5	4.1
migranten	19.6	11.2	18.3	15.7	16.2	33.1	17.7	10.1	15.8
communautair	32.6	24.8	24.5	33.1	18	60.3	29.6	29.1	29.5
politiek systeem	5.9	25.9	25.3	16.5	4.9	0	14.3	6.5	12.3
criminaliteit	0.2	0	0	1.3	0	0	0.3	0.1	0.2
andere	0.8	0	0	0.5	1.2	0	0.5	0.4	0.5
algemeen	2.4	0	0	4.5	11.5	5.1	3.8	1.5	3.2
Totaal	100.1	99.9	100	100	99.8	100	100	100	100
N (seconden)	2950	2942	2939	2946	2932	1442	16151	5601	21752

Uit tabel III kunnen we om te beginnen afleiden dat de agenda van de debatten nogal verschilt van partij tot partij, zij het dat er constant flink wat aandacht wordt besteed aan de migrantenproblematiek, het communautaire issue en de sociaal-economische issues. Enkel in het debat met het Vlaams Blok wordt dat laatste thema niet of nauwelijks aangesneden. Die partij werd praktisch uitsluitend over het migranten- en het communautaire issue aan de tand gevoeld. Op een vraag over het sociaal-economische programma van de partij werd door de politici niet echt ingegaan. Het Vlaams Blok kon als het ware helemaal op eigen terrein spelen.

De AGALEV-politici daarentegen gingen een vrij technische discussie aan met de journalisten over de budgettaire implicaties van hun beleidsvoorstellen. De milieuproblematiek als dusdanig kwam daardoor nauwelijks uit de verf. Wel werd er uitvoerig gepraat over de mogelijkheden die de groenen zagen om verder te saneren. Daarnaast spitste het debat zich vooral toe op de migrantenproblematiek, het communautaire thema en het internationale beleid. Wat dat laatste betreft lag de klemtoon niet zozeer op de wapenhandel maar wel op het defensiebeleid en de ontwikkelingssamenwerking.

Bij de VU was de overeenstemming tussen de eigen agenda en de agenda van het debat dan weer groter. Het hoofddaccent lag duidelijk op het communautaire issue. De andere prioriteit van de partij, de wapenhandel, kwam duidelijk meer voor dan bij de andere partijen, maar stond niet echt centraal. Meer aandacht ging naar het sociaal-economische issue (met name dan de budgettaire problematiek), de migranten en vooral ook de werking van het politieke systeem, meer bepaald de politieke benoemingen.

Daar vallen in hoofdzaak de speculaties over de mogelijke regeringscoalities onder en de discussie over de mate waarin de partijen regeringsverantwoordelijkheid wensen op te nemen.

De PVV-politici werden vooral over de sociaal-economische thema's uitgehoord, met bijzondere aandacht voor de begroting. Daarnaast kwamen vooral het migranten-issue, het communautaire issue en in iets mindere mate de thematiek van het Burgermanifest aan bod. Het gesprek met de SP-politici vertoonde een sterk gelijklopend profiel, zij het dat het milieuthema beduidend meer en het migranten-probleem wat minder aandacht kreeg. De discussie over het politieke systeem had vooral betrekking op de werking van de openbare diensten. Zowel bij de SP als bij de PVV was er geen fundamentele discrepantie tussen de eigen agenda en die van het debat.

Bij de CVP was er wel een tegenstelling. In dat debat had het communautaire issue een duidelijk overwicht op het sociaal-economische. Nochtans was het dat laatste issue dat, alles welbeschouwd, vooraan stond op het prioriteitenlijstje van de partij. Op ongeveer gelijke hoogte als het sociaal-economische stond het migrantenthema, een issue dat in de CVP-campagne onmiskenbaar op de achtergrond bleef.

In de laatste ronde dienden de politici om beurten een vraag voor te leggen aan elk van hun tegenspelers. Hier bepaalden de partijen dus zelf de agenda. De meeste kandidaten schoven de issues naar voor die ook in hun campagne centraal stonden. Wilfried Martens trachtte vooral te scoren met vragen over de sociaal-economische problematiek en de belastingsdruk. Louis Tobback stuwde het debat in de richting van de sociale zekerheids- en tewerkstellingsproblematiek, wat niet wegnam dat hij een uitgesproken communautaire vraag stelde aan Wilfried Martens. Het communautaire en het milieuthema werden respectievelijk door Jaak Gabriels en Mieke Vogels op tafel gegooid. Patrick Dewael, tenslotte, pakte uit met 'de echte problemen', te weten de migranten, de vluchtelingen, het budgettaire probleem en de pensioenen.

TABEL IV

De agenda van de verkiezingsdebatten op VTM en de totale agenda van de verkiezingsdebatten op TV, uitgedrukt in procenten

	Tele- facts 5/11	Tele- facts 12/11 a.	Tele- facts 12/11 b.	Tele- facts 19/11 a.	Tele- facts 19/11 b.	Totaal VTM	Totaal VTM & TV2	Totaal VTM & TV2 (gewo- gen)
sociaal-economisch	5.9	0	94.1	1.8	0	20.2	24.8	23.6
milieu	0	0	0	0	63.5	13	8.1	11.4
verkeer	0	0	0	0	20.2	4.1	2.3	3.1
internationaal	5	6	0	0	0	2.2	3.6	2.6
migranten	0	0	0	94.4	0	17.6	16.3	17.4
communautair	85.5	0	4.6	0	0	20.8	27.1	25
politiek systeem	3.6	0	1.3	0	16.3	4.4	10.2	8.1
criminaliteit	0	88.8	0	3.8	0	16.6	4.7	7
andere	0	5.2	0	0	0	0.9	0.6	0.5
algemeen	0	0	0	0	0	0	2.3	1.4
Totaal	100	100	100	100	100	99.8	100	100.1
N (seconden)	1885	1449	1593	1509	2932	8091	29843	

Als we de zeven BRTN-debatten samennemen, dan blijkt dat het communautaire issue daarin het meest aan bod is gekomen. Iets minder dan een derde van de zendtijd werd erdoor in beslag genomen. Het werd op de voet gevolgd door de sociaal-economische problematiek. Daarover werd zowat een vierde van de tijd gepraat. Voor het overige werd er vooral over het migrantenprobleem en, in mindere mate, over de werking van het politieke systeem gediscussieerd. Opvallend is verder dat het thema van het milieu en vooral ook dat van de internationale betrekkingen grotendeels onderbelicht bleven. Het is ook interessant om de agenda van de zes partij-debatten te vergelijken met de agenda die de politici zelf samenstelden in de laatste ronde. Het verschil zit hem vooral in de beklemtoning van de sociaal-economische thema's. Door de politici worden die problemen veel sterker op de voorgrond gebracht. Iets meer aandacht gaat in de laatste ronde ook naar het milieu-probleem. Dat gaat echter niet ten nadele van het communautaire, maar wel van de migrantenproblematiek en de issues die met de werking van het politieke systeem verband houden.

De analyse van de VTM-debatten is nogal voorspelbaar omdat elk debat, zoals gezegd, een welbepaald thema had. De selectie van de issues waarover er in de VTM-uitzendingen werd gepraat gebeurde op basis van een enquête bij 1000 Vlamingen. Daarbij werd de vraag gesteld welke de problemen zijn die de politici dringend moeten aanpakken. Over de vijf issues die daarbij het hoogst scoorden werd er gedebatteerd ³⁹ (Cfr. tabel II). Een korte reportage over het te bespreken issue ging aan elk debat vooraf. In de discussie die volgde werd er weinig of niet van het onderwerp in kwestie afgeweken. In het debat over de communautaire geschillen werd er wel af en toe eens naar het issue van de wapenhandel als dusdanig verwezen en naar de sociaal-economische problemen. Verder vormde het milieu-thema voor sommige politici een aanleiding om ook de slechte werking van de openbare diensten ter sprake te brengen.

Tot slot kunnen we ons nu een algemeen beeld vormen van wat er in de televisiedebatten op de agenda stond. Daarvoor baseren we ons op de gegevens in tabel IV, waar nodig aangevuld met de percentages van de deelcategorieën. Twee issues steken onmiskenbaar boven de andere uit: het sociaal-economische en het communautaire. Met ongeveer 27% van de zendtijd scoort dat laatste issue het hoogst. De sociaal-economische problemen vormden gedurende zowat één vierde van de tijd het gespreksonderwerp. In die discussies stond de begrotingsproblematiek centraal. Ongeveer 9.8% van de tussenkomensten had expliciet op de budgettaire situatie betrekking. In nauwe samenhang daarmee werden ook de belastingproblematiek (5.2%) en de sociale zekerheid (3.9%) frequent ter sprake gebracht ⁴⁰. Werkloosheid, monetaire problemen en armoede bleven daarentegen

(39) Het resultaat van enquête, zoals het in de uitzending werd meegedeeld, was: staats-hervorming: 4.9%, pensioensverzekering: 5.5%, werkloosheid: 5.5%, verkeersproblemen: 6.2%, criminaliteit: 6.9%, Vlaams-Waalse geschillen: 7%, drugsproblemen: 8.5%, belastingen en overheidsschuld: 9.5%, migranten: 10.8% en milieu-problemen: 16.2%. Op ons verzoek om de data van deze enquête beschikbaar te stellen voor secundaire analyse of om technische details mee te delen over de preciese vraagstelling is de redactie van Telefacts niet ingegaan.

(40) De percentages voor de deelcategorieën geven we hier onder enig voorbehoud. Precies omdat de verschillende deelaspecten van de sociaal-economische problematiek zo nauw met elkaar verweven zijn is het vaak niet mogelijk om een passage aan één bepaalde categorie toe te wijzen. Dit hebben we, zoals gezegd in de inleiding, opgelost door de duur van een dergelijke passage te verdelen over verschillende categorieën. Op die manier werden er nogal wat passages verdeeld over 'begroting' en 'sociale zekerheid' of over 'begro- /..

duidelijk op de achtergrond.

De twee dominante thema's worden op enige afstand gevolgd door het migrantenprobleem, dat de politici gedurende ongeveer 16% van de tijd bezighield. Daarbij ging de meeste aandacht duidelijk naar de migranten die sinds geruime tijd in ons land verblijven of gewoonweg naar de 'vreemdelingen' in het algemeen. Slechts af en toe werden de politieke of economische vluchtelingen uitdrukkelijk ter sprake gebracht⁴¹. De rest van de tijd werd grotendeels aan de milieu- en verkeersproblematiek en de problemen in verband met de werking van het politieke systeem gewijd. Beide issues namen elk zowat 10% in beslag. Wat dat tweede issue betreft had de thematiek van het 'gesjoemel' het overwicht. Gedurende ongeveer 6.8% van de tijd werd er gepraat over de verzuiling, de geloofwaardigheid van de politici, de politieke benoemingen, de 'nieuwe politieke cultuur, enz... Het andere luik, de werking van de openbare diensten, kwam beduidend minder aan bod (3.4%). In de categorie 'andere', tenslotte weegt vooral de drugproblematiek zwaar door.

Opmerkelijk is verder dat het buitenlandse beleid erg laag stond op de agenda. Het issue van de wapenhandel, bijvoorbeeld, was zonder meer van marginaal belang. Er werd wel uitvoerig gepraat over het Vlaams-Waalse conflict dat daarrond is ontstaan en over de federalisering van de buitenlandse handel, maar op de vraag welk beleid er dienaangaande dient gevoerd en in welke gevallen er licenties mogen worden verleend werd er niet of nauwelijks ingegaan. Dat issue vormde gedurende 1.4% van de tijd het gespreksonderwerp. Het debat met de VU op TV2 neemt daarvan het grootste deel voor zijn rekening. Ongeveer één tiende van dat debat was aan het issue van de wapenhandel gewijd. Dit is overigens niet het enige opmerkelijke hiaat. Over de ethische problematiek is er in de debatten letterlijk met geen woord gerept. Dit is niet zo evident als we er rekening mee houden dat uitgerekend het abortus-issue tijdens de eerste helft van de legislatuur vooraan stond in de actualiteit.

Tot nu toe hebben we zicht trachten te krijgen op de agenda van de verkiezingsdebatten door de cijfers van de verschillende uitzendingen gewoon met elkaar op te tellen. Die debatten interesseren ons echter maar in de mate dat ze de toon gezet hebben van de hele verkiezingscampagne, in de mate dat ze bepaald hebben wat de kiezers, of toch tenminste een deel ervan, als de inzet van de verkiezingen hebben beschouwd. In dat opzicht geven de hierboven besproken percentages misschien een ietwat vertekend beeld omdat we er impliciet van uitgaan dat elke uitzending een even grote impact had. Dit was, zoals hierboven aangegeven, niet het geval. De verkiezingsuitzendingen op VTM hadden een beduidend groter aantal kijkers dan die op de BRTN. We kunnen dit grotere bereik inrekenen door de gegevens eerst te wegen volgens het kijkcijfer van de uitzending en dan pas op te tellen. Op die manier dragen de druk bekeken debatten in verhouding meer bij tot het totaalbeeld. Toch blijkt uit tabel IV dat het verschil tussen de gewogen en de ongewogen percentages relatief klein is. Statistisch gezien is het niet significant⁴² en bovendien blijft de volgorde van de issues behouden.

./.. ting' en 'belastingen'. De percentages die we hier vermelden moeten dan ook eerder als een benaderende orde van grootte worden geïnterpreteerd.

(41) Dat was het geval gedurende zowat 2.6% van de tijd.

(42) $X^2 = 1,827$, $df = 8$, $sign. = 0.986$.

Actueel

Naast de TV-uitzendingen hebben we ook de verkiezingsdebatten op de BRTN-radio onderzocht. Gedurende de twee weken die aan de verkiezingen voorafgingen werd er in de middaguitzending van het duidingsprogramma Actueel telkens één politicus geïnterviewd door twee journalisten. Tijdens de eerste week werden de debatten gemiddeld door 321.000 luisteraars gevolgd (tabel V). In vergelijking met de partijdebatten op TV2 was de weerklink van de radiodebatten dus relatief groot.

TABEL V

Overzicht van de verkiezingsdebatten in het radiomagazine Actueel

datum	deelnemer	aantal luisteraars*
11/11	Van Rompuy (CVP)	315.000
12/11	Vandenbroucke (SP)	360.000
13/11	De Croo (PVV)	280.000
14/11	Schiltz (VU)	330.000
15/11	Aelvoet (AGALEV)	320.000
18/11	Dillen (VLBLOK)	**
19/11	Gabriëls (VU)	**
20/11	Dewael (PVV)	**
21/11	Tobback (SP)	**
22/11	Martens (CVP)	**

* Bron: BRTN-studiedienst, kijk- en luisteronderzoek

** geen luistercijfer beschikbaar

De teksten van die uitzendingen hebben we geanalyseerd aan de hand van het computerprogramma KWALITAN. Dit laat toe om de tekst onder te verdelen in passages waar één of meerdere trefwoorden aan kunnen worden toegekend en waarvan het aantal woorden kan worden geteld. Eerst hebben we volgens de inmiddels vertrouwde werkwijze de verschillende passages zoveel mogelijk aan één specifieke issue-categorie toegewezen. Dit is echter, zoals gezegd, onvermijdelijk een vrij ruwe categorisering, omdat de uitspraken van de politici meestal direct of indirect op uiteenlopende issues betrekking hebben, zelfs al ligt het hoofddoel meestal op één enkel probleem. De agenda van de debatten kan accurater in kaart worden gebracht door zulke uitspraken bij verschillende issue-categorieën in te delen. KWALITAN laat toe om dit op een flexibele wijze te doen. Bovendien kunnen we ons op die manier ook een beeld vormen van de onderliggende samenhang tussen de verschillende issues.

Tabel VI bevat het resultaat van de benaderende analyse. We kunnen eruit afleiden dat de sociaal-economische en de communautaire thema's het meest ter sprake zijn gekomen in de uitzendingen en respectievelijk ongeveer 21% en 19,2% van de discussie in beslag namen. Het communautaire issue kwam dus duidelijk minder aan bod dan in de TV-debatten. Opvallend veel aandacht ging ook naar de werking van het politieke systeem. Dit thema stond zelfs centraler dan de migranten- en de milieuproblematiek.

TABEL VI

De agenda van de verkiezingsdebatten op Actueel, uitgedrukt in procenten (enkelvoudige classificatie)

	CVP	SP	PVV	VU	AGALEV	VL.BLOK	Totaal
sociaal-economisch milieu	18.4	24.1	22.5	24.9	24.4	3.4	21
verkeer	8.2	7	0.8	0	26.2	0	5.7
internationaal migranten	0	2.3	10.5	9.5	2.5	0	4.8
communautair politiek systeem	3.7	9.5	0	14.2	2.5	0	5.9
criminaliteit	14	0	8.1	11.5	18.4	31.4	11.6
andere algemeen	22.6	13.3	12.1	24.2	20	26.7	19.2
Totaal	18.9	30.1	20.6	15.3	0	1.8	17.2
N (woorden)	0.9	9.9	0.5	0	4.7	3.5	2.9
	3.3	0	16.6	0.5	1.2	0.4	4.3
	10	3.8	8.3	0	0	32.8	7.3
	100	100	100	100.1	99.9	100	99.9
	5305	4581	5044	5445	2425	2164	24964

TABEL VII

De agenda van de verkiezingsdebatten op Actueel, uitgedrukt in procenten (meervoudige classificatie)

	CVP	SP	PVV	VU	AGALEV	VL.BLOK	Totaal
sociaal-economisch milieu	32.3	43.2	31.6	44.2	62.9	7.3	37
verkeer	9.5	11.3	3.6	0	47.8	0	9.4
internationaal migranten	0	3.1	14.2	11.3	5	0	6.1
communautair politiek systeem	13.6	9.5	4.8	27.9	9.1	0	12.5
criminaliteit	19.2	0	12.3	13.8	26.1	41.5	15.5
andere algemeen	28.9	22.4	17.2	34.8	24	34.1	26.3
Totaal	24.1	38.2	32	27.2	0	2.7	24.2
N (woorden)	1.7	13.7	2.3	0.6	11.4	7.7	5.2
	11.2	7.7	11.2	0	0	38.2	9.4
	5305	4581	5044	5445	2425	2164	24964

Het is echter interessanter om wat langer stil te blijven staan bij de gegevens in tabel VII. De percentages daarin betreffen het totale aantal woorden dat aan een bepaald issue is besteed en kunnen niet worden opgeteld tot 100 aangezien heel wat passages aan verschillende issue-categorieën werden toegewezen. De volgorde van de issues op de agenda blijft hierdoor grotendeels ongewijzigd. De sociaal-economische problematiek blijft op kop en weegt nu zelfs zwaarder door. 37% van de woorden hadden direct of indirect op die thematiek betrekking. Vooral de begroting (13.9%), de tewerkstelling (7.1%) en de sociale zekerheid (11.3%) stonden daarbij op het voorplan. Gedurende ongeveer een vierde van de gesprekken werd er naar het communautaire issue verwezen. Daarmee staat het op ongeveer gelijke hoogte als de werking van het politieke systeem. Wat dat laatste thema betreft gaat de meeste aandacht duidelijk naar het zogenaamde 'gesjoemel' (16.4%). De werking van de openbare diensten komt iets minder aan bod (10.4%).

Op de vierde plaats staat de migrantenproblematiek, met duidelijk het hoofdcacent op de migranten of de vreemdelingen in het algemeen (15.5%), en niet op de vluchtelingen in het bijzonder (3.1%). Opvallend is verder dat deze analyse leidt tot een wat hogere score voor de internationale issues (12.5%), die daarmee het milieuthema (9.4%) overtreffen. Dit is ondermeer te wijten aan de vele terloopse verwijzingen naar de Europese eenwording in de discussie over de begroting en de concurrentiekracht van de ondernemingen. Naast de Europese integratie (4.5%) wordt er ook af en toe naar de wapenhandel-problematiek verwezen (5.7%).

Tabel VI en tabel VII illustreren ook hoe de agenda telkens wordt aangepast aan de partij die aan bod komt, al zijn er wel een aantal constanten. De sociaal-economische problemen staan telkens op kop, behalve bij het Vlaams Blok. In de debatten met de vier grote partijen wordt er stevast flink wat tijd besteed aan de communautaire problemen en de werking van het politieke systeem. Maar afgezien daarvan wordt de agenda ook voor een stuk op maat gesneden van de partijen. Dit valt het sterkst op bij de SP en het Vlaams Blok. Vragen over de migranten bleven de SP-politici bespaard. In de plaats daarvan werd het probleem van de werking van de openbare diensten en de veiligheid heel nadrukkelijk naar voren geschoven, twee issues die voor de partij inderdaad prioritair waren. Het gesprek met Karel Dillen van het Vlaams Blok was zo goed als uitsluitend opgebouwd rond de twee belangrijkste aandachtspunten van die partij: migranten en de communautaire problemen. Aan de VU-agenda werd enigszins tegemoetgekomen door de wapenhandel-problematiek en de communautaire spanningen sterk te benadrukken. Hetzelfde geldt voor de kritiek op het politieke bedrijf in de debatten met de PVV. Het gesprek met AGALEV spitste zich weliswaar toe op de milieu-problematiek, maar de nadruk lag daarbij vooral op de sociaal-economische implicaties van het groene programma, zoals blijkt uit tabel VII. Ook aan de migranten werd er bij Agalev meer aandacht besteed dan gemiddeld. De agenda van de CVP-debatten wijkt het minst af van het algemene gemiddelde.

TABEL VIII

De samenhang tussen de issues in de verkiezingsdebatten op Actueel, in procenten (uitleg in de tekst)

verdere verwijzingen	basisclassificatie								
	soc.-econ.	milieu	verkeer	internationaal	migranten	communautair	politiek systeem	criminaliteit	andere
sociaal-economisch		57.1	28.7	32.1	17.4	29.8	30	23	14.4
milieu	14.5		4	6	1.1	3	7.6	12.7	0
verkeer	4.7	2.6		0	0	5.7	0.5	3	0
internationaal	10.8	8	0		0	19	4.2	4.8	0
migranten	7.3	1.8	0	0		5.7	1.5	44.5	32.5
communautair	21.2	8.3	24.3	40.1	9.6		9.9	13	4.9
politiek systeem	19.7	19.7	2	8.2	2.3	9.1		20.4	17.4
criminaliteit	3.2	7	2.6	2	14.9	2.6	4.4		16.6
andere	2.5	0	0	0	13.4	1.2	4.6	20.4	
N (woorden)	9230	2344	1528	3113	3868	6563	6041	1298	1596

De meerwaarde van een analyse met KWALITAN zit hem vooral hierin dat we gemakkelijk kunnen nagaan hoe de verschillende issues met elkaar gecombineerd werden. Zo wezen we al op het verband tussen het issue van de Europese eenmaking en het begrotingsprobleem. Tabel VIII geeft een algemeen beeld van de samenhang tussen de verschillende issue-categorieën. De percentages duiden telkens aan in welke mate een bepaald issue wordt gecombineerd met een ander. We kunnen er bijvoorbeeld uit aflezen dat er in 14.5% van de passages die op de sociaal-economische problematiek betrekking hadden ook naar de milieuproblematiek werd gerefereerd⁴³. Het percentage rechts daarboven, 57.1%, heeft op diezelfde deelverzameling betrekking, maar nu gerelateerd aan het milieu-totaal.

Uit het voorbeeld blijkt dus dat de *milieuproblematiek* hoofdzakelijk vanuit een sociaal-economische invalshoek werd benaderd. Daarnaast werd er in dit verband ook herhaaldelijk gerefereerd naar de gebrekkige werking van de openbare diensten (17.8%), met name dan de milieu-inspectie. De internationale issues hangen enerzijds samen met de sociaal-economische problematiek en anderzijds met de communautaire. In het eerste geval betreft het vooral de thematiek van de *Europese eenwording*. Vooral het begrotingsissue (41.6%)⁴⁴ en het issue van de concurrentiekracht (24.6%) hangen hiermee samen. In het tweede geval gaat het hoofdzakelijk om de combinatie van de *wapenhandel* en het communautaire probleem (53.7%). Het *migrantenissue* wordt het meest met de criminaliteit en de sociaal-economische problematiek in verband gebracht. Vooral de combinatie tussen migranten en armoede (8%) komt relatief veel voor. Ook naar de onderwijsproblematiek wordt vaak verwezen (12.7%). Het *communautaire issue* sluit het dichtst aan bij het sociaal-economische thema. Dat is vooral te wijten aan de discussie over de splitsing van de sociale zekerheid. Van alle communautair getinte passages had 20.8% daarop betrekking⁴⁵. Tenslotte valt het op dat de kritiek op de werking van het politieke systeem vooral aan de sociaal-economische thema's vasthangt. Dat heeft, voor wat het 'gesjoemel' betreft, ondermeer te maken met de kritiek op de verzuiling van het sociale zekerheidssysteem (12.6%). Daarnaast werd er vooral in het interview met Louis Tobback lang stilgestaan bij de tewerkstelling in de *openbare diensten* (19.4%).

Besluit

De communautaire en de sociaal-economische problematiek stonden duidelijk het hoogst op de agenda van de TV-debatten. Daarna volgden het migrantenissue, de werking van het politieke systeem en de milieuproblematiek. Dat was ook grosso modo het prioriteitenlijstje van de radio-debatten, behalve dat de werking van het politieke systeem daar wat hoger scoorde. Zowel op radio als op TV bleven het wapenhandel-issue, het abortus-issue en zelfs het issue van de criminaliteit en de onveiligheid duidelijk in de schaduw van de dominante thema's.

(43) Strict genomen verwijst het procent telkens naar het aantal woorden die zowel op het ene als op het andere issue betrekking hadden.

(44) De percentages tussen haakjes verwijzen telkens naar de deelcategorieën, die niet in de tabel werden opgenomen. Het issue dat cursief is gedrukt vormt de basis op grond waarvan het procent is berekend. In dit geval luidt de interpretatie als volgt: 41.6% van de passages waarin naar de Europese eenwording wordt gerefereerd hebben ook betrekking op het begrotingstekort.

(45) De discussie over de splitsing van de sociale zekerheid nam in totaal 5.5% van de zendtijd in beslag.

In vergelijking met de agenda van de partijen (tabel I) krijgen vooral de communautaire problematiek en de migrantenproblematiek relatief aandacht in de debatten. Ietwat paradoxaal is verder dat de werking van het politieke systeem beduidend meer op de korrel wordt genomen in de communicatie van de politieke partijen zelf dan in de debatten. De zelfkritiek van de politieke klasse moet met andere woorden niet onderdoen voor de kritiek vanwege de journalisten, wel integendeel.

Volgens Patterson zijn journalisten meer geneigd om het politieke debat toe te spitsen op 'position issues'. Op die manier komen de tegenstellingen tussen de kandidaten beter tot uiting en is de discussie scherper, boeiender en spectaculairder. De politici van hun kant zouden eerder geneigd zijn om over 'valence issues' te praten. Zo hoeven ze zich niet vast te pinnen op controversiële stellingnames en kunnen ze een ernstige en dus riskante dialoog met hun tegenspelers uit de weg gaan⁴⁶. Die dynamiek kan het verschil tussen de agenda van de partijen en die van de debatten gedeeltelijk verklaren. De werking van het politieke systeem is bij uitstek een 'valence issue' in die zin dat iedereen het erover eens is dat de kloof tussen burger en politiek dient gedicht en dat het politieke spel op een 'propere' manier dient gespeeld. Het migrantenprobleem daarentegen is eerder een 'position issue' dat een aantal duidelijke keuzes inhoudt: voor of tegen het stemrecht van migranten, voor of tegen een gedwongen uitwijzing. Ook inzake het communautaire dossier worden de politici meer gedwongen om kleur te bekennen en over concrete standpunten de degens te kruisen: voor of tegen de splitsing van de sociale zekerheid, voor of tegen het behoud van een sterk nationaal gezag. Die verklaring wordt echter voor een stuk tegengesproken door het verschil dat we hebben geconstateerd tussen de agenda van de partij-debatten op TV2 en de laatste ronde, waarvan de agenda door de politici zelf werd samengesteld. In de laatste ronde kreeg de kritiek op het politieke systeem minder aandacht dan in de partij-debatten en het communautaire issue ongeveer evenveel. Het feit dat het migrantenprobleem werd onderbektmoond in de laatste ronde is wel in overeenstemming met de zienswijze van Patterson.

De betrokken BRTN-journalisten zelf voeren aan dat ze zich bij het opstellen van hun vragen op drie criteria hebben gebaseerd: de politieke actualiteit, de bekommernissen die leefden bij de kiezer en de respectieve partijprogramma's⁴⁷.

Wat dat laatste betreft hebben we inderdaad vastgesteld dat de agenda vaak min of meer op maat gesneden werd van de geïnterviewde partijen. Maar dat was niet bij elke partij in gelijke mate het geval. Het Vlaams Blok kreeg nagenoeg uitsluitend vragen over de eigen topprioriteiten voorgeschoteld. Ook bij de PVV, de SP en de VU was er een zekere congruentie tussen de eigen agenda en de agenda van de debatten. Bij de CVP en bij AGALEV was dat echter in veel mindere mate het geval. Vooral AGALEV bleef met het milieuthema wat in de kou staan. De milieuen verkeersproblematiek is wel aan bod gekomen in de debatten maar bleef toch duidelijk ondergeschikt aan een reeks andere thema's. Bovendien werd de milieuproblematiek meestal vanuit een uitgesproken sociaal-economische invalshoek benaderd.

(46) T.E.PATTERSON, *The Mass Media Election*. New York, Praeger, 1980, p.31-38. Patterson hanteert wel een andere terminologie. Hij heeft het over de tegenstelling tussen 'diffuse issues' en 'clear-cut issues'.

(47) Interview Jos Bouveroux (19-3-92), interview Tony Vandenbosch (19-3-92).

Daarnaast is het opvallend dat het migrantenissue in de debatten stelselmatig op het voorplan werd gebracht, een probleem dat nochtans relatief laag stond op de agenda van de meeste partijen, uitgezonderd het Vlaams Blok. Volgens de journalisten kon dit thema niet uit de weg worden gegaan omdat het duidelijk leefde bij de kiezers. In een volgende paragraaf gaan we na of dit inderdaad het geval was.

III. De agenda van de kiezers

Welke problemen speelden er in de periode vlak voor de verkiezingen door het hoofd van de kiezer? Door de verschillende issues te rangschikken volgens de mate waarin de kiezers die belangrijk vonden kun je, op een geaggregeerd niveau, de agenda van de kiezer reconstrueren. Probleem is echter dat het methodologisch geen uitgemaakte zaak is hoe die 'belangrijkheid' precies dient gemeten. Wij hebben de belangrijkheid van een issue gedefinieerd in termen van toegankelijkheid of beschikbaarheid van cognitieve schema's. Die beschikbaarheid wordt in de cognitieve psychologie meestal geoperationaliseerd door te meten hoe lang het duurt vooraleer de respondent op een vraag reageert. De reactietijd wordt dan geïnterpreteerd als een maat voor de toegankelijkheid van het betrokken schema⁴⁸.

Om praktische redenen wordt die werkwijze zelden of nooit toegepast in het verkiezingsonderzoek. Daar is het gebruikelijk om de respondent op de man af te vragen welke problemen hij het meest belangrijk vindt⁴⁹. Die vraagstelling sluit goed aan bij de cognitief psychologische invalshoek omdat de kans dat de respondent een bepaald probleem spontaan vermeldt waarschijnlijk hoger wordt naarmate het betrokken schema gemakkelijker toegankelijk is.

Een fundamenteel andere aanpak bestaat erin dat je vraagt hoe belangrijk een bepaald probleem is voor het nemen van een specifieke beslissing, in ons geval de partijkeuze. Schuman en Presser gaan op die manier te werk om, wat zij noemen, de 'centraliteit' van een standpunt te meten, een begrip dat zij vrij summier definiëren als 'subjective importance'⁵⁰. Hun vraagstelling is in elk geval moeilijker te verzoenen met de schema-theoretische benadering. Op die manier meet je duidelijk veel meer dan de mate waarin en de snelheid waarmee de respondent toegang heeft tot cognitieve schema's. Je meet ook hoe de respondent zijn eigen gedrag interpreteert of ook nog welke interpretatie daarvan hij het meest sociaal wenselijk acht. Uit experimenteel psychologisch onderzoek blijkt overigens dat een individu over het algemeen zeer slecht in staat is om zelf de belangrijkheid in te schatten van de criteria waarop hij een beslissing baseert⁵¹. Een bijkomende moeilijkheid is dat je door de vraagstelling zelf een bepaald issue-schema activeert. Het is mogelijk dat de respondent, nu hij eraan herinnerd wordt, dit issue als be-

(48) R.LAU, *o.c.*, p.98; S.T.FISKE en S.E.TAYLOR, *o.c.*, p.298-301.

(49) Soms wordt de vraag gesloten en kan de respondent één of meerdere issues kiezen uit een lijst. Voor een opsomming van de voor- en nadelen van beide methoden, zie: R.A. HEMKER, Openbare meningen over de belangrijkheid van politieke problemen, in: C. VAN DER BIJK (ed.), *Longitudinaal enquête-onderzoek: mogelijkheden en problemen*. Mededelingen van de Subfaculteit der Algemene Politieke en Sociale Wetenschappen van de Universiteit Van Amsterdam 6/7. Amsterdam, 1980, p.209-219.

(50) H.SCHUMAN en S.PRESSER, *o.c.*, p.234-239.

(51) G.RABINOWITZ, J.PROTHO en W.JACOBY, Salience as a Factor in the Impact of Issues on candidate Evaluation, *Journal of Politics*, 44 (1982), p.43-44; S.T.FISKE en S.E. TAYLOR, *o.c.*, p.275-278.

langrijk ervaart, terwijl het op het moment van de keuze misschien het verste van zijn gedachten zou geweest zijn ⁵².

Wij gaan hoofdzakelijk voort op de open vraag naar "de belangrijkste problemen in ons land". De vraagstelling werd letterlijk uit het Nederlandse Kiesonderzoek overgenomen ⁵³. Er werden per respondent niet meer dan vijf antwoorden gecodeerd. Bij het coderen werd hetzelfde classificatieschema gebruikt als bij de analyse van de verkiezingsdebatten en van de partijpropaganda. De interviews werden afgenomen gedurende de twee weken die aan de verkiezingen voorafgingen. In totaal werden er 365 respondenten uit het Vlaamse Gewest onderzocht ⁵⁴. Een soortgelijke vraag naar de belangrijkheid kwam ook voor in een enquête die begin 1991 werd afgenomen bij 239 respondenten ⁵⁵. Door het antwoord op beide vragen te vergelijken kunnen we er ons een benaderend idee van vormen hoe de agenda van de kiezer in de loop van 1991 is geëvolueerd. Daarnaast gebruiken we het antwoord op de vraag van Schuman en Presser naar de centraliteit van een aantal standpunten als aanvullende informatie. Die vraag werd enkel in de enquête van november gesteld.

(52) Voor een ietwat afwijkende visie op dit probleem, zie: E.W.KANE en H.SCHUMAN, Open Survey Questions as Measures of personal Concern with Issues, *Sociological Methodology*, 1991, vol.20, p.81-96. Volgens de auteurs zou het antwoord op de open vraag naar de 'belangrijkste problemen' enkel weerspiegelen hoeveel aandacht bepaalde issues in de media krijgen, en in welke mate de respondent daar weet van heeft, zonder dat dit voor het overige veel consequenties heeft voor zijn gedrag. Wel relevant is volgens hun de "depth and intensity of opinion", maar over de vraag hoe die variabele dient opgevat en gemeten geven ze geen uitsluitsel.

(53) J.W.VAN DETH en R.HORSTMAN, *Dutch Parliamentary Election Studies Data Source Book 1971-1986*. Amsterdam, SWIDOC, 1989, p. 121-133. Daarnaast vragen wij aan de respondenten die meerdere problemen opnoemen om het belangrijkste probleem aan te duiden.

(54) De enquêtes werden afgenomen door 61 studenten van de Faculteit Sociale Wetenschappen (richting Politieke Wetenschappen) van de K.U.Leuven. De steekproeftrekking gebeurde op een aselechte wijze, met dien verstande dat de studenten inwoners van hun eigen gemeente hebben geïnterviewd, waardoor de provincies Oost-en West-Vlaanderen wat onder- en Brabant wat oververtegenwoordigd zijn. Indien de steekproef perfect representatief zou zijn zou het 95% betrouwbaarheidsinterval +/- 5.13 bedragen voor $p=0.5$ en +/- 3.08 voor $p=0.1$. De steekproef is wel te klein om nog verder te kunnen worden opgesplitst in deelsteekproeven, zodat het niet mogelijk om aan de hand van deze data op een betrouwbare wijze te onderzoeken hoe de 'issue salience' met andere variabelen samenhangt.

(55) Dit onderzoek werd op de dezelfde manier georganiseerd als dat van november. De interview werden door 40 studenten afgenomen gedurende de kerstvakantie. De vraagformulering was wel niet helemaal identiek: "Wat vindt U de meest dringende problemen waar de politici een oplossing voor moeten vinden?". Het 95% betrouwbaarheidsinterval bedraagt nu +/- 6.34 voor $p=0.5$ en +/- 3.8 voor $p=0.1$.

TABEL IX

De agenda van de kiezer: het antwoord op de vraag naar de belangrijkste problemen, in procenten

	aantal respondenten dat een probleem vernoemt		frequentieverdeling van het totale aantal opgesomde problemen		frequentieverdeling van de belangrijkste problemen		frequentieverdeling van de eerst opgenoemde problemen	
	jan. 91	nov. 91	jan. 91	nov. 91	jan. 91	nov. 91	jan. 91	nov. 91
sociaal-economisch	69.9	69.6	37.8	32.1	42	39.8	41.5	39.1
milieu	37.7	42.2	13.4	13.4	18.1	14.9	17.5	11.5
verkeer	24.3	21.1	9.2	7.1	6.2	3.8	7	4.9
internationaal	26.8	7.1	10.7	2.5	11.5	1.2	10	2.3
migranten	26.8	47.9	9.1	15.4	7.5	15.5	8.7	17.8
communautair	4.6	23.3	1.7	8	2.7	8.4	2.2	10.3
politiek systeem	14.2	30.1	6.5	11.2	2.7	9.1	3.9	8.6
criminaliteit	5	7.4	1.7	2.7	1.3	2.4	0.9	1.4
ander	25.1	19.7	9.9	7.7	7.9	5.1	8.3	4
Totaal			100	100.1	99.9	100.2	100	99.9
N	239	365	704	1168	226	343	229	348

In tabel IX geven we in de eerste kolom telkens het percentage respondenten dat minstens één keer een issue van de betrokken categorie heeft vernoemd. De tweede kolom bevat de frequentieverdeling van het totale aantal opgesomde issues en de derde kolom de frequentieverdeling van het aantal vermeldingen als belangrijkste probleem. In de vierde kolom, tenslotte, geven de frequentieverdeling van de issues die als eerste werden vermeld en dus waarschijnlijk het meest direct toegankelijk waren.

De sociaal-economische issues hielden de kiezers veruit het meest bezig in de periode vlak voor de verkiezingen. Zowat 70% van de respondenten vermeldde een dergelijk issue en 40% duidde het ook aan als belangrijkste. De kiezers zijn het meest bekommerd om de tewerkstellings- en de begrotingsproblematiek. Die problemen worden door respectievelijk 30% en 21% ten minste één keer vernoemd. Ook de belastingen (12.6%), de armoede (12.6) en de pensioenen (11.2%) worden relatief frequent aangehaald.

De migrantenproblematiek is weliswaar minder prioritair maar ligt toch flink wat kiezers op de lever. Niet minder dan 48% vermeldt het issue minstens één keer en 15.5% kiest het ook als belangrijkste. Bij 18% van de respondenten is het migrantenissue het eerste wat in hun hoofd opkomt. De respondenten hebben het daarbij hoofdzakelijk over 'vreemdelingen' of 'gastarbeiders'. Naar het vluchtelingenprobleem als specifiek issue wordt zelden of nooit verwezen. Het milieu- en migrantenissue staan ongeveer op gelijke hoogte. Zowat 42% brengt het milieu-issue ter sprake en 14.9% vindt het ook het belangrijkste probleem. Opmerkelijk is wel dat het milieu het moet afleggen tegen de migranten wat het aantal eerste vermeldingen betreft.

Nog lager op de agenda vinden we de problemen die de werking van het politieke systeem betreffen. Een klein derde van de respondenten vindt de werking van de openbare diensten of de manier waarop het politieke spel wordt gespeeld problematisch. Dat tweede element heeft duidelijk de bovenhand (27.7%). Voor ongeveer één tiende zijn de problemen die met de werking van het politieke systeem verband houden prioritair. Het communautaire issue scoort iets lager dan

het vorige. Een klein vierde van de respondenten komt ermee op de proppen, maar slechts 8% kiest het als belangrijkste. Inzake het aantal eerste vermeldingen scoort het wel wat hoger dan de werking van het politieke systeem. Het mobiliteitsprobleem wordt ongeveer evenveel opgesomd, maar is voor relatief weinig kiezers een topprioriteit.

De problemen die overblijven zijn verwaarloosbaar. Enkel het issue van de criminaliteit springt er nog enigszins uit. 7.4% van de ondervraagden vermeldt dit. Opvallend weinig kiezers maakten zich zorgen over de internationale ontwikkelingen of het buitenlandse beleid. Van de wapenhandelproblematiek lag zo goed als niemand wakker. Het issue werd door welgeteld één respondent opgeworpen. Amper zes respondenten hadden het over de defensieproblematiek of over de legerdienst. Het abortusprobleem was al even marginaal en werd slechts door vier respondenten vermeld.

TABEL X

De agenda van de kiezer: de centraliteit van negen issues, in procenten

	meest belangrijk	zeer belangrijk	redelijk belangrijk	niet erg belangrijk	N
begrotingstekort	36.9	39.4	12.4	11.3	355
migranten	20.6	42.6	26.2	10.6	359
verkeersfiles	18.5	42	19.3	20.2	357
staatshervorming	16.3	26.8	29	27.9	355
splitsing sociale zekerheid	13.4	31.2	28.7	26.7	352
wapenhandel	11.6	30.8	25.1	32.5	354
vluchtelingen	11.5	43.3	32.1	13.1	358
abortus	7.3	35.5	30.7	26.5	355
legerdienst	3.1	12	33.5	51.4	358

Grosso modo dezelfde volgorde van belangrijkheid komt ook te voorschijn als we de vraag stellen naar de centraliteit van een aantal issues. Het resultaat daarvan geven we in tabel X. Volgens Schuman en Presser ligt de belangrijkste cesuur tussen de categorieën 'meest belangrijk' en 'zeer belangrijk'. Het zijn vooral de personen die zich in de eerste categorie situeren die intensief met het probleem bezig zijn en die zich ook qua standpunt van de andere respondenten onderscheiden⁵⁶. Die eerste categorie omvat vermoedelijk de groep kiezers die je, in navolging van Converse, als een 'issue public' zou kunnen omschrijven⁵⁷. Die groep is veruit het grootst voor wat het begrotingsprobleem betreft. Er zijn opvallend weinig respondenten die niet erg zwaar aan dit issue lijken te tillen. De migranten en de verkeersfiles komen samen op de tweede plaats met een 'issue public' van respectievelijk 20.6% en 18.5%. Daarna volgen twee communautaire issues, de staatshervorming en de splitsing van de sociale zekerheid, die door 16,3% en 13.4% als belangrijkste werden aangeduid.

Verder bevestigen deze bijkomende gegevens dat het wapenhandel-issue en het abortus-issue van ondergeschikt belang waren. Ze illustreren ook dat de kiezer

(56) H.SCHUMAN en S.PRESSER, o.c., p.237-239.

(57) P.E.CONVERSE, The nature of Belief Systems in Mass Publics, in: D.APTER (ed.), *Ideology and Discontent*, New York, 1964, p.245-246.

niet zoveel belang hechtte aan het vluchtelingenprobleem als specifiek issue. De enige verrassing in tabel X is misschien dat het wapenhandel-issue in absolute termen toch nog vrij hoog scoort. 11.6% noemt het als belangrijkste probleem, terwijl daarnet gebleken is dat het probleem zelden of nooit spontaan wordt vernoemd. Dit lijkt dan ook een goed voorbeeld van een issue dat de kiezers niet echt bezighoudt, maar dat, eens geactiveerd door de vraagstelling, door relatief veel kiezers toch als belangrijk wordt getypeerd. Vermoedelijk wordt het ook als sociaal wenselijk ervaren om een dergelijk moreel geladen issue 'belangrijk' te vinden.

Vergelijken we nu eens de agenda van vlak voor de verkiezingen met die van begin 1991. Daarvoor keren we terug naar de open vraag en naar tabel IX. We stellen om te beginnen vast dat de belangstelling voor de sociaal-economische problematiek vrij stabiel is. Het aantal respondenten voor wie dit probleem prioritair is was in januari 91 ongeveer even groot als vlak voor de verkiezingen, namelijk om en bij de 40%. Als we naar de afzonderlijke sociaal-economische issues kijken zien we toch een verschuiving. Het begrotingsissue hield de burgers in januari veel minder bezig dan in november. In januari werd het door 7.9% vermeld, vlak voor de verkiezingen door 20.8%. In het klassement van de belangrijkste problemen klimt het begrotingsprobleem van 3.1% naar 9.3%. De belangrijkheid van het tewerkstellingsissue blijft daarentegen vrijwel constant. In januari werd het door 32.2% van de respondenten vernoemd.

Het issue dat in de loop van 1991 het sterkst is komen opzetten is ongetwijfeld het communautaire. In januari waren de communautaire spanningen in de ogen van de burger onmiskenbaar van ondergeschikt belang. Amper 5% van de respondenten schoot dit probleem te binnen. Voor nauwelijks de helft daarvan was het een prioriteit. Elf maand later blijken die aantallen ongeveer vervijfvoudigd te zijn en bekleedt het issue een niet onbelangrijke vijfde plaats op de agenda van de kiezer. Een andere spectaculaire stijger is het migrantenprobleem. Dit issue speelde in januari door het hoofd van ongeveer een kwart van de kiezers. Ongeveer 9% vond het prioritair. De belangrijkheid van dit issue is in de loop van 1991 ongeveer verdubbeld. Tenslotte is ook het belang van de problemen in verband met het politieke systeem sterk toegenomen sinds begin januari. Het aantal kiezers dat het probleem aanhaalt is verdubbeld, het aantal dat het als belangrijkste noemt verdrievoudigd.

Daar staat tegenover dat de milieu- en verkeersproblematiek wat aan belang hebben ingeboet. Terwijl het milieuthema in januari nog onbedreigd als tweede gerangschikt stond op de agenda van de kiezer moet het die plaats elf maand later delen met het migrantenprobleem, dat zelfs al een kleine voorsprong heeft. In absolute termen is de terugval van het milieu-issue wel beperkt. In januari werd het door ongeveer 18% als belangrijkste genoemd, in november door 15%. De belangstelling voor de internationale problematiek daarentegen is sinds januari bijna helemaal weggedeedsterd. Het aantal kiezers dat een internationaal probleem vermeldt is teruggelopen van bijna 27% tot amper 7%, het aantal dat het als belangrijkste noemt van 10% tot 2.3%. Het feit dat de Golfcrisis de actualiteit beheerste op het moment dat de eerste enquête werd afgenomen is de voor de hand liggende verklaring daarvoor.

We kunnen besluiten dat de sociaal-economische issues de agenda van de kiezer domineerden op de vooravond van de verkiezingen. Iets minder hoog op het ranglijstje stonden de milieu- en de migranten-problematiek. Daaronder vinden we de problemen in verband met de werking van het politieke systeem, gevolgd door het communautaire issue en het probleem van de mobiliteit. De internationale problemen, de ethische problemen en ook het probleem van de criminaliteit

hielden de kiezers slechts in zeer beperkte mate bezig tijdens de verkiezingscampagne. Daarnaast hebben we vastgesteld dat de bezorgdheid om de sociaal-economische issues en de milieuproblematiek een vrij constant gegeven is, terwijl het migrantenissue, het communautaire issue en de werking van het politieke systeem pas in de loop van 1991 zijn geactiveerd.

In welke mate bestaat er een overeenstemming tussen de agenda die de partijen naar voor hebben geschoven en de agenda van de kiezers? Als we het prioriteitenlijstje van de kiezer leggen naast dat van alle partijen samen (Tabel I, laatste twee kolommen), dan valt er ten minste één discrepantie op. Het migrantenissue was voor de kiezer het op één na meest belangrijke probleem, maar werd door de partijen over het algemeen eerder onderbekteld. In de TV-spotjes werd het issue door bijna alle partijen gemedend. In de krantencampagne kwam het wat meer aan bod, al staat het ook daar slechts als vierde gerangschikt. Daarnaast hield ook het milieu-issue de kiezers meer bezig dan de partijen.

Een aantal andere problemen zijn meer prioritair voor de partijen dan voor de kiezers. Dat was duidelijk het geval voor de communautaire problemen en de werking van het politieke systeem. Op de kiezersagenda staan die op de vierde, respectievelijk vijfde plaats. Voor de partijen wegen beide problemen veel zwaarder door. Zowel in de kranten- als in de TV-campagne is de gebrekkige werking van het politieke systeem zelfs het op één na belangrijkste issue. Voor de communautaire spanningen wordt er in de kranten zelfs het meest plaats van al ingeruimd. Het feit dat de partijen die twee issues zo sterk op het voorplan hebben gebracht kan er wel toe bijgedragen hebben dat de kiezer ze in november als belangrijker ervaarde dan in januari. Voor het overige stonden ook de internationale problemen iets hoger op de agenda van de partijen dan op die van de kiezers. Partijen en kiezers hebben wel de sterke belangstelling voor de sociaal-economische problematiek gemeen, al is dit issue voor de kiezers nog dominanter dan voor de partijen.

Van geen enkele partij vormt de agenda een weerspiegeling van de kiezersagenda. Dat kan ook moeilijk anders, aangezien de partijen bij het uitkiezen van hun prioriteiten noodgedwongen zeer selectief te werk gaan en 'de' agenda van de kiezer enkel bestaat op een geaggregeerd niveau. Toch kunnen we stellen dat de SP en de CVP, die sterk de nadruk leggen op de sociaal-economische problemen, het dichtst aansluiten bij de bekommernissen van de gemiddelde kiezer. Aan het andere uiterste staat de VU die vooral in het communautaire probleem en het wapenhandel-issue heeft geïnvesteerd en daarmee allerminst op de hoofdbekommernissen van de doorsnee kiezer inspeelde.

De journalisten maken zich sterk dat ze in de debatten zoveel mogelijk de issues aan bod brengen die leven bij het burger. Is er inderdaad een overeenkomst tussen de agenda van de kiezer en die van de verkiezingsdebatten? Als we de totalen bekijken in de tabellen IV en VI, dan stellen we inderdaad vast dat de inhoud van de debatten in bepaalde opzichten aansloot bij de bekommernissen van de burger. De aandacht die aan de sociaal-economische problematiek, het migrantenprobleem en de werking van het politieke systeem werd besteed stond grosso modo in verhouding tot de belangstelling die hiervoor bestond bij de kiezers, al had de sociaal-economische problematiek volgens die maatstaf wat meer aandacht mogen krijgen. De volgorde van de issues op de agenda verschilt echter nogal. Dit komt vooral omdat het communautaire probleem de topprioriteit was in de debatten en bijna een derde van de tijd in beslag nam, terwijl het op de kiezersagenda door vier andere issues werd voorafgegaan en slechts door 8.4% als prioritair werd ervaren. Daartegenover staat dat het milieu-probleem in de debatten op TV2 en Ac-

tueel meer aandacht had verdiend, rekening houdend met het belang dat de kiezers daaraan hechtten. Voor de kiezers is milieu het derde belangrijkste probleem, maar op de agenda van de genoemde uitzendingen staat het slechts op de vijfde plaats. Alles welbeschouwd vormt de agenda van de kiezers dus slechts bij benadering een weerspiegeling van de agenda van de debatten ⁵⁸.

IV. Besluit

Het uitgangspunt van dit artikel was de vraag welke issues er op 24 november door het hoofd van de kiezer speelden. Uit onderzoek blijkt immers dat, voor zover issues een invloed hebben op het stemgedrag, de 'issue salience' daarbij de doorslag geeft. Bovendien wint het inzicht veld dat de kiezer niet nauwgezet het ene issue tegenover het andere afweegt, maar zijn keuze afstemt op een beperkt aantal issues waarvan de cognitieve schema's op het moment van de keuze het meest toegankelijk zijn. Precies die beschikbaarheid van issue-schema's kan door de politieke communicatie tijdens de campagne in de hand gewerkt worden.

We hebben vastgesteld dat het grootste deel van de kiezers vooral met sociaal-economische issues bezig was. Daarnaast was ook het migrantenissue voor veel kiezers onmiddellijk beschikbaar. In dalende orde van belangrijkheid volgden het milieuprobleem, de problemen betreffende de werking van het politieke systeem en de communautaire problematiek. Criminaliteit en vooral ook wapenhandel en abortus waren van ondergeschikt belang. Verder is gebleken dat de toegankelijkheid van de sociaal-economische problematiek en het milieuprobleem sinds begin 1991 ongeveer constant is gebleven. Wel was de aandacht van de bevolking in november meer op de begroting toegespitst dan in januari. In de loop van het jaar is vooral de toegankelijkheid van het migrantenissue, het communautaire issue en de problemen in verband met het politieke systeem sterk toegenomen ⁵⁹. De internationale problemen daarentegen hebben aan belang ingeboet.

(58) In het 'agenda setting'-onderzoek is het gebruikelijk om de correlatiecoëfficiënt tussen de verdelingen als een maat te gebruiken voor de overeenkomst tussen de agenda's. De agenda wordt dan als een variabele beschouwd met de verschillende issues als observaties. In ons geval is de Pearson-correlatiecoëfficiënt tussen de agenda van de kiezer (meest belangrijke problemen) en die van de TV-debatten 0.67 (TV2 : 0.65, VTM : 0.56). Voor de radio-debatten is de correlatie 0.65. Eigenaardig genoeg stond de inhoud van de VTM-debatten dus wat verder af van de bekommernissen van de kiezers dan de inhoud van de BRIN-debatten, en dit ondanks het feit dat VTM zich bij de selectie van de issues op een opiniepeiling baseerde. De correlatie tussen de agenda van de partijen (TV-spotjes) en die van de kiezers is van dezelfde orde van grootte, namelijk 0.67. De correlaties tussen de agenda van de burger en de agenda van de berichtgeving in de TV-journaals en de kranten is door de hand beduidend hoger. Dat aspect van het 'agenda setting'-proces hebben wij echter niet geanalyseerd.

(59) Dat het issue-schema betreffende de migranten bij veel kiezers actief was en de perceptie van het electorale gebeuren in belangrijke mate heeft gekleurd blijkt ook duidelijk uit het onderzoek van Swyngedouw. Op basis van data die tijdens de verkiezingscampagne werden verzameld tracht de auteur zich een beeld te vormen van de waarden die het meest bepalend zijn geweest voor de manier waarop de kiezers een onderscheid maakten tussen de partijen. Via een MDS-analyse komt hij ondermeer tot het bevinding dat vooral de waardenoriëntatie met betrekking tot de migranten de perceptie van de electorale ruimte heeft bepaald. De kiezers konden de partijen op die dimensie het best uit elkaar houden. Op de tweede en de derde plaats komen de sociaal-economische links-rechts tegenstelling en de communautaire dimensie (M.SWYNGEDOUW, *Waar voor je waarden*. Leuven, 1992, p.65-66).

Echt verrassend zijn die bevindingen natuurlijk niet. In de inleiding hebben we erop gewezen dat de dramatisering van een bepaald probleem het gedroomde middel is om de subjectieve belangrijkheid ervan de hoogte in te jagen. De regeringscrisis van eind september en de hevige opstoot van communautaire hoogspanning hebben ongetwijfeld als een ontstekingsfactor in die zin gewerkt. Vermoedelijk hebben de migrantenrellen van eind april in Vorst een soortgelijk effect gehad op de 'saliency' van het migrantenprobleem, al was die voordien al relatief hoog. De belangstelling voor alles wat met 'vreemdelingen' te maken had is daarna allicht verder aangewakkerd door de controverse rond het vluchtelingenbeleid, met ondermeer de fel opgemerkte stellingname van Louis Tobback in september en de problemen in Lint. Dat er in november meer kiezers waren die de werking van het politieke systeem als problematisch ervaren heeft allicht te maken met een aantal politieke schandalen die in de loop van 1991 zijn opgedoken.

De hamvraag is echter of de politieke communicatie tijdens de campagne ertoe heeft geleid dat die issues voor de kiezer beschikbaar bleven of nog gemakkelijker beschikbaar werden. Pas dan kan er sprake zijn van 'agenda setting' in de stricte zin van het woord. Werden bijvoorbeeld het migranten-issue in de media naar voor gehaald omdat het veel kiezers bezighield of hield het veel kiezers bezig omdat het in de media constant werd geactiveerd? Onze data kunnen geen uitsluitsel geven omtrent de achterliggende causale dynamiek. Maar de studies die we in de inleiding hebben geciteerd wettigen op zijn minst het vermoeden dat het effect van de media-aandacht op de beschikbaarheid dominant geweest is. De hypothese is dus dat de toegankelijkheid van het communautaire probleem, het probleem van de werking van het politieke systeem en vooral het migrantenprobleem eind november uitzonderlijk hoog was omdat de kiezers er door de media op attent werden gemaakt.

Om die hypothese verder te toetsen zouden we natuurlijk ook de algemene berichtgeving bij de analyse moeten betrekken. We mogen immers niet vergeten dat de weerklank van de verkiezingsdebatten al bij al vrij beperkt is geweest en dat de inhoud daarvan onmogelijk de enige factor kan geweest zijn die de agenda van de campagne heeft bepaald. Nader onderzoek moet uitwijzen welke issues tijdens de campagne werden geactiveerd in de nieuwsuitzendingen en in de kranten, en met welke issues de verkiezingen in het algemeen en de partijen in het bijzonder het meest werden geassocieerd.

Wat is de rol geweest van de partijpolitieke communicatie in het hele proces van 'agenda setting' tijdens de verkiezingscampagne? Ook op die vraag kunnen we geen empirisch gefundeerd antwoord geven, tenzij dan in negatieve zin. Een aantal partijen zijn er duidelijk niet in geslaagd om 'hun' issues op te dringen en tot de inzet van de verkiezingen te maken. De verliezers zijn vooral AGALEV en, in iets mindere mate, de VU. De groene partij had er alle belang bij om vooral het milieuprobleem te activeren bij de kiezers en heeft dit ook geprobeerd. Maar het issue bleef in de verkiezingsdebatten op de achtergrond en zakte op de kiezers-agenda van de tweede naar de derde plaats. Het werd vlak voor de verkiezingen door iets minder respondenten dan in januari als prioritair beschouwd. Ook het verkeersprobleem werd als minder belangrijk ervaren. De strategie van de VU was er duidelijk op gericht om niet alleen van het communautaire issue, maar ook van het wapenhandelprobleem als dusdanig electorale garen te spinnen. Dit probleem is echter in de loop van de campagne helemaal weggedeed. In de verkiezingsdebatten is het niet of nauwelijks aan bod gekomen en bovendien hield het heel weinig kiezers bezig. Daar dient wel aan toegevoegd dat de partij met het communautaire issue wat meer succes heeft gehad.

Van een aantal partijen zouden we achteraf kunnen zeggen dat ze er wel in geslaagd zijn om de eigen issues op te dringen, al kan ook hier niet echt worden uitgemaakt of de strategie om een bepaald probleem sterk te beklemtonen een causaal effect heeft gehad op de 'issue salience' in de publieke opinie. De partijen die er vooral op uit waren om de problemen betreffende de werking van het politieke systeem aan te kaarten hebben hun slag grotendeels thuisgehaald. In vergelijking met januari speelde het probleem door het hoofd van veel kiezers en bovendien kreeg het ruime aandacht in de debatten. In beide gevallen lag het zwaartepunt wel bij de problematiek van de politieke geloofwaardigheid en minder bij de werking van de openbare diensten. Het tweede issue werd vooral door de SP benadrukt, het eerste door de PVV. De PVV heeft ook zwaar op het begrotingsprobleem gehamerd, en het is aannemelijk dat die strategie mede aan de basis ligt van de aanzienlijk gestegen belangstelling hiervoor bij de kiezer.

De grote overwinnaar van de strijd om de politieke agenda is ongetwijfeld het Vlaams Blok geweest. In de verkiezingsdebatten werd uitvoerig over het migranten- en het communautaire probleem gepraat, de twee stokpaardjes van de partij. De discussie over beide onderwerpen nam bijna de helft van de zendtijd van de TV-debatten in beslag. Beide problemen waren, zoals gezegd, bij uitzonderlijk veel kiezers geactiveerd in de weken die aan de verkiezingen voorafgingen. Nochtans werd het migrantenthema door alle andere partijen ofwel onderbektomd ofwel volledig uit de weg gegaan. Inzake het communautaire thema had het Vlaams Blok enkel de Volksunie als bondgenoot. De partij is er bovendien niet enkel in geslaagd om de eigen issues in de debatten op te dringen aan de andere partijen, ze heeft het bovendien klaargespeeld om de issues die haar minder liggen helemaal uit de weg te gaan.

Summary: Agenda setting in the november 1991 election campaign in Flanders

Voters probably do not take a series of relevant issues into consideration but rather vote on the basis of the few issues that happen to be on their minds at the moment of the decision. Issue salience, i.e. the availability of issue-schema's, is to a certain extent determined by the political communication during the election campaign. A content analysis of the debates during the 1991 campaign shows that the socio-economic issues, the ethnic issue and the immigrant issue were on top of the agenda. A similar analysis of the party political broadcasts and the ads in the national newspapers indicates that the parties tried to focus the campaign on the socio-economic issues (christian-democrats, socialists), the functioning of the political system (socialists, liberals) and to a much lesser extent on the environmental issue (greens) and the communal issue (left-wing and right-wing Flemish nationalists). Only the latter nationalist party attempted to prime the immigrant issue. Survey data show that this issue was exceptionally salient in the electorate, as were the ethnic issue and the political system issue.