

De verkiezingscampagne van 2007: communautair en presidentieel?

Peter VAN AELST
 Postdoctoraal onderzoeker
 Politieke Wetenschappen,
 Universiteit Antwerpen

1. Inleiding

De kans dat de campagne van 2007 in het collectieve geheugen zal blijven hangen is klein. Daarvoor ontbrak het aan een dominant thema, zoals de dioxinecrisis van 1999, of aan een spannende tweestrijd. De afgetekende winst van het kartel CD&V – N-VA stond in de sterren, of beter in de peilingen geschreven. Toch waren er een aantal zaken die op het eerste gezicht afweken van eerdere campagnes. Vooreerst was er de *revival* van het communautaire thema. Volgens verschillende politici en commentatoren stemde de Vlaming op 10 juni voor ‘meer Vlaanderen’.¹ Al dan niet expliciet werd daarbij de link gelegd naar de uitgesproken communautaire taal die tijdens de campagne werd gesproken. Een tweede kenmerk dat aan deze campagne is toegeschreven is haar sterke presidentiële karakter. Er was volgens sommigen een ‘ongeziene aanwezigheid van kandidaat-premiers’.² Naast het verwachte duel tussen de Vlaamse minister-president Yves Leterme en de Belgische premier Guy Verhofstadt, mengde ook SP.A-boegbeeld Johan Vande Lanotte, en outsiders Elio Di Rupo en Didier Reynders zich in de strijd om de hoogste functie van het land. Meer dan in het verleden leken de parlementsverkiezingen uit te groeien tot rechtstreekse presidentsverkiezingen.

In deze bijdrage willen we beide kenmerken die aan de campagne van 2007 zijn toegeschreven, empirisch nagaan. We steunen daarbij hoofdzakelijk op een inhoudsanalyse van de Vlaamse kranten en het televisienieuws in de drie weken voor 10 juni, maar gebruiken ook aanvullend andere data zoals kiezersonderzoek, een analyse van de verkiezingsprogramma’s en de eigenlijke uitslagen. Nam het commu-

1. De stelling werd ondermeer ondersteund door Jean-Marie Dedecker (Knack, 13/06/07), Louis Tobback en Yves Desmet (De Morgen, 16/06/07). Voor een ontkrachting van de stelling zie ook politicoloog Dave Sinardet (De Morgen, 1/12/07).

2. B. BRINCKMAN, ‘Catenaccio in de campagne’ in De Standaard, 2/06/2007.

nautaire thema een dominante plaats in de verkiezingsberichtgeving? En mogen we inderdaad spreken van een presidentialisering van onze parlementaire verkiezingen? Op beide vragen trachten we een antwoord te geven door de bevindingen van de media-analyse van 2007 te vergelijken met een vergelijkbare studie uit 2003.³ De focus ligt dus op de eigenlijke campagne, of de zogenaamde *short campaign*.⁴ Vermits kiezers steeds later hun definitieve keuze maken, worden deze weken als de meest cruciale bestempeld. Aan de andere kant starten campagnes al veel vroeger, volgens sommigen de dag na de vorige verkiezingen. Het idee van de 'permanente campagne' heeft door de snelle opeenvolging van verkiezingen in ons land een wel erg concrete invulling gekregen. Daarom hebben we in deze bijdrage ook enige aandacht voor de uitgesponnen *long campaign* van negen maanden die van start ging na de verkiezingen van 8 oktober 2006.⁵ De situering van de lange campagne zal eerder beschrijvend zijn en heeft vooral tot doel na te gaan in hoeverre de partijen zelf of eerder de media verantwoordelijk zijn voor zowel het communautaire, als het presidentiële karakter van deze campagne. Tot slot staan we ook stil bij de mogelijke invloed van beide kenmerken op de stemmotieven van de kiezers.

ii. De communautaire campagne van 2007?

A. Het communautaire thema in de lange campagne van 2007

Het communautaire thema of meer concreet de discussie rond de inrichting van de Belgische staat is sinds de eerste staatshervorming van 1970 nooit van de politieke agenda verdwenen. Toch kunnen we stellen dat er tijdens de paarse regeringen van Verhofstadt enige communautaire rust heerste. De Lambermont- en Lombard-akkoorden, die meer bevoegdheden aan de regio's overdragen, kwamen tot stand zonder zware conflicten. Die rust lijkt voor het eerst verstoord in de aanloop naar de verkiezingen van 2004, wanneer alle Vlaamse partijen de splitsing van het kies-

3. P. VAN AELST, *Toeschouwer, speler of scheidsrechter? Een studie naar de rol van de media in de verkiezingscampagne van 2003*, Brugge: Vanden Broele, 2007.

4. P. NORRIS, J. CURTICE, D. SANDERS, M. SCAMMELL en H. A. SEMETKO, *On Message. Communicating the campaign.*, London: Sage, 1999.

5. Norris en collega's maken een onderscheid tussen de korte campagne van vier weken en de lange campagne van één jaar. Ons land kent een aantal wettelijke bepalingen die als startschot zouden kunnen gelden zoals de ontbinding van de Kamer en Senaat, op een kleine 40 dagen van de verkiezingen, of de aanvang van de sperperiode op drie maanden van de stembusgang. Toch worden geen van beide momenten door de politici als effectief begin van de campagne ervaren. Daarom hebben we zelf voor een eerder arbitraire opdeling gekozen.

arrondissement Brussel-Halle-Vilvoorde (BHV) in hun programma opnamen. De nieuwe Vlaamse regering onder leiding van Leterme eiste dat het arrondissement *onverwijld* gesplitst werd, iets waar de federale regering in 2005 niet zal in slagen. Het dossier BHV en de 'Vlaamse' opstelling van het kartel CD&V – N-VA zorgden voor onrust in Franstalig België. In de zomer van 2006 leidden uitspraken van Vlaams minister-president Leterme in de Franse krant *Libération* tot zeer hevige politieke reacties. Vooral de stelling dat heel wat Franstaligen in de rand intellectueel niet in staat zijn Nederlands te leren, werd als beledigend ervaren.

Het communautaire thema heeft dus geleidelijk aan belang gewonnen, maar zal pas in de december 2006 het politieke debat gaan beheersen. Twee gebeurtenissen lijken daarvoor verantwoordelijk (zie bijlage 1 voor een overzicht). Vooreerst is er de saga rond de toetreding van ex-VLD'er Jean-Marie Dedecker tot de N-VA. Eind november wordt Dedecker feestelijk verwelkomd door de N-VA, maar CD&V ziet dit samengaan niet zitten en maakt op 2 december een einde aan het kartel. De christendemocraten blijven wel de hand naar hun voormalige kartelpartner uitsteken. De N-VA kiest na hoogoplopende (emotionele) discussies voor het kartel en laat Dedecker vallen. Bij de hereniging wordt benadrukt dat deze keuze vooral is ingegeven door de noodzaak om te kunnen wegen op de toekomstige besprekingen over een nieuwe staatshervorming. "Ons kartel biedt niet alleen de beste, maar de enige kans op een staatshervorming", stelt Bart De Wever op 13 december.

De tweede gebeurtenis volgt onmiddellijk op de eerste, maar staat er volledig los van. Op 13 december onderbreekt de RTBF haar programmering voor een extra nieuwsuitzending die het einde van België aankondigt. De ondertussen beruchte docu-fictie "Bye Bye Belgium"⁶ zorgt voor massale reacties bij de kijkers en de volgende dagen voor scherpe veroordelingen van zowel Franstalige als Vlaamse politici. Yves Leterme beschuldigt Elio Di Rupo en Laurette Onkelinx er van het klimaat te hebben geschapen die deze uitzending mogelijk maakt. Di Rupo van zijn kant roept op tot een 'Franstalig front' tegen de Vlaamse eisen. In heel deze discussie presenteert Verhofstadt zich als een consensusfiguur tussen de kempanten Leterme en Di Rupo die volgens hem respectievelijk het separatisme en het immobilisme verpersoonlijken. In zijn nieuwjaarstoespraak eind januari beklemtoont hij wel de noodzaak van een staatshervorming. De RTBF-uitzending brengt ook in zowel de Vlaamse als de Franstalige media een debat op gang over de toekomst van België. Meest opmerkelijke uitloper is de samenwerking tussen *Le Soir* en *De Standaard* die een maand lang het communautaire thema vanuit verschillende hoeken belichten. Het communautaire vraagstuk lijkt in die periode het ultieme campagnethema te worden.

6. P. DUTILLEUL, *Bye-bye Belgium*, Loverval, Labor, 2006.

B. *Het communautaire thema in de korte campagne van 2007*

Het summiere overzicht van de lange campagne geeft aan dat het communautaire thema sterk leefde bij politici en media in de lange aanloop naar de verkiezingen. Om na te gaan of de discussie over de staatsvorming ook de eigenlijke campagne van drie weken voor de verkiezingen heeft beheerst, steunen we op een inhoudsanalyse van vier Vlaamse kranten en het zevenuurjournaal van VTM en VRT. Alle artikels of items waarin naar de verkiezingen wordt verwezen of waarin een Belgisch politicus in voorkomt zijn uitgebreid gecodeerd.⁷ Zo is ook voor elk artikel of nieuwsitem nagegaan wat het centrale thema van het nieuws was. Elk artikel of item kon twee thematische codes verkrijgen.⁸ Een stuk over de regionalisering van het arbeidsmarktbeleid is zowel onder het thema arbeid, als onder het thema staatsvorming geplaatst. Net zoals in 2003 kreeg een meerderheid van de artikels en nieuwsitems een meer algemene code zoals 'verkiezingen', 'politieke organisatie' of 'politieke cultuur'. Heel wat journalistiek werk richt zich namelijk op de campagne, de organisatie van de verkiezingen of meer algemene thema's zoals goed bestuur. In wat volgt laten we deze algemene codes buiten beschouwen en focussen we enkel op de zuiver inhoudelijke thema's die in 15 categorieën zijn ondergebracht. Tabel 1 toont de thematische aandachtsverdeling van de verschillende media.

De vraag of het communautaire debat de korte campagne heeft bepaald, verdient een genuanceerd antwoord. We kunnen niet stellen dat discussies over de staatsvorming en de relaties tussen Vlamingen en Franstaligen de inhoudelijke campagneberichtgeving hebben gedomineerd. Iets meer dan een tiende van de journalistieke aandacht, met beperkte verschillen tussen de verschillende media, is gewijd aan het communautaire. Aan de andere kant is het daarmee wel één van de belangrijkste thema's tijdens de korte campagne. Slechts enkele thema's waren nog iets prominenter aanwezig. Het is opvallend hoe gelijkmatig de nieuwsmedia hun aandacht verspreiden over verschillende thema's. De campagne van 2007 ging over belastingsverlagingen, de opwarming van de aarde, de creatie van jobs, het evangenisbeleid, de hoofddoek achter het loket, ...kortom over zowat alle aspecten van het (federale) politieke bedrijf. Daarmee was de campagne op thematisch

7. Voor de kranten betreft het enkel artikels die voorkomen op de voorpagina, alle binnenlandse pagina's, opiniepagina's en speciale verkiezingspagina's of -bijlagen. Zie P. VAN AELST, 2007.

8. Het thematische codeboek steunt op het codeboek van het Elektronisch Nieuwsarchief (ENA) en werd ook al voor de analyse van de verkiezingsberichtgeving in 2003 gebruikt. Voor de analyse en voorstelling van de data werden de 143 specifieke subcodes in 18 grotere categorieën ondergebracht. In deze analyses laten we de categorieën 'verkiezingen', 'politieke organisatie' en 'politieke cultuur' buiten beschouwing.

vlak opnieuw erg divers en was het voor commentatoren hopeloos zoeken naar hét thema van de campagne.

TABEL I. De belangrijkste (politieke) thema's in de televisiejournals en in de kranten in de drie weken voor de verkiezingen van 2007.

	VTM	VRT	De Standaard	De Morgen	Het Laatste Nieuws	Gazet van Antwerpen
Sociaal beleid	10,4	17,6	7,8	11,3	11,7	11,8
Arbeid & tewerkstelling	14,9	8,8	9,8	4,7	6,7	6,6
Staatshervorming	10,4	9,9	13,7	12,0	10,0	15,8
Migratie & integratie	10,4	9,9	5,9	14,0	8,3	10,5
Gerecht & criminaliteit	11,9	7,7	8,5	6,7	11,7	7,9
Leefmilieu & energie	6,0	12,1	14,4	13,3	15,0	9,2
Fiscaliteit	11,9	6,6	17,0	11,3	10,0	7,9
Overige	23,9	27,5	22,9	26,7	26,7	30,3
N-waarde	67	91	153	150	60	76

Opvallend is wel dat het communautaire thema veel sterker aanwezig is in vergelijking met de campagne van 2003 (zie tabel 2). In de aanloop naar de verkiezingen van 2003 was de staatshervorming, op enkele communautaire discussies naar aanleiding van de nachtvluchten na, nauwelijks onderwerp van gesprek. De eerste paarse regering had het thema 'gepacificeerd' en de media voelden ook niet de behoefte er veel aandacht aan te besteden. In dat opzicht kan de campagne van 2007 wel als meer communautair geladen worden beschouwd.

TABEL II. Vergelijking van de aandacht voor het thema staatshervorming in de drie weken voor de verkiezingen van 2003 en 2007.

%	2003		2007	
	TV	kranten	TV	Kranten
Staatshervorming	1,8	3,5	10,1	13,0
(rangschikking op 15 inhoudelijke thema's)	(10)	(10)	(3)	(2)

We kunnen besluiten dat het communautaire thema aanwezig is in de korte campagne, maar allermindst de berichtgeving en debatten domineert zoals tijdens sommige perioden in de lange campagne. De staatshervorming kreeg een relatief bescheiden plaats in de berichtgeving, zeker in vergelijking met de dominante aanwezigheid ervan tijdens de maanden na de verkiezingen.⁹ Verschillende factoren

9. Zie de bijdrage van Wilfried Dewachter in dit nummer.

kunnen hiervoor als verklaring worden aangehaald. Zo was het thema voor de meeste media reeds uitgebreid belicht in de periode december-april 2007 en was er ook geen concrete aanleiding om het thema opnieuw sterk te belichten. Bovendien gaat het om vaak technische discussies waar de nieuwsmedia vrezen heel wat kijkers en lezers af te schrikken. De belangrijkste reden voor de eerder bescheiden aanwezigheid van het communautaire thema moet echter gezocht worden bij de partijen, en met name bij CD&V. De christendemocraten en hun kopman Leterme plaatsen het thema allerm minst centraal in hun partijcampagne in de weken voor 10 juni. Dat blijkt vooreerst uit een analyse van hun verkiezingsprogramma. Op basis van hetzelfde thematische codeboek werden alle Vlaamse verkiezingsprogramma's van zowel 2003 als 2007 op zinsniveau gecodeerd.¹⁰ Gemiddeld genomen besteden de partijen in 2007 nauwelijks iets meer aandacht aan de hervorming van de Belgische staat en andere communautaire onderwerpen dan in 2003. De paarse regeringspartijen negeren het thema bijna volledig. Het programma van de christendemocraten telt vijf procent communautaire zinnen, iets meer dan in 2003, maar bijgevolg allerm minst een belangrijk thema in het programma.

TABEL III. Procentuele aandacht voor het thema staats hervorming en communautaire aangelegenheden in de partijprogramma's van de Vlaamse partijen (2003–2007).

	2003	2007	Vershil
Vlaams Belang	18,8	18,9	+0,1
N-VA	13,9	18,6	+4,7
Spirit	6,7	6,4	-0,3
CD&V	3,1	5,3	+2,2
LDD	-	2,8	-
Groen!	0,9	2,4	+1,5
Open VLD	2,9	1,5	-1,4
SP.A	2,1	0,0	-2,1
Gemiddeld %	6,9	7,0	+0,1

De vaststellingen met betrekking tot het CD&V-verkiezingsprogramma worden tijdens het verdere verloop van de campagne bevestigd. Zo verspreidt de partij op 6 mei via de bakker een gratis magazine getiteld 'Wij allemaal'. Daarin stelt Yves Leterme zich (eindelijk) kandidaat voor de verkiezingen en presenteert de partij haar programma op een vlot leesbare manier aan de kiezer. In het openingswoord

10. Deze coderingen gebeurden in het kader van de wetenschappelijke voorbereiding van het VRT-programma Doe De Stemtest onder de coördinatie van Michiel Nuytemans en Jonas Lefevere van de onderzoeksgroep M²P van de Universiteit Antwerpen. Ze maakten eveneens gebruik van het thematische codeboek van het Electronisch Nieuwsarchief (ENA).

stelt Leterme in één zin meer bevoegdheden voor Vlaanderen voorop, maar op de 44 pagina's die volgen komt het communautaire niet meer ter sprake. Verschillende keren tijdens de campagne kiest de partij ervoor om het communautaire thema niet naar voor te schuiven. Wanneer Leterme tijdens het grote debat op de VRT (3/06) een vraag mag stellen aan zijn twee concurrenten kiest hij voor andere onderwerpen. Wanneer *Gazet van Antwerpen* op 25 mei peilt naar de tien prioriteiten van CD&V, wordt de staatshervorming niet vermeld.¹¹ Toch kan ook niet gesteld worden dat de partij haar communautair programma afzwakt. Dat blijkt bijvoorbeeld op het VRT-lijsttrekkersdebat daags voor de verkiezingen waar Leterme duidelijk stelt dat over BHV “*niet al te veel meer moet gesproken worden, maar dat het moet beslist worden*”. Kortom, de partij zwakt haar uitgesproken standpunten op communautair vlak niet af, maar probeert wel deze tijdens de campagne zo min mogelijk te benadrukken. Het is niet meteen duidelijk dat deze strategie werd ingegeven om electorale redenen of eerder om de latere regeringsonderhandelingen niet verder te bemoeilijken. Het is ook mogelijk dat CD&V haar Vlaamsgezinde flank zag afgedekt door het kartel met de N-VA en daarom minder de nood voelde dit thema verder te bespelen. In het laatste deel van deze bijdrage gaan we nog na in welke mate het communautaire thema ook bij de kiezer leefde. Eerst richten we onze aandacht op de kandidaat-premiers in de lange en korte campagne.

III. De presidentiële campagne van 2007?

Alvorens dieper in te gaan op het al dan niet presidentiële karakter van de campagne, dienen we deze term eerst te verduidelijken. De term ‘presidentialisering’ doelt op het fenomeen dat de partij wordt herleid tot haar leider.¹² Voor grote partijen gaat het om de lijsttrekker en uitgesproken kandidaat om de regering te leiden. Dit is niet hetzelfde als ‘personalisering’ waarbij de meer algemene verhouding tussen partijen en individuele politici voorop staat.¹³ Wanneer er aandacht is voor een brede waaier aan kandidaten is de berichtgeving wel gepersonaliseerd, maar niet gepresidentialiseerd.

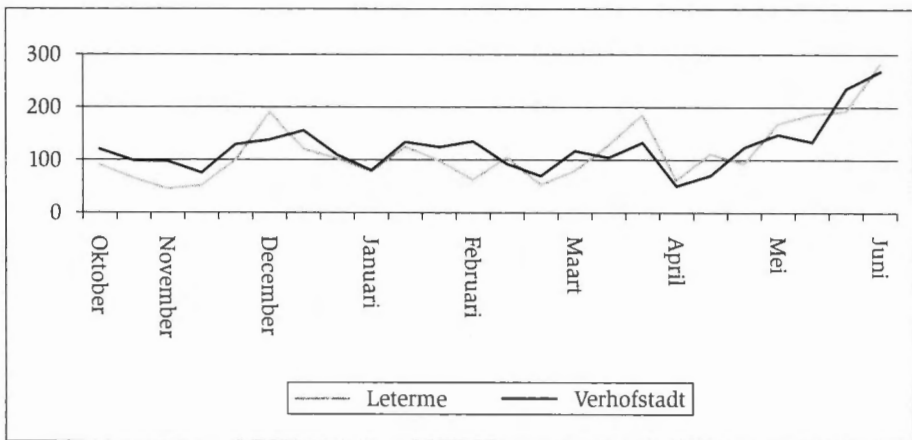
11. Een dag later corrigeert Leterme dat de staatshervorming “geen prioriteit is, maar een breekpunt” (*Gazet van Antwerpen*, 26/05/07).

12. A. MUGHAN, *Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections*, Basingstoke: Palgrave, 2000.

13. P. VAN AELST, 2007, pp. 179–206.

A. De kandidaat-premiers in de lange campagne van 2007

Personalisering en presidentialisering zijn van alle tijden. “Geen avonturen Van Acker moet voortbesturen” luidde de slogan van de BSP eind jaren '50. Later zouden ook politici als Vanden Boeynants en Tindemans een bijna presidentiële campagne voeren. De partijen trachtte op die manier de ‘kanseliersbonus’ voor de zittende premier te valoriseren. De leiders van de oppositie moesten het stellen met heel wat minder media-aandacht.¹⁴ In de aanloop naar de verkiezingen van 2007 is deze situatie voor het eerst in de Belgische geschiedenis veranderd. Wanneer Yves Leterme in 2004 de Vlaamse regering gaat leiden, is er naast Belgisch premier Verhofstadt een tweede kanselier opgestaan. De Vlaamse regeringsleiders uit het verleden waren steeds van dezelfde partij als de premier en betwisten zijn leiderschap niet. Yves Leterme is niet enkel van een andere partij dan de premier, maar bovendien boegbeeld van een partij die federaal in de oppositie zit. Het feit dat Leterme snel uitgroeit tot de populairste politicus van Vlaanderen versterkt de concurrentiegedachte met Verhofstadt. Beide politici genieten in de Vlaamse pers ook bijna evenveel aandacht. Grafiek 1 toont het aantal artikels waarin hun volledige naam wordt vermeld.¹⁵ Het valt daarbij op hoe gelijklopend de aandacht voor beide politici is.

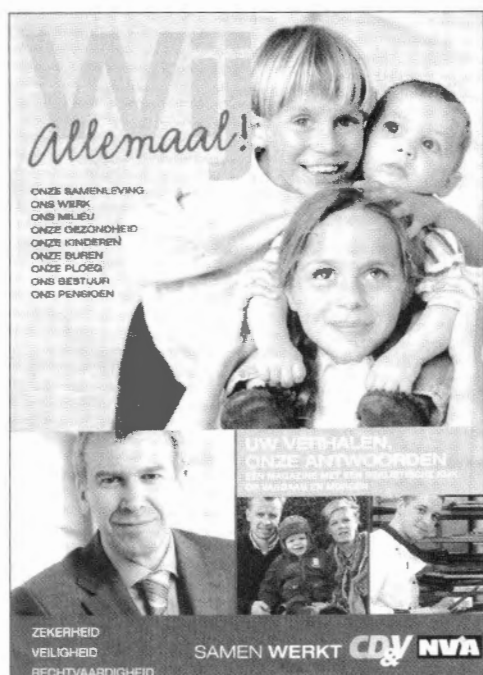


GRAFIEK 1. Het aantal vermeldingen van Leterme en Verhofstadt in de Vlaamse pers (10/10/2006 – 10/06/2007).

14. K. DE SWERT en S. WALGRAVE, “De kanseliersbonus in de Vlaamse pers. Een onderzoek naar regering en oppositie in drie Vlaamse kranten (1991–2000).” *Tijdschrift voor Sociologie* 23(3–4), 2002, pp. 371–403.

15. Deze analyse steunt op een telling van artikels in Mediargus, een elektronische database. We selecteerden alle artikels uit zeven Vlaamse kranten en het weekblad Knack waarin de volledige naam van de politicus werd vermeld. De artikels zijn per 10 dagen gegroepeerd tussen 11 oktober 2006 en 9 juni 2007.

Al heel vroeg wordt dan ook gespeculeerd in de media over het ultieme ‘titanengevecht’ tussen Verhofstadt en Leterme. “*Het is haast zeker dat Yves Leterme als kandidaat-premier deelneemt aan de komende verkiezingen*” stelt Standardjournalist Bart Brinckman in



de week na de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober. Leterme kiest er echter voor om zo lang mogelijk als minister-president te functioneren en pas heel laat in de campagne te gaan. Ondertussen blijft Leterme wel volop genieten van de media-aandacht als Vlaams regeringsleider en blijven journalisten gefascineerd over hoe en wanneer hij in de campagne zal stappen. Uiteindelijk wacht Leterme tot begin mei om via het eerder aangehaalde gratis magazine bij de bakker zich als lijsttrekker aan de kiezer te presenteren.



Guy Verhofstadt en zijn partij staan een heel andere strategie voor. Al heel snel wordt duidelijk gemaakt dat de VLD-campagne volledig aan de ideeën en het staatsmanschap van de premier wordt opgehangen. In december al stelt Verhofstadt zijn vierde burgermanifest voor, ‘pleidooi voor een open samenleving’, dat als basis zal dienen voor het latere verkiezingsprogramma én de naamsverandering van de partij naar ‘Open VLD’. Vlak voor de sperperiode verspreid Open VLD een gratis boek over 8 Jaar Verhofstadt. Het boek, dat bulkt van de foto’s van Verhofstadt met buitenlandse leiders,

moet de ervaring en de internationale uitstraling van de premier benadrukken. Het boek, en bij uitbreiding de hele campagne, heeft een echt presidentieel karakter, de

aandacht voor de overige Open VLD politici in de partijcommunicatie blijft beperkt. Dit is echter allerminst een trendbreuk in vergelijking met 2003, want ook toen was de VLD-campagne opgehangen aan premier Verhofstadt.¹⁶

Bij de SP.A groeit ondertussen de onrust om in deze nakende 'presidentsverkiezingen' buiten beeld te verdwijnen. Om dit te vermijden stelt partijvoorzitter Johan Vande Lanotte zich eind maart expliciet kandidaat voor het premierschap. Voor de SP.A betekent dit wel een breuk met het eerdere concept van de 'teletubbies', waarbij de provinciale lijsttrekkers in 2003 als ploeg naar de verkiezingen trokken. De laatste weken van de campagne schuift de partij in haar communicatie de politicus Vande Lanotte ook sterk op de voorgrond.



De andere Vlaamse partijen, die niet over een gelijkaardige geloofwaardige kandidaat voor het premierschap beschikken, zien deze evolutie met lede ogen aan. Vooral naarmate duidelijk wordt dat de media in hun programmatie gaan focussen op de kandidaat-premiers stijgt het ongenoegen. Vlaams Belang dient op 21 mei een klacht in tegen de VRT bij de Vlaamse Regulator voor de media, omwille van de twee debatten die de omroep organiseert tussen de drie kandidaat-premiers.¹⁷ In wat volgt gaan we na of de Vlaamse mediaberichtgeving tijdens de korte campagne een effectief een presidentieel karakter heeft.

16. De centrale campagneboodschap van de VLD in 2003 was "Verhofstadt zijn project laten verderzetten". Dat bleek bijvoorbeeld uit de politieke tribunes die de partij op de openbare omroep toonde. Opvallend daarbij was dat de premier zelf niet aan het woord kwam, maar dat zijn collega's hem volop bewierookten terwijl hij in beeld verscheen. Zie ook J. JAGERS en P. VAN AELST, 'Politiek gaat over de mensen' De kloof tussen burger en politiek dicht communiceren. Paper gepresenteerd op het etmaal van de communicatiewetenschap, Nijmegen., 2003.

17. De klacht werd ontvankelijk verklaard en leidde zelfs tot een waarschuwing aan het adres van de VRT. Zie <http://www.vlaamseregulatormedia.be/beslissingen/2007-032.pdf>.

B. *De presidentialisering van de korte campagne van 2007*

Zoals eerder aangegeven verwijst presidentialisering naar de mate waarin de partij wordt herleid tot één persoon. Dat is niet hetzelfde als personalisering, of de verhouding partij versus politici. Verschillende indicatoren wijzen erop dat de personalisering van de mediaberichtgeving tussen 2003 en 2007 niet of weinig is toegenomen. Zo is de ratio tussen het aantal vermeldingen van namen van politici versus partijnamen in de artikels lichtjes toegenomen (van 1.2 naar 1.4), maar is dezelfde ratio in de krantenkoppen iets gedaald (van 1.7 naar 1.5). Ook in het televisiejournaal is eerder sprake van een lichte daling van de personaliseringsgraad (van 2.3 naar 1.9). Het is dus niet zo dat partijen als centrale actoren in de verkiezingscampagne verder aan belang verliezen.¹⁸ De vraag is dan of het partijkopstuk, en vooral de zogenaamde kandidaat-premiers een groter aandeel van de aandacht hebben bekomen ten koste van de overige partijleden.

De tabellen 4 en 5 tonen de aandacht voor de politici die het vaakst vermeld werden in de kranten en in de televisiejournaals. Dat de drie Vlaamse kandidaat-premiers de meeste aandacht van de media naar zich toe zouden trekken is niet verwonderlijk. Opmerkelijk is wel dat zowel bij de vier kranten als in beide journaals de afstand tussen de nummers drie en vier in de top tien erg groot is. Een ander opvallend gegeven is dat Didier Reynders en Elio Di Rupo de meeste andere Vlaamse politici voorafgaan. In 2003 namen de Franstalige politici een minder prominente plaats in. Twee redenen lijken hiervoor verantwoordelijk. Vooreerst werden zowel Di Rupo als Reynders opgenomen in het lijstje van mogelijke kandidaat-premiers, ook al werden hun kansen voor het premierschap wat lager ingeschat. Vooral in de geschreven pers kwamen zulke overzichten of portretten veelvuldig voor. Daarnaast speelde ook de ongewoon bitse kiesstrijd tussen PS en MR, gekoppeld aan de schandalen in Charleroi, een grote rol. De toon in Wallonië was erg scherp en openlijke aanvallen tussen beide partijen waren een dagelijks onderdeel. In totaal kregen Franstalige politici en partijen in de korte campagne van 2007 14% van de aandacht voor politieke actoren in de kranten en zelfs 18% in het televisiejournaal (12% van de spreektijd). Voor het journaal betekent dit bijna dubbel zo veel aandacht als in 2003.

18. Uit eerder vergelijkend onderzoek met niet verkiezingsperioden blijkt bovendien dat de personalisering van de berichtgeving buiten verkiezingstijd heel wat hoger ligt. In die perioden staan vooral de ministers en hun beleid centraal en spelen partijen, alvast in het nieuws, een minder prominente rol. P. VAN AELST, *Toeschouwer, speler of scheidsrechter? Een studie naar de rol van de media in de verkiezingscampagne van 2003*, Brugge: Vanden Broeue, 2007.

TABEL IV. De tien meest voorkomende politici op het totale aantal vermelde politici per krant in de korte campagne van 2007.

	De Standaard	De Morgen	Laatste Nieuws	Gazet v Antwerp	Totaal (%)
1. Guy Verhofstadt (open VLD)	13.4	13.2	16.2	11.6	13.4
2. Yves Leterme (CD&V)	9.7	13.0	10.2	13.6	11.7
3. Johan Vande Lanotte (SPA)	8.1	10.9	7.7	8.5	9.1
4. Didier Reynders (MR)	3.4	4.0	2.3	3.9	3.6
5. Elio Di Rupo (PS)	3.6	2.1	3.9	3.5	3.1
6. Bart De Wever (N-VA)	2.5	3.3	1.4	0.4	2.3
7. Karel De Gucht (VLD)	1.9	2.8	2.1	1.3	2.2
8. Bart Somers (Open VLD)	2.8	1.6	0.7	2.2	2.0
9. Jean Marie Dedecker (LDD)	2.2	1.1	2.8	2.2	1.9
10. Patrick Janssens (SPA)	1.2	2.6	0.7	2.2	1.9
Totaal	975	1176	431	544	3126

Wanneer we focussen op de kandidaat-premiers valt op dat de 'kanseliersbonus' van Verhofstadt in de kranten nauwelijks hoger is dan deze van Leterme, maar dat in de journaals het verschil wel oploopt. Het verschil in spreektijd valt wel gedeeltelijk te verklaren door een verschillende communicatiestijl: De tussenkomsten van Verhofstadt zijn langer, Leterme antwoord vaak beknopt.¹⁹ Op het vlak van spreektijd scoort Leterme zelfs iets lager dan Vande Lanotte, die vooral in het VTM-nieuws iets minder vaak vermeld werd.

Het overzicht van de politici die de meeste aandacht genereren in de pers geeft al aan dat de kopstukken er duidelijk boven uit steken. De verwachting is dan ook dat het relatieve aandeel van het partijkopstuk is toegenomen. In 2003 ging gemiddeld 29% van de krantenaandacht en 27% van de aandacht van journaals voor individuele politici naar het partijboegbeeld. In 2007 stellen we een sterke stijging van die percentages vast. Zowel in de kranten als in het journaal trekt het kopstuk bijna de helft van de aandacht. In 2003 nam de lijsttrekker 36% van de spreektijd in de journaals voor zijn rekening, in 2007 bijna het dubbele (63%). De stijging doet zich voor bij alle partijen, maar is het meest opvallend bij de traditionele partijen. Zo kreeg de populaire Steve Stevaert in 2003 net geen vijfde van de aandacht voor zijn partij in de verschillende media, vier jaar later haalt opvolger Vande Lanotte ruim een derde. Een gelijkaardig verschil stellen we vast tussen Stefaan Declerck, CD&V-lijsttrekker uit 2003, en zijn opvolger Yves Leterme. Misschien nog het meest opvallend is de toename van de aandacht voor Guy Verhofstadt, die ook in 2003 al de uitgesproken kopman van zijn partij was. In de kranten stijgt zijn aandeel van

19. De gemiddelde quote van Verhofstadt is met 12,6 seconden twee seconden langer dan deze van Leterme.

de totale aandacht voor liberale politici van 38% naar 50%, maar in het journaal gaat het om een verdubbeling (van 30 naar 60%). In het besluit bespreken we deze aandacht voor de lijsttrekker nog in internationaal vergelijkend perspectief, maar eerst gaan we na in hoeverre het communautaire thema en de presidentialisering van de campagne de kiezer hebben beïnvloed.

TABEL V. Het procentuele aandeel van de tien meest voorkomende politici in het televisiejournaal in de korte campagne van 2007.

	VRT		VTM		Totaal	
	% actor	% aan het woord	% actor	% aan het woord	% actor	% aan het woord
1. Guy Verhofstadt (open VLD)	11,8	16,0	19,9	19,2	15,1	17,2
2. Yves Leterme (CD&V)	7,5	11,0	12,2	7,2	9,4	9,5
3. Johan Vande Lanotte (SP.A)	7,8	14,3	8,3	9,8	8,0	12,6
4. Elio Di Rupo (PS)	4,3	4,0	3,9	8,0	4,1	5,6
5. Didier Reynders (MR)	3,9	2,4	3,3	1,5	3,7	2,1
6. Filip De Winter (VB)	2,7	2,9	4,4	6,7	3,4	4,4
7. Karel De Gucht (VLD)	2,7	1,8	4,4	3,7	3,4	2,6
8. Jean Marie Dedecker (LDD)	2,4	1,0	2,8	7,8	2,5	3,7
9. Vera Dua (Groen!)	2,4	7,3	2,8	4,1	2,5	6,1
10. Frank Vanhecke (VB)	3,1	7,5	1,1	2,9	2,3	5,7
Totaal	255 actoren	3634 sec.	179 actoren	2338 sec.	434 items	5972 sec

TABEL VI. Relatief aandeel van de aandacht voor de partijkopstukken in vier kranten en twee Tv-journaals in de korte campagne van 2007.

Kopstuk (partij)	% aandeel van de aandacht voor alle politici van de eigen partij	
	Kranten	Tv-nieuws
Jean Marie Dedecker (LDD)	51,1	78,6
Didier Reynders (MR)	70,3	64,0
Guy Verhofstadt (Open VLD)	50,2	60,0
Yves Leterme (CD&V)	50,7	51,3
Elio Di Rupo (PS)	39,8	45,0
Vera Dua (Groen!)	24,5	42,3
Johan Vande Lanotte (SP.A)	33,5	38,9
Bart De Wever (N-VA)	64,4	37,5
Filip Dewinter (Vlaams Belang)	31,6	37,5
Totaal	45,4 (N = 3126)	49,5 (N = 434)

IV. Stemmotieven: communautair en presidentieel?

A. Een stem voor meer Vlaanderen?

Het communautaire thema was in de campagne van 2007 niet dominant aanwezig, maar heeft in vergelijking met 2003 wel duidelijk aan belang gewonnen. Vraag is in hoeverre deze vaststellingen ook een invloed hebben gehad op de kiezer. Een van de manieren om dit na te gaan is de stemmotieven van de kiezer in kaart te brengen. Door de niet-beschikbaarheid van een nationaal kiesonderzoek in 2007 steunen we hiervoor op de postelectorale onderzoeken van het onderzoeksbureau TNS-media die telkens in de maand na de verkiezingen via een postenquête een representatief staal van de Vlaamse bevolking bevragen. In beide onderzoeken werd een lijst van twintig thema's aan de kiezer voorgelegd met de vraag in hoeverre deze een rol speelden bij het uitbrengen van hun stem. Het communautaire thema heeft ook bij de kiezer duidelijk aan belang gewonnen. Voor iets meer dan de helft de kiezer heeft het thema een (doorslaggevende) rol gespeeld, in 2003 lag dat aantal met 36% beduidend lager. Toch scoren nog altijd heel wat andere thema's veel hoger. Het communautaire issue stijgt van de 18de naar de 15de plaats in de ranglijst. Als we enkel naar het percentage kijken van kiezers voor wie het doorslaggevend is dan stijgt het thema van een dertiende naar een gedeelde zevende plaats.

TABEL VII. De mate waarin het thema "communautaire relaties tussen Vlamingen en Franstaligen" voor Vlaamse kiezers een rol heeft gespeeld in de federale verkiezingen van 2003 en 2007.

%	Doorslaggevend	Heeft mee gespeeld	Geen invloed
2003 (N = 2057)	14	22	64
2007 (N = 2423)	19	34	47

Bron: Postelectorale enquêtes van TNS-media 2003-2007

Het thema verschilt wel sterk in belang naargelang de partij waar men uiteindelijk heeft voor gekozen. De kiezers van Vlaams Belang (40%), en ook van CD&V - N-VA (24%) vermelden het thema significant meer als doorslaggevend voor hun stemkeuze. De kiezer van Open VLD, Groen! en SP.A-Spirit hecht er significant minder belang aan. Aanhangers van Lijst Dedecker zitten iets, maar niet significant, onder het gemiddelde. De vraag of het thema tijdens de korte campagne nog aan belang heeft gewonnen of verloren is op basis van deze gegevens niet na te gaan. Uit het internetpanel van de onderzoeksgroep M²P van de Universiteit Antwerpen, dat een grote niet-representatieve groep kiezers volgt in de maanden en weken voor de stembusgang, blijkt dat het communautaire thema bijzonder stabiel is tussen februari en juni 2007. Bij de CD&V - N-VA kiezers wint het thema mini-

maal aan belang tussen de eerste bevraging in februari en de tweede bevraging in april, maar is het bij de derde bevraging begin juni opnieuw wat gedaald. Dit lijkt onze eerdere vaststellingen te bevestigen dat het communautaire thema eerder in de lange dan in de korte campagne een bepalende rol speelde.

B. Een stem voor de nieuwe premier?

Uit de postelelectorale bevraging van 2007 blijkt dat 'de persoonlijkheid van de lijsttrekker' een rol speelde voor 36% van de ondervraagden en voor 24% zelfs van doorslaggevend belang was. Vooral Yves Leterme en Jean Marie Dedecker worden vaak vermeld als stemmotief en lijken hun partij extra stemmen te hebben opgebracht. Vera Dua, Frank Vanhecke en Johan Vande Lanotte worden significant minder als stemmotief genoemd. Guy Verhofstadt scoort rond het gemiddelde bij de Open VLD kiezer. Deze cijfers kunnen echter niet vergeleken met de postelelectorale studie uit 2003 om de eenvoudige reden dat dit stemmotief toen niet aan de respondenten is voorgelegd. Op zich is dat al wel een veelzeggende vaststelling. Het feit dat de onderzoekers toen niet aan dit stemmotief dachten, en enkel naar politici in het algemeen vroegen, kan als een indicatie beschouwd worden dat de lijsttrekker tijdens de campagne in 2007 meer centraal stond.

TABEL VIII. Aantal stemmen voor de drie klassieke partijen en hun lijsttrekker bij de federale verkiezingen van 2003 en 2007.

	Lijsttrekker Senaat 2003	Partij 2003 (Senaat)	Ratio	Lijsttrekker Senaat 2007	Partij 2007 (Senaat)	Ratio
CD&V (N-VA)	343.816	832.849	41,3	796.521	1.287.390	61,9
(Open) VLD	573.182	1.007.860	56,9	493.355	821.980	60,0
SP.A-Spirit	604.667	1.013.560	59,7	306.949	665.342	46,1
Totaal	1.521.665	2.854.280	53,3	1.596.825	2.774.712	57,5

Om de evolutie van het belang van de lijsttrekker in te schatten steunen we daarom op totaal andere data. Tabel 8 toont de vergelijking van het aantal voorkeurstemmen voor de topkandidaten en de stemmen voor de partij. Ondanks de verschillen tussen de partijen zijn de totalen opvallend stabiel. De drie zogenaamde Vlaamse kandidaat-premiers die in de campagneberichtgeving van 2007 een centrale plaats innamen in de berichtgeving halen slechts iets meer voorkeurstemmen dan hun voorgangers vier jaar eerder. In 2007 heeft ruim 57% van de kiezers van de drie klassieke partijen of kartels (ook) voor de lijsttrekker gestemd, in 2003 was dit goed voor 53%. Nochtans was de discussie rond het premierschap in de campagne van 2003 geen issue en was er een meer gelijke spreiding van de aandacht over verschillende politici in de partij. Het presidentiële karakter van de verkiezingsbe-

richtgeving en van de campagne van sommige partijen heeft de kiezer dus maar matig beïnvloed in zijn stemgedrag.

v. Conclusie en discussie

In deze bijdrage hebben we twee kenmerken die veelvuldig aan de verkiezingscampagne van 2007 zijn toegeschreven aan de beschikbare data getoetst. Was de recente campagne communautair geladen en had ze een presidentieel karakter? Op beide vragen past een bevestigend, maar tegelijk genuanceerd antwoord.

Het communautaire thema was in de lange aanloop naar de verkiezingen van 10 juni 2007 prominent aanwezig in de nieuwsmedia. Zowel politieke als media-gebeurtenissen liggen aan de basis van die vernieuwde aandacht. Het 'Vlaamse kartel' tussen CD&V en N-VA overleefde op het einde van 2006 het incident rond Jean-Marie Dedecker en bevestigde zijn vraag om een grote staatshervorming na de verkiezingen. In diezelfde periode zorgde de fictieve uitzending van de RTBF over het einde van België voor grote opschudding. Hoewel beide gebeurtenissen los staan van elkaar hebben ze er samen voor gezorgd dat het communautaire discussie voorop stond op een half jaar van de verkiezingen. Tijdens de eigenlijke campagne van drie weken werd het thema tot haar 'normale' proporties herleid. Het communautaire thema was één van de vele belangrijke onderwerpen in het verkiezingsnieuws van kranten en journaal. Discussies over BHV en de hervorming van de staat kregen wel een meer prominente plaats in vergelijking met de campagne van 2003, maar domineerde de debatten niet. Dat zou pas veranderen na 10 juni toen de Vlaamse en Franstalige visies op de staatshervorming onverzoenbaar bleken. Vlaamse politici verdedigden hun houding meermaals door te verwijzen naar het signaal van de kiezer. Had de kiezer immers niet gestemd voor 'meer Vlaanderen'? Het beschikbare kiezersonderzoek geeft inderdaad aan dat het communautaire thema een belangrijker rol speelde dan in 2003, maar nog steeds minder van tel was dan vele andere thema's. Zo was voor drievierde van de kiezers van het Vlaamse kartel het communautaire thema geen doorslaggevende reden voor hun stem. Kortom, zowel media, partijen als kiezers hebben meer dan vier jaar eerder aandacht gehad voor de huidige en toekomstige inrichting van ons land. Het heeft echter geen van de drie hoofdrolspelers in de campagne ervan verhinderd ook na te denken over pakweg lagere belastingen of hogere temperaturen. De korte campagne van 2007 als communautair geladen bestempelen is dan ook relatief en afhankelijk met de periode waarmee men vergelijkt.

Op het eerste zicht valt het label presidentieel wel eenduidig toe te kennen aan de campagne. Beduidend meer dan in 2003 werden de klassieke politieke partijen

in de berichtgeving herleid tot hun boegbeeld, hun kandidaat-premier. Opnieuw lijken media en politiek elkaar te hebben versterkt. SP.A, Open VLD en CD&V hebben hun kopman expliciet op de voorgrond geplaatst, waar het licht van de media scherper, maar ook enger was dan voorheen. De leider kreeg meer aandacht ten koste van zijn partijgenoten die wat vaker in de schaduw bleven. Toch is de term presidentieel enigszins misleidend. De aandacht voor Letermé, Verhofstadt en Vande Lanotte is nog steeds niet te vergelijken met de relatieve aandacht voor de topkandidaten in een presidentieel systeem zoals Frankrijk of de VS. Er lijkt eerder sprake van een verschuiving naar het Nederlandse parlementaire model waarbij elke partij deelneemt aan de verkiezingen met één landelijke lijsttrekker. Die persoon belichaamt de partij in nagenoeg alle belangrijke debatten. Eerder Nederlands onderzoek toonde aan dat de lijsttrekker gemiddeld tussen de 40% (kranten) en 60% (Tv-nieuws) van de aandacht voor een partij voor zijn of haar rekening neemt.²⁰ Deze mate van presidentialisering is vergelijkbaar met deze in de Vlaamse media tijdens de korte campagne van 2007. De Vlaamse politiek lijkt zich dan ook in te schakelen in een internationale tendens naar een meer presidentiële *presentatie* van de politiek binnen een parlementair systeem, met name in verkiezingstijd.²¹ Dit betekent echter nog niet dat ook de *impact* van de partijleiders in een zelfde mate is toegenomen. Zo nam het relatieve aantal voorkeurstemmen voor de lijsttrekker (van de Senaat) van de drie klassieke partijen slechts licht toe. Ook na de zichtbaar meer presidentiële campagne van 2007 stemden ruim 40% van de kiezers van SP.A-Spirit, CD&V – N-VA en Open VLD niet voor de kandidaat-premier van hun partij. Het lijkt er dan ook op dat de kiezers meer dan journalisten en politici gehandeld hebben volgens de logica van een parlementaire democratie.

20. P. VAN PRAAG en K. BRANTS, (Eds.) *Tussen beeld en inhoud. De verkiezingscampagne van 1998*, Amsterdam: Het Spinhuis, 2000; J. KLEINNIJENHUIS et al., *De puinhopen in het nieuws. De rol van de media bij de Tweedekamer-verkiezingen van 2002*, Alphen aan de Rijn: Kluwer, 2003. Voor een overzicht zie P. VAN AELST, 2007: 202–203.

21. A. MUGHAN, 2000.

BIJLAGE Chronologisch overzicht van belangrijke gebeurtenissen in de lange aanloop naar 10 juni 2007.

18/08/06	Interview met Yves Leterme in Libération zorgt voor hevige reacties van Franstalige politici
2/12/06	CD&V zegt kartel met N-VA op na toetreding JM Dedecker
12/12/06	N-VA kiest voor kartel (en laat Dedecker vallen)
13/12/06	RTBF docufictie "Bye bye Belgium" zorgt voor politieke opwinding
16/12/06	Guy Verhofstadt presenteert vierde Burgermanifest
19/01/07	JM Dedecker richt eigen partij op
11/02/07	Naamsverandering VLD naar 'open VLD'
21/03/07	Verhofstadt verdeelt gratis boek '8JV' voor de start van de sperperiode
23/03/07	Le Soir & De Standaard werken één maand samen
28/03/07	Johan Vande Lanotte stelt zich kandidaat premier
6/05/07	Leterme maakt bekend dat hij de Senaatslijst van CD&V trekt
7/05/07	In Frankrijk wint Sarkozy uitgesproken de presidentsverkiezingen. De uitslag lijkt vooral de MR in de kaart te spelen
28/05/07	Verhofstadt en Leterme gaan met elkaar in debat op VTM. Verscheidene kranten roepen Leterme uit als winnaar
29/05/07	Bitsse campagne in Wallonië bereikt hoogtepunt na ontslag van MR-schepenen in Charleroi
3/06/07	Het Grote Debat op VRT tussen de drie kandidaat-premiers levert geen duidelijke winnaar op
10/06/07	Parlementsverkiezingen
