

Hogeschool Gent, Geass. Faculteit  
Handelswetenschappen en  
Bestuurskunde  
Henleykaai 84  
9000 GENT  
BIBLIOTHEEK

32

2012 / 4

# RES PUBLI

politiek-wetenschappelijk tijdschrift van de Lage Landen

| Afgiftekantoor: 3000 Leuven X | Driemaandelijks tijdschrift | oktober-december 2012 | P 702166 |

Volume 54

2012/4

acco

## Res Publica

<http://www.respublica.be>

### **Hoofdredacteur**

Joop VAN HOLSTEYN (Universiteit Leiden)

### **Redactiesecretaris**

Josje DEN RIDDER (Sociaal en Cultureel Planbureau)

### **Redactie**

Peter BURSENS (Universiteit Antwerpen), Rik DE RUITER (Universiteit Leiden), Carl DEVOS (Universiteit Gent), Gustaaf GEERAERTS (Vrije Universiteit Brussel), Eelke HEEMSKERK (Universiteit van Amsterdam), Herman LELIEVELDT (Roosevelt Academy Middelburg), Petra MEIER (Universiteit Antwerpen), Jan ORBIE (Universiteit Gent), Paul VAN DER BIJL (Hogeschool van Amsterdam), Henk VAN DER KOLK (Universiteit Twente)

### **Redactieadres**

Instituut voor Politieke Wetenschap, t.a.v. Res Publica / Joop van Holsteyn, Postbus 9555, 2300 RB Leiden, Nederland  
[res.publica@acco.be](mailto:res.publica@acco.be)

### **Uitgever**

Uitgeverij Acco, Blijde Inkomststraat 22, B-3000 Leuven  
[www.uitgeverijacco.be](http://www.uitgeverijacco.be)  
tel. +32 16 62 80 00  
fax +32 16 62 80 01  
e-mail: [uitgeverij@acco.be](mailto:uitgeverij@acco.be)

Vertegenwoordiging in Nederland:

Acco Nederland, Westvlietweg 67 F, NL-2495 AA Den Haag  
tel. + 31 70 386 88 54  
fax + 31 70 386 14 98  
e-mail: [info@uitgeverijacco.nl](mailto:info@uitgeverijacco.nl)

### **Abonnementsprijzen**

	Individu	Instelling	Student
België & Nederland	€ 45	€ 110	€ 35
Abroad (EC members)	€ 85	€ 115	/
Abroad (non EC members)	€ 135	€ 135	/

Los nummer

€ 20

Dubbel nummer

€ 40

Abonnementen worden stilzwijgend voor één jaargang verlengd tenzij per e-mail opgezegd ten laatste 31 januari van de lopende jaargang. Opzeggen kan enkel per e-mail op dit adres: [uitgeverij@acco.be](mailto:uitgeverij@acco.be).

### **Rekening**

België – Abroad

Postrekening 000-0964500-29,

Acco-Boekbestellingen, Blijde Inkomststraat 22, B-3000 Leuven

IBAN-code: BE26000096450029

Swift- of BIC-code: BPOTBEB1

Nederland

Giro 4436148,

Acco-Boekbestellingen, Blijde Inkomststraat 22, B-3000 Leuven

# RES PUBLICA

politiek-wetenschappelijk tijdschrift  
van de Lage Landen

Driemaandelijks tijdschrift  
Volume 54 – 2012/4

## Inhoud

### Deel 1 – Wetenschappelijke artikelen

- Het democratisch mandaat van Nederlandse politieke partijen:  
crisis of continuïteit? – *Tom Louwerse* 413
- Een gemiste kans? De rol van YouTube in de verkiezingscampagne van  
2010 – *Annemarie S. Walter en Philip van Praag* 443
- Leidt meer kennis over de Europese Unie tot een sterkere Europese identiteit?  
Een vergelijkend onderzoek bij adolescenten in 21 lidstaten  
– *Soetkin Verhaegen, Marc Hooghe en Yves Dejaeghere* 465

### Deel 2 – Rubrieken

- Essay: De dood van Khadafi – *Jorg Kustermans* 495
- Symposium: Goed voedsel en de verplaatsing van de politiek  
– *Herman Lelieveldt, Klaas Breunissen, Kees de Vré en Frank de Bakker* 509
- Onderzoek uitgelicht
- Een psycho-politiek profiel van gematigden en links- en  
rechts-extremisten – *Alain Van Hiel* 519
- Verloren in vertaling: klimaatscepticisme en de terugkeer van het  
politieke – *Gert Goeminne* 523
- Economische elitenetwerken en Amerikaans buitenlands beleid van  
Clinton tot Obama – *Bastiaan van Apeldoorn en Naná de Graaff* 527
- Auteursinfo 531

#### Verantwoordelijke uitgever:

Vereniging voor Politieke  
Wetenschappen  
Vrije Universiteit Brussel  
Pleinlaan 2  
1050 Elsene

ISSN 0486-4700

PB-PP B-21

P 702166

Afgiftekantoor: 3000 Leuven X

**Omslagontwerp:** [www.dsigngraphics.be](http://www.dsigngraphics.be)

**Coverfoto:** Vlaams Parlement © Marnix Van  
Esbroeck

© 2012 by Acco

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd  
en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fo-  
tokopie, microfilm, of op welke andere wijze ook  
zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van  
de uitgever.

No part of this review may be produced in any form,  
by mimeograph, film or any other means without per-  
mission in writing from the publisher.



# DEEL 1

## WETENSCHAPPELIJKE ARTIKELEN

### INHOUD

---

Het democratisch mandaat  
van Nederlandse politieke partijen:  
crisis of continuïteit? 413

Tom Louwerse

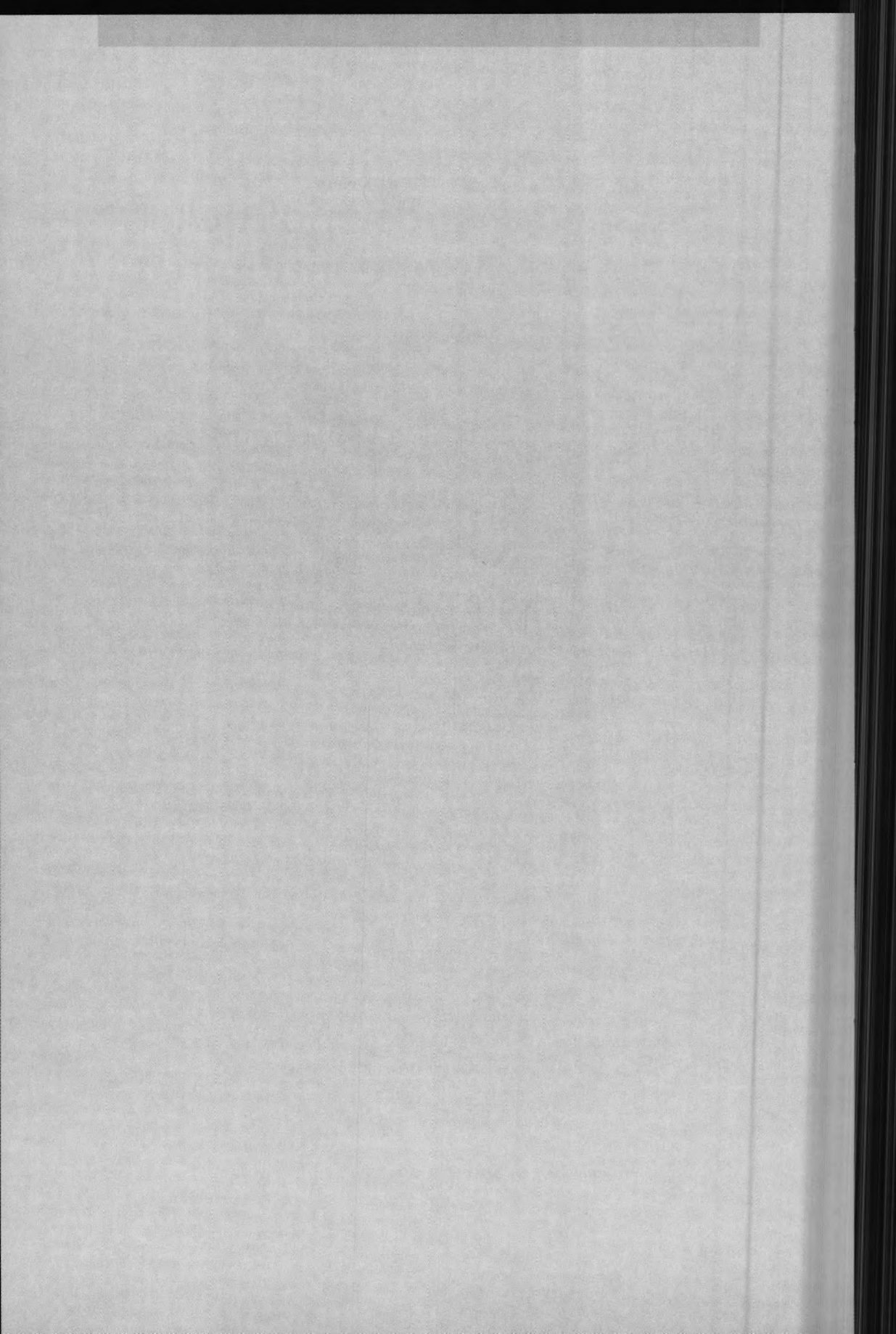
Een gemiste kans?  
De rol van YouTube in de  
verkiezingscampagne van 2010 443

Annemarie S. Walter en Philip van Praag

Leidt meer kennis over de  
Europese Unie tot een sterkere  
Europese identiteit? 465

Een vergelijkend onderzoek  
bij adolescenten in 21 lidstaten

Soetkin Verhaegen,  
Marc Hooghe en Yves Dejaeghere



# Het democratisch mandaat van Nederlandse politieke partijen: crisis of continuïteit?

Tom Louwerse<sup>1</sup>

---

**ABSTRACT: THE DEMOCRATIC MANDATE OF DUTCH POLITICAL PARTIES: CRISIS OR CONTINUITY?**

This article studies the extent to which Dutch political parties fulfil their electoral mandates. The central question is how collective mandate fulfilment has developed over the last sixty years. Increasing electoral volatility, changes in party organizations and the rise of populist parties could have resulted in a decrease of party mandate fulfilment. Contrary to previous studies, this article studies the mandate in terms of congruence between the electoral and parliamentary party competition. This allows for the study of opposition parties' mandate fulfilment. Election manifestos and parliamentary debates are studied for six elections and the subsequent parliaments (between 1950-2006). The structure of the party competition is rather congruent before and after elections for all of the cases, except 1972-1977. There is no evidence for a decline of the degree to which parties collectively fulfil their electoral mandates.

**KEYWORDS:** party mandate, political representation, political parties, Dutch national elections, parliamentary behaviour

---

## 1. Inleiding

De rol van politieke partijen in de Nederlandse representatieve democratie is in de twintigste eeuw steeds belangrijker geworden. In het ideaalbeeld van sommigen worden partijen gezien als vehikels van de kiezerswil, die de wensen en belangen van burgers vertalen in politieke besluitvorming. Anderen geven de partijen meer ruimte om zelf hun koers te bepalen; daarbij zijn deze echter afhankelijk van de kiezersgunst (Ranney, 1954; Pitkin, 1967). In de praktijk van de Nederlandse democratie geven kiezers geen directe opdrachten aan hun vertegenwoordigers, maar kiezen ze eens in de paar jaar tussen enkele alternatieven. Daarbij spelen

verkiezingsprogramma's een belangrijke rol, direct maar vooral ook indirect, bijvoorbeeld via televisiedebatten, programmavergelijkingen en kieshulpen. Dit getuigt ervan dat het partijmandaatmodel een belangrijke rol heeft in het electorale proces: als kiezers stemmen op een partij waarvan ze het programma steunen en partijen vervolgens hun verkiezingsprogramma omzetten in beleid, ontstaat er overeenstemming tussen de wensen van kiezers en het uiteindelijke beleid (Thomassen, 1994). De vraag is hoe de praktijk zich verhoudt tot dit ideaalbeeld. Dit artikel richt zich op een cruciaal aspect uit het partijmandaatmodel, namelijk de vraag of partijen zich aan hun verkiezingsmandaat houden.

De centrale positie van politieke partijen is aan groeiende kritiek onderhevig. De substantieve representatieve rol van partijen komt volgens sommigen onder druk te staan (Katz & Mair, 1995). Partijen zouden er steeds minder goed in slagen om de wensen van de bevolking te vertegenwoordigen, onder meer omdat bepaalde alternatieven, zoals een links-conservatieve partij, ontbreken (Van der Brug *et al.*, 2011; Lefkofridi *et al.*, 2011). In het publieke debat staat ook het optreden van partijen zelf in een kwaad daglicht: partijen richten zich, zo luidt de klacht, minder op het binnenhalen van beleidspunten en meer op het winnen van zetels en meedoen in de regeringscoalitie. Daardoor zouden alle partijen op elkaar lijken en zou de verkiezingsuitslag voor het uiteindelijke beleid weinig uitmaken (Van der Kolk & Aarts, 2011). Hebben de genoemde ontwikkelingen geleid tot een verzwakking van het partijmandaat? De centrale vraag is dan ook *hoe de collectieve vervulling van het partijmandaat in Nederland zich in de afgelopen zestig jaar heeft ontwikkeld*.

Dit artikel verschilt op een aantal manieren van het bestaande onderzoek naar vervulling van het partijmandaat in Nederland. Allereerst wordt een vergelijking gemaakt tussen het verkiezingsprogramma en het parlementair gedrag van partijen, en niet zoals in eerder onderzoek tussen programma en regeringsbesluiten (Thomson, 2001). Op deze manier kan mede worden bestudeerd in hoeverre oppositiepartijen zich aan hun verkiezingsmandaat houden. Ten tweede wordt het mandaat niet geconceptualiseerd in termen van een lijst beloftes, maar wordt bekeken of de politieke stellingname van partijen op politieke conflictdimensies voor en na verkiezingen gelijk blijft. Hierdoor wordt, zo zal worden beargumenteerd, een meer omvattend beeld van de vervulling van het verkiezingsmandaat geboden. Naast een inhoudelijke bijdrage biedt dit artikel een nieuwe manier om de verschillen tussen partijposities voor en na verkiezingen te onderzoeken met behulp van het zogeheten *Wordfish*-algoritme. Dit algoritme is succesvol toegepast op de analyse van partijprogramma's en parlementaire debatten, maar deze twee soorten documenten zijn niet eerder met behulp van *Wordfish* vergeleken (Slapin & Proksch, 2008; Proksch & Slapin, 2009). De voor- en nadelen van deze aanpak worden hier bekeken.

Het artikel begint met een beschouwing van het partijmandaatmodel: wat is het 'partijmandaat' en wanneer wordt dit 'vervuld'? Daarna worden verwachtingen



over de toe- of afname van de vervulling van het partijmandaat uiteengezet. Vervolgens wordt de gebruikte methode toegelicht, waarbij wordt stilgestaan bij het toepassen van geautomatiseerde inhoudsanalyse. Ten slotte worden de resultaten van de analyse van partijposities in zes Nederlandse verkiezingen en de daaropvolgende parlementaire periodes sinds 1950 besproken.

## 2. Partijmandaatmodel

In de klassieke versie van het partijmandaatmodel strijden twee partijen om de kiezersgunst (Ranney, 1954). Als kiezers stemmen op de partij waarvan ze de standpunten delen, krijgt de winnende partij een mandaat van een kiezersmeerderheid om haar programma uit te voeren. Dit programma werd immers door een meerderheid van kiezers verkozen boven het alternatief. Als de partij haar programma daadwerkelijk weet om te zetten in beleid, biedt dit model een mechanisme voor kiezersinvloed op het regeringsbeleid.

Het probleem met deze versie van het partijmandaatmodel is dat er feitelijk altijd meer dan twee partijen meedoen met verkiezingen. En zelfs in landen met een klein aantal partijen krijgt de verkiezingswinnaar niet vaak een meerderheid van stemmen, waardoor men niet kan spreken van een kiezersmandaat *om te regeren*. Voorstanders van het *mediane mandaatmodel* beargumenteren dat dit probleem ondervangen kan worden als beleidsopvattingen van alle kiezers en partijen kunnen worden gepositioneerd op één dimensie, bijvoorbeeld links-rechts (Black, 1958; McDonald & Budge, 2005). Aan de mediane positie wordt in dit model een bijzondere waarde toegekend, omdat de mediane stem bij meerderheidsbesluitvorming de doorslaggevende is. De partij waarop de mediane kiezer stemt zal, onder voorwaarden, in het parlement de doorslaggevende middenpositie innemen, waardoor de regering met die positie in het bijzonder rekening zal moeten houden. In de praktijk blijkt de werking van het mediane mandaat problematisch, omdat er in veel landen, waaronder Nederland, meerdere conflictdimensies bestaan waarbij verschillende partijen de mediane positie innemen (Thomassen, 1994). Daarnaast zorgen het kiesstelsel en de coalitievorming voor een verminderde werking van het mechanisme. Het idee van het mandaat *om te regeren* is al met al hoogst problematisch.

Het partijmandaatmodel kan ook op een andere manier worden ingevuld, waarbij het mandaat *om te representeren* in het parlement centraal staat. Hierbij wordt niet zozeer gekeken naar de vraag of er een overeenstemming is tussen de 'wil van de kiezer' en het gevoerde beleid, maar naar de vraag of partijen hun representatieve rol op een goede manier vervullen: streven zij in het parlement na wat zij voor de verkiezingen voorstonden? Het is voor kiezers van belang om te weten of het

verkiezingsprogramma een goede indicator is voor het gedrag van partijen na de verkiezingen om het probleem van adverse selectie te ondervangen (Müller, 2000).

Een bijkomend voordeel van het conceptualiseren van het mandaat in termen van parlementaire representatie is dat dit de mogelijkheid biedt om het verkiezingsmandaat van oppositiepartijen te bestuderen. De meeste bestaande studies kijken naar de mate waarin partijprogramma's invloed hebben op het regeringsbeleid. Dat is voor regeringspartijen wellicht een goede maatstaf, maar van oppositiepartijen kan men moeilijk verwachten dat zij erin slagen om het hele programma om te zetten in regeringsbeleid. Toch hebben ook oppositiepartijen een *representatief* mandaat: de kiezer mag verwachten dat een oppositiepartij de regering bestrijdt volgens de uitgangspunten die voor de verkiezingen werden gesteld. Dat geldt des te meer in een consensusdemocratie als de Nederlandse, waarin het niet de rol van de oppositie is om uitsluitend tegen te zijn, maar waarin elke partij vanuit haar eigen ideologische achtergrond invloed kan uitoefenen op het beleid, bijvoorbeeld via het werk in parlementaire commissies (Döring, 1995). Door een vergelijking te maken tussen de opvattingen van partijen voorafgaande aan de verkiezingen en vervolgens in het parlement, kan de mate waarin oppositiepartijen (en regeringspartijen) zich aan hun (representatieve) verkiezingsmandaat houden in kaart worden gebracht.

Op de vraag wat het 'verkiezingsmandaat' inhoudt, biedt de literatuur drie verschillende antwoorden.

Ten eerste is er de beloftebenadering, die stelt dat het verkiezingsmandaat bestaat uit de verkiezingsbeloftes van een partij, doorgaans vervat in het verkiezingsprogramma (Royed, 1996; Mansergh & Thomson, 2007; Petry & Collette, 2009). Onderzoek in deze traditie identificeert deze beloftes in het verkiezingsprogramma en bekijkt of ze worden vervuld, bijvoorbeeld door middel van een regeringsbesluit. Deze benadering sluit nauw aan bij het idee dat 'partijen zich aan hun verkiezingsbeloftes' moeten houden. De methode kent echter beperkingen (Louwerse, 2011b). De politieke agenda is aan verandering onderhevig: onderwerpen die tijdens de campagne aan bod komen, spelen na de verkiezingen soms een beperkte rol, terwijl nieuwe dossiers hun intrede doen. Denk bijvoorbeeld aan de Irakoorlog, die tijdens de (Nederlandse) formatieperiode in 2003 plots actueel werd. Hoewel de concrete kwestie-Irak in de verkiezingsprogramma's niet werd genoemd, kon men uit de verkiezingsprogramma's in meer algemene zin afleiden wat voor een soort buitenlandbeleid de partijen voorstonden. Door alleen naar beloftes te kijken, blijven veel kwesties buiten het zicht van de onderzoeker. Dat effect wordt nog versterkt door het feit dat verkiezingsprogramma's niet voor elke specifieke situatie concrete beloftes bevatten. Veel wetgeving komt niet voort uit partijprogramma's, maar wordt door de ambtenaren ontwikkeld. De reactie van partijen op dit soort voorstellen is onderdeel van hun representatieve optreden. De beloftebenadering kijkt alleen naar de vraag of verkiezingsbeloftes worden ver-

vuld, niet naar de vraag hoe hetgeen partijen in het parlement doen zich verhoudt tot hun verkiezingsprogramma.

De tweede benadering van het verkiezingsmandaat is de aandachtbenadering, die benadrukt dat partijen voor en na verkiezingen aandacht aan dezelfde thema's moeten besteden. Onderzoek in deze traditie richt zich doorgaans op de vraag of er een verband is tussen de mate waarin partijen over een onderwerp spreken in hun verkiezingsprogramma en de overheidsbestedingen op het betreffende beleidsterrein (Klingemann *et al.*, 1994). Deze benadering komt voort uit het idee dat onderzoek naar de stellingname van partijen zich moet richten op het belang dat partijen aan onderwerpen hechten, omdat partijen vooral met elkaar concurreren door verschillende thema's te benadrukken – niet door conflicterende standpunten in te nemen, zoals vaak wordt verondersteld (Klingemann *et al.*, 2006). Een voordeel van deze aandachtbenadering boven de beloftebenadering is dat eerstgenoemde kan omgaan met de veranderende politieke agenda. Een beperking is dat alleen wordt gekeken naar het belang van thema's voor partijen, maar niet naar welke positie ze innemen. Zo spreken zowel GroenLinks als de SP veel over het belang van sociale zekerheid, maar hun oplossingen lopen uiteen. Daarnaast is het meten van het vervullen van het partijmandaat door te kijken naar de mate waarin er geld wordt besteed aan onderwerpen problematisch, met name voor onderwerpen die niet of althans niet eenvoudig of eenduidig in monetaire termen gevat kunnen worden, zoals medisch-ethische kwesties (Royed, 1996).

De derde en laatste benadering komt voort uit het gebruik van ruimtelijke modellen in de politicologie en wordt daarom de ruimtelijke benadering genoemd (Louwerse, 2011b). Hierbij worden opvattingen van politieke partijen uitgedrukt als een positie op een beleidsdimensie, zoals economie, milieu of criminaliteit. Deze informatie kan worden gecombineerd in één ruimtelijk model van de partijposities in de electorale of parlementaire arena. Dit wordt de competitieruimte (*space of competition*) genoemd, waarin de positie van partijen wordt vervat over onderwerpen waarover partijen zich tijdens de verkiezingen of in het parlement buigen (Sani & Sartori, 1984).<sup>2</sup> De ruimtelijke weergave van partijopvattingen wordt onder andere gebruikt in enquête-onderzoek en in de onderzoekstraditie die de opvattingen van kiezers vergelijkt met die van partijen en gekozenen (Powell, 2000; Golder & Stramski, 2010). Het achterliggende idee is dat we van partijen mogen verwachten dat hun posities op beleidsdimensies gelijk blijven voor en na verkiezingen. Op deze manier worden zowel het probleem van de veranderende politieke agenda als de problemen van de aandachtbenadering omzeild. Wellicht spelen er na verkiezingen andere onderwerpen dan ervoor, maar een rechtse partij zou rechts moeten blijven en een linkse partij links, om het eenvoudig uit te drukken.

De ruimtelijke benadering bekijkt het partijmandaat, anders dan de eerder genoemde benaderingen, op het niveau van het partijstelsel (Louwerse, 2011a). Daarbij wordt gekeken naar de positie die partijen innemen ten opzichte van el-

kaar. Dat sluit goed aan bij het idee dat representatie een “publiek, geïnstitutionaliseerd arrangement” is: “wat het representatie maakt is niet enige enkelzijdige actie van een deelnemer, maar de structuur en het functioneren van het systeem als geheel, de patronen die voortkomen uit de activiteiten van velen” (Pitkin, 1967, pp. 221-222, vertaling van de auteur). Het gaat er daarbij niet zozeer om dat één partij haar beloftes nakomt, maar *of de posities die alle partijen innemen in de electorale competitie een goede voorspeller zijn van de posities die partijen innemen in de parlementaire arena*. Een stemmer kiest immers *tussen* partijen: als de parlementaire competitie er heel anders uitziet dan de electorale, had hij of zij wellicht beter een andere keuze kunnen maken. Vervulling van het partijmandaat wordt hier dus op het niveau van het partijsysteem geanalyseerd; dit kan men *collectieve mandaatvervulling* noemen.

### 3. Erosie van het partijmandaat?

De rol van politieke partijen in de hedendaagse Nederlandse politiek wordt in het publieke debat niet zelden in negatieve bewoordingen beschreven. Door veranderingen in patronen van stemgedrag, partijorganisaties en het partijsysteem als geheel kunnen partijen volgens sommigen hun representatieve rol tegenwoordig minder goed vervullen. Drie ontwikkelingen zijn daarbij van bijzonder belang.

Ten eerste is er sinds de jaren 1970 sprake van *dealignment*. Tussen 1920 en 1960 waren de belangrijkste politieke conflictdimensies ‘bevroren’, wat ervoor zorgde dat de politieke competitie tussen partijen relatief stabiel was (Lipset & Rokkan, 1967). In het verzuilde Nederland stemden katholieken meestal op de KVP, seculiere arbeiders veelal op de PvdA en protestanten op ARP of CHU. De binding tussen maatschappelijke groepen en hun politieke partijen was relatief sterk. Sinds de jaren 1950 is het lidmaatschap van politieke partijen in Nederland gedaald; de organisatiegraad was 12,5% in het verkiezingsjaar 1956, terwijl in 2010 nog slechts 2,5% van de kiesgerechtigden lid was van een partij (Voerman & Van Schuur, 2011). In de recente periode is er wel sprake van een gedeeltelijk *realignment*, niet op basis van maatschappelijke scheidslijnen maar op basis van beleidsdimensies. De opkomst van het belang van een nieuwe ‘culturele’ dimensie is daar het belangrijkste voorbeeld van (Pellikaan *et al.*, 2003; Kriesi *et al.*, 2006; Aarts & Thomassen, 2008). Daarbij wordt erop gewezen dat de congruentie tussen kiezersvoorkeuren en partijstandpunten juist op deze ‘nieuwe’ onderwerpen relatief laag is (Van der Brug *et al.*, 2011).

Ten tweede is de organisatie van partijen en het partijsysteem als geheel veranderd, mede onder druk van *dealignment*. Tot kort na de oorlog konden politieke partijen gekarakteriseerd worden als massapartijen: partijen hadden relatief veel leden,

een organisatie die was ingebed in lokale afdelingen en partijen vertegenwoordigden veelal een bepaald deel van de samenleving. Na de oorlog kwamen de zogenoemde *catch-all*-partijen op die zich op de electorale markt niet beperkten tot één bepaald segment van de maatschappij, maar probeerden alle kiezers voor zich te winnen (Kirchheimer, 1966). Ideologie werd minder belangrijk; de professionaliteit van de partij stond centraal (Panebianco, 1988). De rol van de partijleiding werd belangrijker, ten koste van de gewone leden en het middenkader (Krouwel, 2006). Meer recent is een derde partijmodel beschreven dat partijen niet meer zozeer als maatschappelijke maar eerder als staatsactoren beschrijft (Katz & Mair, 1995, 2009). Volgens dit kartelpartijmodel zijn partijen zo goed als onderdeel geworden van de staat: een publieke dienstverlening die burgers in staat stelt te kiezen voor verschillende beleidsopties (Van Biezen, 2004). Partijen worden niet langer primair gefinancierd door de contributies van leden maar door de staat, op basis van ruime subsidieregelingen. Leden krijgen formeel meer te zeggen, middels ledenreferenda en ledencongressen, maar ze zijn zo versplinterd dat hun invloed op de partijleiding beperkt is. Partijen zijn niet alleen vervlochten met de staat maar ook met elkaar: ze vormen een kartel. Ze verdelen de electorale koek onderling: geen enkele partij wint of verliest heel sterk, want er zijn altijd baantjes te vinden voor zowel winnaar als verliezer.

Als laatste kan gewezen worden op de opkomst van populistische partijen in West-Europa (Mudde, 2010; Ardit, 2003). Populisten vallen de democratische geloofsbrieven van de gevestigde politieke partijen aan. Gevestigde partijen zouden niet (willen) luisteren naar de gewone man. Als oplossing stellen populistische partijen vaak democratische veranderingen voor, zoals referenda en meer gekozen functionarissen (Taggart, 2004). Ze keren zich echter niet helemaal tegen het idee van politieke representatie: de representatieve verbinding tussen burgers en politici moet zo direct mogelijk zijn. Gevestigde partijen reageren op uiteenlopende manieren op deze populistische kritiek: sommige partijen gaan er recht tegenin, terwijl andere de populistische retoriek overnemen (Meguid, 2005; Bale *et al.*, 2010).

Over de invloed van deze ontwikkelingen op de representatieve rol van politieke partijen bestaat discussie. Wie het kartelpartijmodel als uitgangspunt neemt, komt doorgaans uit op een zeer negatief oordeel over de representatieve functie van partijen. Aanhangers van de kartelpartijthese zien partijen immers als oligarchen in een electoraal kartel. Geen enkele partij verliest echt bij de verkiezingen, omdat politieke functies en andere voordelen van de macht onderling worden verdeeld. Politieke competitie is geworden tot ritueel; democratische verkiezingen zijn slechts 'statige onderdelen' van de grondwet (Katz & Mair, 1995, p. 22). En precies omdat er geen dreiging van electoraal verlies is, zullen partijen weinig geneigd zijn om hun verkiezingsbeloften te houden: "de relevantie van verbindingen gebaseerd op vertrouwen, verantwoordelijkheid en vooral representatie, erodeert, zowel binnen als buiten partijen" (Mair, 1997, p. 153, vertaling van de auteur). Dit leidt tot de volgende hypothese:

**Afnemende Congruentie Hypothese:** De congruentie tussen de electorale en parlementaire partijcompetitie is afgenomen.

Hiertegenover staat een meer positieve lezing van recente ontwikkelingen. Onder anderen Kitschelt (2000) en Koole (1996) beargumenteren dat de band tussen politieke partijen en de staat wel sterker is geworden, maar dat partijen ook nog een band hebben met de samenleving. Het voert volgens hen te ver om partijen als staatsinstituties te beschouwen. Zelfs al zouden ze dat zijn, dan is dat nog geen reden om helemaal niet naar het partijmandaat om te zien. Representatie hoeft niet per se van onderop georganiseerd te zijn, het kan ook van bovenaf (Esaiasson & Holmberg, 1996). De electorale competitie is vandaag de dag heviger dan ooit: nog nooit wisselden zo veel zetels van 'eigenaar' bij verkiezingen als in de laatste 20 jaar. Partijen hebben dan juist veel te winnen en verliezen bij verkiezingen en zullen daarom beter letten op wat ze doen met hun partijmandaat. De kartelstrategie die partijen misschien zouden willen hanteren, blijkt weinig succesvol, zeker in het relatief 'open' Nederlandse partijsysteem. Nieuwe partijen als de SP, LPF, PVV en Partij voor de Dieren hebben een succesvolle entree gemaakt (De Lange, 2008). Op basis van deze argumentatie kan de volgende hypothese worden geformuleerd:

**Toenemende Congruentie Hypothese:** De congruentie tussen de electorale en parlementaire partijcompetitie is toegenomen.

#### 4. Methode

Het mandaat van Nederlandse politieke partijen wordt hier bestudeerd aan de hand van zes verkiezingen en de daaropvolgende parlementaire periodes tussen 1950 en 2006. Op die manier kan een vergelijking worden gemaakt tussen de periodes van verzuiling, *dealignment* en de opkomst van kartelpartijen. De grote hoeveelheid te analyseren gegevens vereist een selectie van onderzoekscasus. Door per decennium ruwweg één casus te selecteren is het mogelijk om de ontwikkeling van de vervulling van het partijmandaat in kaart te brengen. Bij de selectie van casus is verder rekening gehouden met een minimale zittingsduur van drie jaar – om de parlementaire posities van partijen betrouwbaar te kunnen vaststellen – en de representativiteit van de steekproef in termen van de regeringsdeelname van verschillende partijen. Dat laatste kan worden bereikt door van de kabinetten die minimaal drie jaar in het zadel zaten steeds de eerste uit het decennium te kiezen. Dit resulteerde in de selectie van de parlementaire periode ten tijde van de kabinetten Drees III (1952-1956), De Quay (1959-1963), Den Uyl (1973-1977), Lubbers I (1982-1986), Kok I (1994-1998) en Balkenende II (2003-2006). In de analyse zijn alle partijen betrokken die bij de verkiezingen zetels in de Tweede Kamer hebben gewonnen en waarvan een verkiezingsprogramma beschikbaar was.

Het analyseren van de congruentie van de electorale en parlementaire partijcompetitie vereist gegevens over de inhoudelijke posities van partijen. Deze worden in kaart gebracht met behulp van tekstanalyse van verkiezingsprogramma's en parlementaire debatten. De keuze voor tekstanalyse vloeit voort uit het feit dat de onderzochte periode relatief ver teruggaat; voor de eerste decennia na de Tweede Wereldoorlog bestaan bijvoorbeeld geen expertschattingen of kiezerspercepties van partijposities. Daarnaast worden de opvattingen van partijen in een relatief kort tijdsbestek gemeten, namelijk voor en na verkiezingen, waarvoor expertschattingen minder geschikt zijn, omdat zij doorgaans een schatting van de beleidsinhoudelijke positie van partijen in een bredere tijdspanne geven (Keman, 2007). Verkiezingsprogramma's worden doorgaans beschouwd als de meest gezaghebbende weergave van hetgeen de partij bij de verkiezingen aan de kiezer voorlegt (Budge, 2001; Pellikaan *et al.*, 2003). Bij Kamerdebatten gaat het om de teksten die door alle Kamerleden gezamenlijk worden geuit. Aangezien leden van Kamerfracties zich in Nederland vrijwel altijd opstellen als vertegenwoordiger van hun fractie, is het geen probleem om hun boodschap te beschouwen als die van hun partij (Andeweg & Thomassen, 2011).

Er wordt gebruik gemaakt van computeralgoritmes om de tekstanalyse uit te voeren. De grote hoeveelheid te analyseren tekst maakt het praktisch onhaalbaar om handmatige analysetechnieken toe te passen (Benoit & Laver, 2006). Automatische tekstanalysetechnieken zijn beter toepasbaar als er een grote hoeveelheid tekst is. Er zijn momenteel twee technieken die veel worden gebruikt: *Wordscores* en *Wordfish* (Laver *et al.*, 2003). Beide technieken analyseren het woordgebruik in teksten: hoe vaak zegt een bepaalde partij elk woord en wat kunnen we daaruit afleiden over haar politiekinhoudelijke positie? *Wordscores* baseert zich daarbij op bestaande informatie over hoe 'links' of 'rechts' (of welke andere politieke tegenstelling dan ook) woorden zijn. Dit wordt afgeleid uit referentieteksten waarvoor de politiekinhoudelijke positie bekend is. Als we bijvoorbeeld weten wat de links-rechtspositie van partijen is in hun verkiezingsprogramma's van 1994, dan kunnen we schatten hoe links of rechts de in die programma's gebruikte woorden zijn (de '*wordscores*') en op basis daarvan de links-rechtsposities van partijen in de verkiezingsprogramma's van 1998 bepalen. Het doel van dit artikel is om een vergelijking te maken van twee soorten teksten: verkiezingsprogramma's en parlementaire debatten. Het woordgebruik kunnen we echter niet direct vergelijken, omdat het om andersoortige teksten gaat (Laver *et al.*, 2003, p. 315). Met andere woorden: het is problematisch om verkiezingsprogramma's als referentieteksten te gebruiken voor parlementaire debatten. Maar andere referentieteksten zijn niet voorhanden: als we immers al wisten welke posities partijen innamen in het parlement, was deze analyse niet nodig. Het feit dat geen geschikte referentieteksten voorhanden zijn, maakt *Wordscores* ongeschikt voor het doel van dit onderzoek.

Het computeralgoritme *Wordfish* schat partijposities op een inductieve wijze (Slapin & Proksch, 2008; Proksch & Slapin, 2008). De belangrijkste assumptie daarbij is dat de woordkeuze van partijen in belangrijke mate afhankelijk is van hun inhoudelijke positie. Met andere woorden: linkse partijen kiezen andere woorden dan rechtse. Het algoritme is inductief: uit de verschillende patronen van woordgebruik van partijen wordt een positie afgeleid. Op basis van manifeste gegevens (woordgebruik) wordt een latente variabele (partijpositie) geschat, als bij factoranalyse of principale componentenanalyse. *Wordfish* gebruikt geen bestaande informatie over hoe 'links' of 'rechts' bepaalde woorden zijn, maar leidt de belangrijkste tegenstelling tussen partijen af uit het woordgebruik: als bijvoorbeeld SP en VVD over de economie de meest uiteenlopende woordkeuze hebben, zullen zij op de verschillende uiteinden van de dimensie worden geplaatst. In één *Wordfish*-analyse worden de verkiezingsprogramma's van verschillende partijen dus vergeleken (ten aanzien van een bepaald onderwerp). Meer formeel uitgedrukt, gebruikt *Wordfish* het volgende model:

$$y_{ij} \sim \text{Poisson}(\lambda_{ij})$$

$$\lambda_{ij} = \exp(\alpha_i + \psi_j + \beta_j * \omega_i)$$

Het aantal keren dat woord  $j$  uit document  $i$  wordt gebruikt ( $y_{ij}$ ) is *Poisson* verdeeld met gemiddelde en variantie  $\lambda_{ij}$ . Deze  $\lambda$  is een functie van vier parameters, die alle worden geschat door het algoritme:  $\alpha$  controleert voor de lengte van het document (in lange documenten zullen alle woorden vaker voorkomen);  $\psi$  corrigeert voor het feit dat sommige woorden vaker voorkomen dan andere in alle teksten (bijvoorbeeld het woord 'en', 'het' of 'voorzitter');  $\omega$  geeft de positie van de partij aan; en  $\beta$  omvat de informatie die woord  $j$  geeft over de verschillen in posities tussen partijen (sommige woorden zijn zeer onderscheidend tussen partijen, terwijl andere woorden evenveel door alle partijen worden gebruikt). Om de bovengenoemde parameters te schatten wordt gebruik gemaakt van het algoritme ontwikkeld door Proksch en Slapin (2008). Voor dit onderzoek zijn vooral de geschatte partijposities ( $\omega$ ) van belang.<sup>3</sup>

TABEL 1. Overzicht gebruikte analysecategorieën.

Casus in de periode 1952-1977	Casus in de periode 1982-2006
Economie, Gezondheidszorg en Onderwijs	Economie
	Gezondheidszorg en Onderwijs
Buitenlands Beleid en Defensie	Buitenlands Beleid en Defensie
Postmaterialistische onderwerpen	Milieu
	Migratie
	Justitie, Rechtspraak en Criminaliteit
	Democratie en Burgerlijke Vrijheden
Religie, Moreel en Medisch-Ethisch	Religie, Moreel en Medisch-Ethisch



De partijposities worden per onderwerp bepaald: wat betreft de economie kunnen partijen immers een heel ander standpunt innemen dan met betrekking tot migratie of medisch-ethische zaken. Daartoe zijn de geanalyseerde teksten per alinea uitgesplitst naar categorie. Hierbij werd de volgende procedure gebruikt. Voor de 19 categorieën in het codeboek van het *Comparative Agendas Project* zijn lijsten met trefwoorden opgesteld (Breeman *et al.*, 2009).<sup>4</sup> Elke alinea werd geclassificeerd in de categorie waarvan de trefwoorden het vaakst voorkwamen, gecorrigeerd voor verschillen in lengte van de trefwoordenlijsten.<sup>5</sup> Sommige alinea's konden op deze manier niet worden geclassificeerd, voornamelijk in het parlementaire debat, omdat ze geen enkel woord uit de trefwoordenlijst bevatten of omdat trefwoorden uit twee categorieën ongeveer even vaak voorkwamen. Deze alinea's zijn alsnog in een categorie geplaatst met behulp van een automatisch classificatieprogramma, een zogenoemde Support Vector Machine (SVM) (Fan *et al.*, 2008). De SVM bepaalt op basis van het woordgebruik in de alinea's die met behulp van de trefwoordenlijsten wel konden worden geclassificeerd tot welke categorie de overige alinea's waarschijnlijk behoren. Daarna zijn de twintig categorieën op inhoudelijke gronden samengevoegd tot een kleiner aantal, omdat sommige categorieën te weinig tekst bevatten om te worden geanalyseerd (vooral de verkiezingsprogramma's waren te kort). Dit resulteerde in vier categorieën voor de eerste drie onderzochte casus en acht voor de laatste drie casus (zie Tabel 1). Ter controle van de betrouwbaarheid van de classificatiemethode is een steekproef van alinea's uit de verkiezingsprogramma's van 1994 met de hand geclassificeerd, wat resulteerde in een (acceptabele) Krippendorffs alpha van 0,732. Het resultaat van deze procedure is voor elke partij (van elk verkiezingsprogramma en elke verzameling parlementaire debatten in een parlementaire periode) een verzameling tekst per categorie. Voor elk van de categorieën zijn de electorale en parlementaire partijposities vervolgens bepaald met behulp van het *Wordfish*-algoritme.

De toepassing van het *Wordfish*-algoritme in de Nederlandse casus, en in het bijzonder ten behoeve van de vergelijking tussen verkiezingsprogramma's en parlementaire debatten, kent enkele specifieke aandachtspunten. Allereerst is het lastig om op basis van *Wordfish*, of welke op woordfrequentie gebaseerde methode dan ook, een directe vergelijking te maken tussen verkiezingsprogramma's en het parlementaire debat (Laver *et al.*, 2003, p. 315). Het woordgebruik in deze twee bronnen is namelijk verschillend. Verkiezingsprogramma's worden doorgaans geschreven door een bestuur of commissie en er wordt doorgaans lang aan de tekst geschaafd. Bijdragen aan parlementaire debatten worden uitgesproken – ze worden vaak alleen door het betreffende Kamerlid of zijn medewerker voorbereid. Daarom wordt hier geen directe vergelijking gemaakt tussen het woordgebruik in beide documenten, maar wordt een aparte analyse gemaakt van de verkiezingsprogramma's en van de parlementaire verslagen. De partijposities worden (door het *Wordfish*-algoritme) per onderwerp gestandaardiseerd, zodat ze een gemiddelde

van 0 en een standaardafwijking van 1 hebben. Deze posities kunnen weliswaar niet in absolute zin worden vergeleken ('de PvdA schoof één punt naar rechts'), maar wel in relatieve zin ('de PvdA schoof, in vergelijking met de andere partijen, naar rechts').

Om de schatting van de partijposities robuuster te maken, zijn bij de analyse van verkiezingsprogramma's de programma's uit de voorgaande en opvolgende verkiezingen meegenomen. Zo bevatte de analyse van 1994 niet alleen de verkiezingsprogramma's van 1994, maar ook die van 1989 en 1998. Dit zorgt ervoor dat de schatting van de woordparameters in het *Wordfish*-model robuuster is (Slapin & Proksch, 2009). De schatting van de partijposities in 1994 is evenwel alleen gebaseerd op de programma's van 1994. Voor de parlementaire posities is iets soortgelijks gedaan door de parlementaire Handelingen 'op te knippen' in periodes van één jaar.<sup>6</sup> De gemiddelde positie van een partij over de hele parlementaire periode is in de verdere analyse als meetpunt genomen.

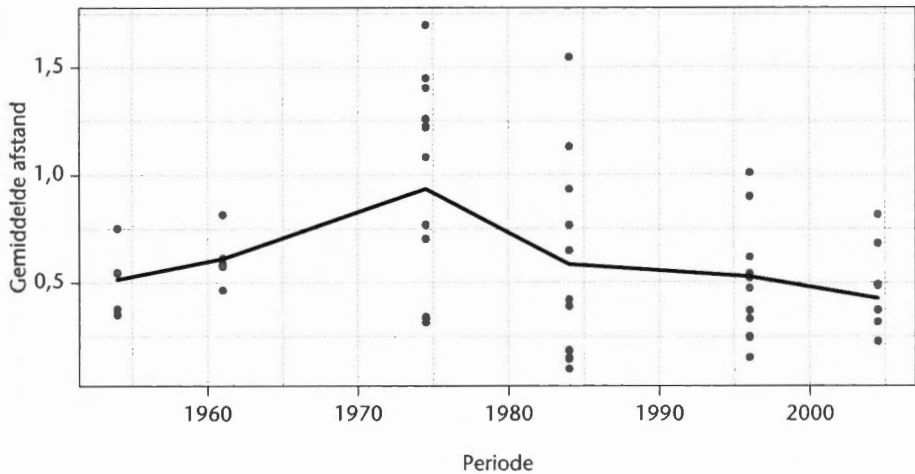
Als laatste is een correctie toegepast in verband met de kleine christelijke partijen. Zij hebben een afwijkend vocabulaire waarin ze veel verwijzingen naar de Bijbel gebruiken, ook wanneer het een onderwerp betreft dat niet direct aan religie kan worden gekoppeld. Als daarvoor niet wordt gecorrigeerd, vinden we op vrijwel alle beleidsterreinen een tegenstelling tussen de kleine christelijke partijen aan de ene kant en de andere partijen aan de andere kant. Het woordgebruik van deze partijen wijkt immers sterk af. Om hiervoor te corrigeren zijn woorden die alleen door de kleine christelijke partijen werden gebruikt en in het geheel niet door andere partijen, niet meegenomen in de analyse.

In het algemeen dient te worden opgemerkt dat de assumptie van *Wordfish* dat woordgebruik hoofdzakelijk een functie is van de politieke positie van de gebruiker in sommige gevallen problematisch is. Daardoor worden posities van partijen soms anders geschat dan experts dat zouden doen. Daarbij kan worden aangetekend dat deze vertekeningen zich doorgaans voordoen zowel bij de verkiezingsprogramma's als bij de parlementaire verslagen. Aangezien de interesse hier uitgaat naar de congruentie van de twee arena's, zijn dergelijke vertekeningen minder problematisch.

## 5. Congruentie van partijposities

De congruentie van partijposities kan aan de hand van de geschatte partijposities op verschillende wijzen worden geanalyseerd. Allereerst wordt gekeken naar de *afstand* tussen de relatieve partijposities voor en na verkiezingen (Achen, 1978). Als partijen op dezelfde positie te vinden zijn voor en na verkiezingen is deze afstand 0; staan ze in het parlement ver af van hun electorale positie, dan zal de

afstand daarentegen groot zijn. Aangezien de schaalverdeling van partijposities ruwweg tussen de -2 en +2 ligt, is de maximale afstand tussen de partijpositie op een onderwerp voor en na verkiezingen ongeveer gelijk aan 4. Op basis van deze gegevens kan per partij de gemiddelde verschuiving op alle onderwerpen (gewogen naar aandacht) worden vastgesteld. De grijze stippen in Figuur 1 geven deze waarden aan. De zwarte lijn verbindt de gemiddelde waardes per jaar.



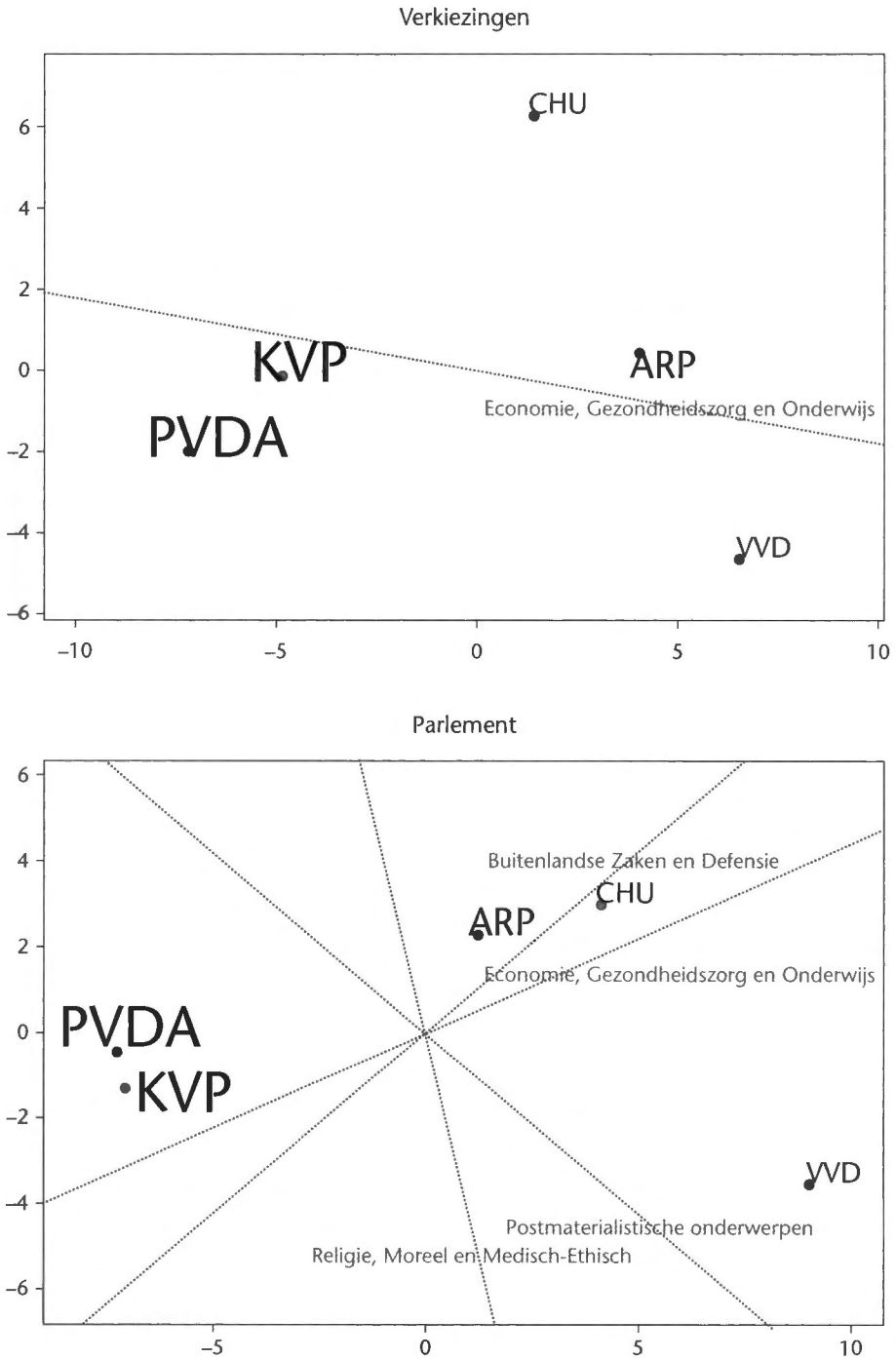
FIGUUR 1. Gemiddelde afstand tussen electorale en parlementaire posities op beleidsschalen.

De gemiddelde afstand varieert rond de 0,5 met een uitschieter van 0,9 in de jaren 1970. Afgezien van deze uitschieter is het beeld door de jaren heen redelijk constant. Er is voor de onderzochte jaren zeker geen sprake van een afname van congruentie. Integendeel, er lijkt sprake te zijn van een lichte toename: de gemiddelde incongruentiescore is het laagst in de meest recente casus. Wel neemt de variatie in de scores van de afzonderlijke partijen iets toe door de jaren heen. In de eerste twee onderzochte casus hebben de vijf geanalyseerde partijen ongeveer dezelfde score op de afstandsmaat, maar in latere jaren zien we duidelijkere verschillen. Dat komt ook doordat er in de meer recente casus meer kleinere partijen konden worden meegenomen, waarvan de positie niet altijd stabiel is of goed kan worden geschat. Gemiddeld genomen is de incongruentie, uitgezonderd de jaren 1972-1977, van partijposities stabiel. Hoewel niet alle parlementaire periodes tussen 1950 en 2006 zijn meegenomen in de analyse, is op basis van de gepresenteerde gegevens de kans klein dat er sprake zou zijn van een toe- of afname van de congruentie sinds 1950. Dit betekent dat voor zowel de afnemende congruentie hypothese als de toenemende congruentie hypothese geen steun is gevonden.

De genoemde cijfers geven evenwel maar een beperkt inzicht in de verklaringen voor congruentie tussen electorale en parlementaire partijcompetitie. Ze suggereren dat er behoorlijke verschillen zijn tussen partijen, maar de verklaring daarvoor vergt een meer nauwkeurige analyse. Om te kijken waar de afwijkingen zitten, worden de partijposities in de electorale en parlementaire competitie vergeleken aan de hand van meerdimensionale ruimtelijke modellen. Voor de electorale competitie en de parlementaire competitie wordt in elke casus een apart ruimtelijk model gemaakt, omdat de met *Wordfish* vastgestelde posities niet in absolute zin kunnen worden vergeleken tussen de twee arena's. Voor het maken van de ruimtelijke weergave is gebruik gemaakt van klassieke meerdimensionale schaling (MDS), waarbij de beleidsinhoudelijke dimensies zijn gewogen op basis van de gemiddelde aandacht van partijen voor elk van de dimensies (Kruskal & Wish, 1978; Borg & Groenen, 1997). Voor alle onderzochte casus blijkt een tweedimensionale ruimte afdoende om een goed beeld te geven van partijposities. Er dient te worden benadrukt dat de dimensies van de aldus geconstrueerde ruimtes betekenisloos zijn. Partijen die aan de linkerkant van de figuur staan, hoeven niet per se in politiek-inhoudelijke zin 'links' te zijn.<sup>7</sup> Ten behoeve van de interpretatie zijn de beleidsinhoudelijke dimensies aan de figuur toegevoegd middels de *property fitting*-techniek, indien deze dimensies in voldoende mate samenhangen ( $R^2 > 0,8$ ) met de dimensies van de politieke ruimte (Van der Brug, 1997; Louwerse, 2011a, p. 88). Op die manier kunnen we de relatieve plaatsing van partijen tijdens verkiezingen en in het parlement vergelijken en kijken naar de samenhang tussen verschillende beleidsdimensies. Hieronder worden, vanwege ruimtebeperking, drie van de zes casus nader bekeken: 1952-1956, 1972-1977 en 1994-1998. Deze casus geven een goede indruk van de zes onderzochte periodes alsook van de bruikbaarheid van de *Wordfish*-methode.

### 5.1 *Verzuiling*

Aan de Tweede Kamerverkiezingen van 1952 deden vijf partijen mee die een verkiezingsprogramma presenteerden: de drie grote confessionele partijen, de Katholieke Volkspartij (KVP), de Anti-Revolutionaire Partij (ARP) en de Christelijk Historische Unie (CHU), plus de Partij van de Arbeid (PvdA) en de Volkspartij voor Vrijheid en Democratie (VVD). De verkiezingen van 1952 vonden plaats in een sterk verzuild systeem, wat terug te zien is in de ruimtelijke modellen: een sociaaleconomische links-rechtstegenstelling in het horizontale vlak en verticaal (gedeeltelijk) een tegenstelling tussen confessionelen en seculieren (zie Figuur 2). De belangrijkste dimensie van de electorale competitie ligt in het horizontale vlak en correspondeert met de partijposities betreffende economie, gezondheidszorg en

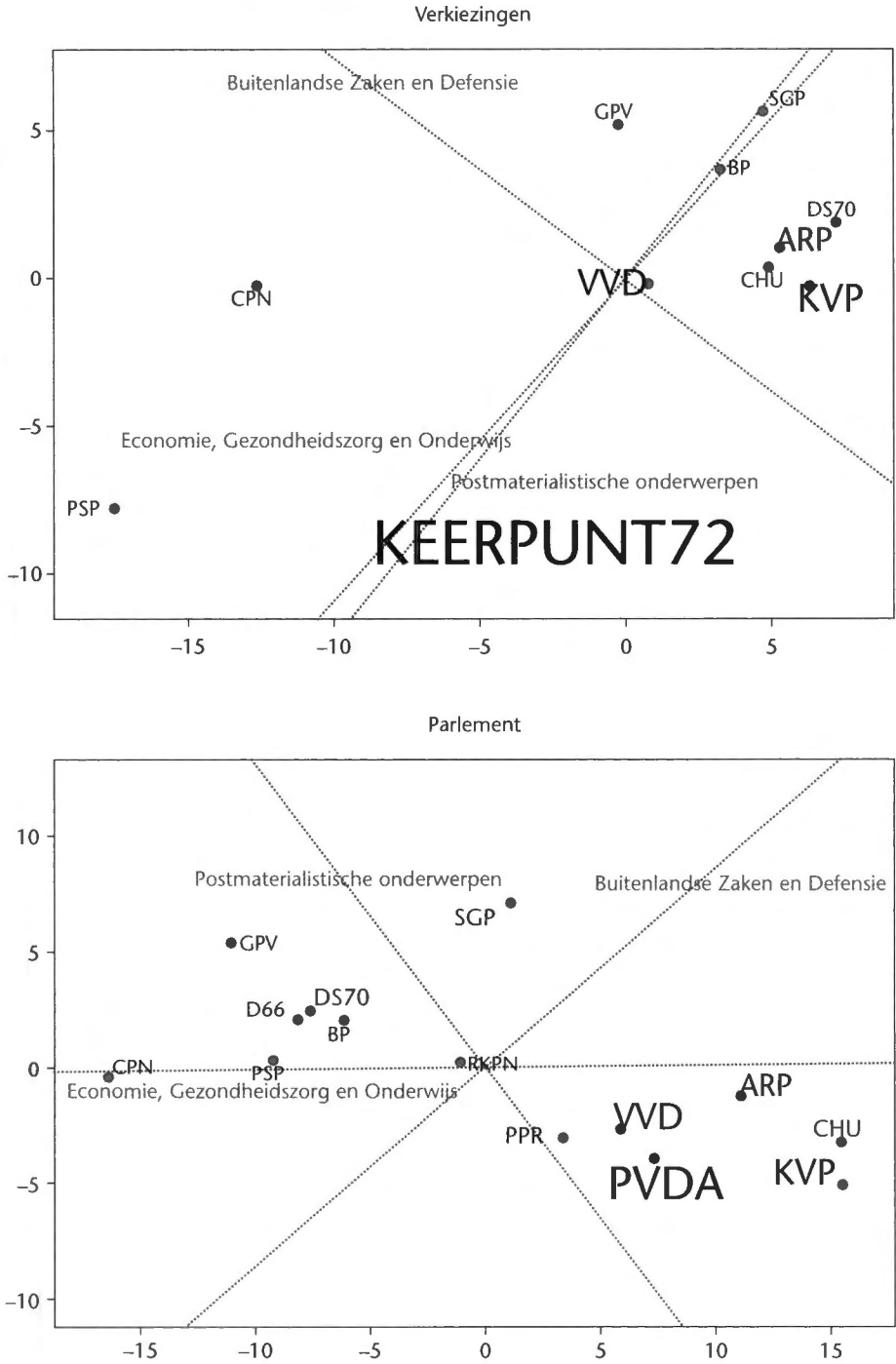


FIGUUR 2. Ruimtelijk model van partijcompetitie 1952-1956.

onderwijs. De grijze stippellijn geeft aan hoe deze beleidsinhoudelijke dimensie in de ruimte past. Partijposities op deze beleidsschaal kunnen worden benaderd door een lijn te trekken die door de partijpositie (de grijze punt onder de partijnaam) loopt en loodrecht op de beleidsdimensie. Aan de linkerkant zijn zowel PvdA als KVP gepositioneerd, terwijl de VVD de rechterflank bezet. Niet alle beleidsinhoudelijke dimensies staan weergegeven in de figuur. Sommige partijen konden niet op deze dimensies worden gepositioneerd, omdat zij te weinig over deze onderwerpen schreven in hun verkiezingsprogramma. Deze onderwerpen dragen echter wel bij aan de afgebeelde afstanden. De verschillen in het verticale vlak (tussen CHU en ARP enerzijds en PvdA en VVD anderzijds) zijn daar het gevolg van: zo staat op de buitenlanddimensie de PvdA op de ene flank en de ARP op de andere, met KVP en VVD in het midden.

Na de verkiezingen van 1952 kwam het derde kabinet onder leiding van PvdA'er Drees tot stand. Daarin werd de VVD 'ingeruild' voor de ARP. De liberalen hadden al voor de verkiezingen laten weten niet weer in een kabinet op brede basis zitting te willen nemen, omdat een dergelijk kabinet de oren te veel naar de vakbeweging zou laten hangen (Bosmans & Van Kessel, 2011, p. 92). Dit komt overeen met het grote verschil tussen VVD en PvdA op de sociaaleconomische dimensie in Figuur 2 en het belang van deze dimensie.

De parlementaire competitie in de periode 1952-1956 lijkt in zekere zin op de voorafgaande electorale competitie: PvdA en KVP op 'links', ARP en CHU in het midden en de VVD het verst verwijderd van de twee belangrijkste regeringspartijen (zie Figuur 2). De CHU lijkt iets in de richting van de VVD te zijn opgeschoven en de ARP iets in de richting van de coalitiegenoten. Verder valt op dat het verschil tussen de coalitiepartijen PvdA, KVP, ARP en CHU aan de ene kant en de oppositiepartij VVD aan de andere kant, groter is dan voor de verkiezingen. Als we kijken naar de posities op afzonderlijke beleidsinhoudelijke dimensies, is de invloed van de regering-oppositiedynamiek terug te zien. Op de postmaterialismedimensie, waarbij onderwerpen als justitie en de inrichting van het openbaar bestuur de belangrijkste zijn, staan KVP, PvdA en VVD niet langer gezamenlijk tegenover de ARP, maar staan KVP en PvdA tegenover VVD, ARP en CHU. De VVD lijkt zich aldus verwijderd te hebben van de belangrijkste coalitiepartijen. Iets soortgelijks doet zich voor op het terrein van buitenlandse zaken, waar de VVD in het parlement verwijderd stond van de coalitiepartijen. Bij de religiedimensie staat de PvdA dicht bij de coalitiegenoten, de confessionele partijen, wat doet vermoeden dat de tegenstelling tussen coalitie en oppositie hierop invloed uitoefent. Al met al is er een behoorlijke overeenstemming tussen de electorale en parlementaire partijcompetitie, waarbij de belangrijkste verstoring wordt veroorzaakt door de tegenstelling tussen regering en oppositie.



FIGUUR 3. Ruimtelijk model van partijcompetitie 1972-1977.

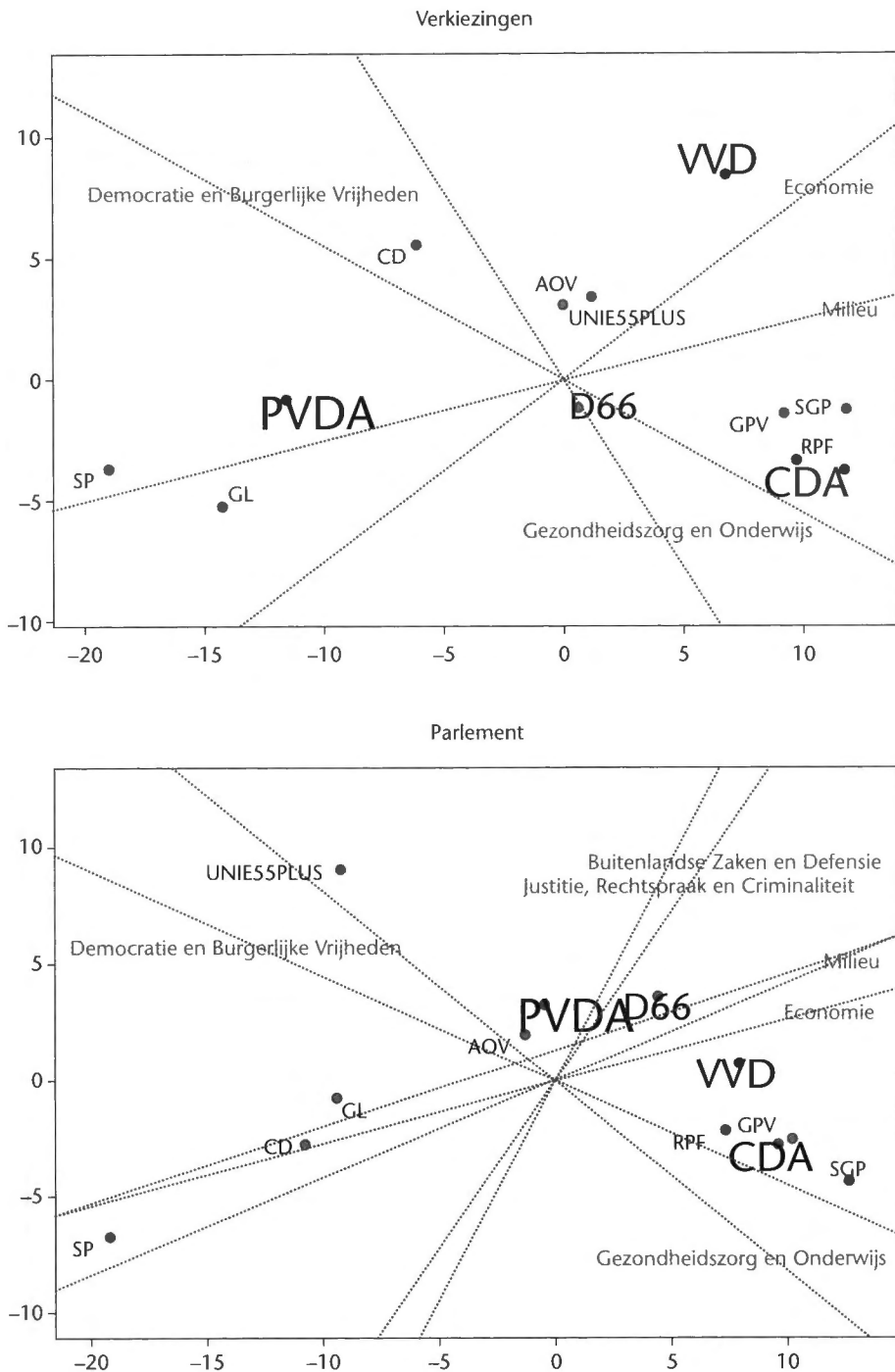
## 5.2 *Polarisatie*

De verkiezingen van 1972 en het daaropvolgende kabinet waren in meerdere opzichten opmerkelijk. Na de ontzuiling volgde een periode van polarisatie, waarin er hevige strijd was tussen met name de PvdA en de VVD. Nieuwe partijen hadden hun intrede gedaan en droegen ook regeringsverantwoordelijkheid: de Democratisch-Socialisten '70 (DS'70) in het kabinet-Biesheuvel en Democraten 66 (D66) en de Politieke Partij Radicalen (PPR) in het kabinet-Den Uyl. Laatstgenoemde partijen werkten tijdens de verkiezingen van 1972 samen met de PvdA. De drie partijen hadden voor de verkiezingen een stembusakkoord opgesteld, genaamd Keerpunt '72, in de hoop dat ze de verkiezingscampagne een strijd tussen een 'links' en een 'rechts' blok konden maken. Op die manier wilden ze de centrale positie van de confessionele partijen doorbreken.

In het licht van de polarisatie van de jaren 1970 zijn de geschatte posities in Figuur 3 opvallend. Het linkse Keerpunt '72 van PvdA, PPR en D66 staat in sommige opzichten, met name op het gebied van economie en postmaterialistische waarden, dicht bij CPN en PSP, terwijl het in andere opzichten, zoals buitenlands beleid, eerder overeenkomt met het programma van de confessionele partijen en de VVD. Van de sterke tegenstelling tussen 'links' en 'rechts' is niet op alle onderwerpen iets terug te zien. Dit komt deels doordat in deze analyse veel verschillende soorten programma's zijn meegenomen: korte prioriteitenlijsten (CPN en BP), een stembusakkoord (Keerpunt '72), normale programma's en encyclopedieën van partijstandpunten (PSP). Dit leidt tot problemen bij de schatting van de partijposities, omdat het woordgebruik van partijen waarschijnlijk mede een functie is van het type document dat geldt als verkiezingsprogramma (*cf.* Slapin & Proksch, 2009). Bij het schatten van de parlementaire partijposities doen zich soortgelijke problemen voor. De ruimte wordt gedomineerd door een tegenstelling tussen de kleinere oppositiepartijen (CPN, GPV, PSP, BP, DS'70 en ook regeringspartij D66) aan de ene kant en de grotere regerings- en oppositiepartijen aan de andere kant (PvdA, VVD, ARP, CHU, KVP). Het 'establishment' staat tegenover de 'uitdaggers'. De eerste groep gebruikte veel technisch jargon, terwijl de uitdaggers een onderscheidend vocabulaire bezigden. De CPN gebruikte bijvoorbeeld veel woorden gerelateerd aan de klassenstrijd, terwijl de Boerenpartij in haar woordgebruik duidelijk liet doorschemeren niet veel op te hebben met de zittende elite.

De congruentie tussen de electorale competitie in 1972 en die in de daaropvolgende parlementaire periode is relatief laag, zo bleek al uit de analyse van de afstandsmaten in Figuur 1. Deels is dit het gevolg van de gekozen methode.<sup>8</sup> De gevonden patronen zijn echter niet volledig toe te schrijven aan (technische) artefacten. Zo kan men Keerpunt '72 en de daaropvolgende verkiezingsstrijd zien als sterk ideologisch; eens in de regering moesten de regeringspartijen zich verenigen met de weerbarstige praktijk, terwijl de kleinere oppositiepartijen hun ideologische





FIGUUR 4. Ruimtelijk model van partijcompetitie 1994-1998.

verhaal konden blijven vertolken. De opmerkelijke positie van D66 – als enige regeringspartij staat zij in de parlementaire ruimte tussen de kleine oppositiepartijen – is te verklaren vanuit de deplorabele staat van de partij op dat moment: de partij werd bij de gemeenteraads- en Provinciale Statenverkiezingen van 1974 vrijwel weggevaagd (Koole, 1996, p. 315). Als reactie hierop besloot de partij zich in de Kamer eigenzinniger op te stellen (Van der Land, 2003, p. 127, pp. 136-137).

### 5.3 *Paars*

De verkiezingen van 1994 vonden plaats tegen de achtergrond van onvrede over het (sociaaleconomische) beleid van het zittende kabinet-Lubbers III, waarin CDA en PvdA samenwerkten. De electorale competitie in Figuur 4 wordt gedomineerd door twee tegenstellingen: op onderwerpen als economie en milieu stonden de linkse partijen (naast de PvdA de fusiepartij GroenLinks en als nieuwkomer de Socialistische Partij) tegenover de VVD, terwijl er een confessioneel-seculiere tegenstelling te vinden was op de onderwerpen democratie, burgerlijke vrijheden, gezondheidszorg en onderwijs. In het midden van de electorale ruimte vinden we naast D66 de ouderenpartijen, die hun electorale steun ontleenden aan hun verzet tegen de AOW-maatregelen van Lubbers III.<sup>9</sup> De extreemrechtse Centrum Democraten (CD) staan ook in het midden. Hoewel deze partij extreme standpunten had inzake migratie, nam ze een meer gematigde positie in op andere onderwerpen. Daarnaast deelde de CD een anti-establishmenthouding met bijvoorbeeld de SP, waardoor de positie centristischer wordt geschat dan in andere onderzoeken naar partijposities. Aangezien een zelfde vertekening zichtbaar is in de parlementaire ruimte, is dit voor de analyse van de congruentie van de electorale en parlementaire partijposities geen groot probleem.

De vorming van een zogenoemd Paars kabinet van PvdA, VVD en D66 in 1994 heeft zichtbaar invloed gehad op de partijposities in het parlement (zie Figuur 4). De PvdA is duidelijk naar het midden opgeschoven, net als D66, terwijl de VVD iets dichterbij de coalitiegenoten stond in het parlement. De overige partijen zijn redelijk dicht bij hun (relatieve) posities in de electorale competitie gebleven, hoewel de kleinere partijen CD en Unie 55+ iets verschoven zijn. Opvallend genoeg is de belangrijkste oppositiepartij CDA niet verder verwijderd van de regeringspartijen dan tijdens de verkiezingscampagne; zij staat bijvoorbeeld dicht bij de VVD. Dit maakt begrijpelijk dat het CDA in deze periode moeite had om op geloofwaardige wijze een oppositierol te vervullen (Bosmans & Van Kessel, 2011, p. 212).

De samenhang van verschillende onderwerpen in de parlementaire ruimte is vrijwel gelijk aan de samenhang in de electorale ruimte: de partijposities op het gebied van milieu en economie hangen sterk samen, evenals die op democratisering en burgerlijke vrijheid en gezondheidszorg en onderwijs. Een derde paring van

onderwerpen is nieuw in vergelijking met de electorale competitie: buitenlandse zaken en defensie alsmede justitie, rechtspraak en criminaliteit. Hier is een tegenstelling tussen regering en oppositie te zien. Wat betreft het onderwerp justitie is dat te verklaren vanuit het feit dat minister Sorgdrager (D66) bijna voortdurend aanvaringen met de Tweede Kamer had en door de coalitie de hand boven het hoofd werd gehouden (Bosmans & Van Kessel, 2011, pp. 204-208).

Hoewel het Paarse kabinet bijzonder was qua samenstelling in de zin dat voor het eerst sinds 1917 de confessionelen niet deelnamen, leidde het niet tot een ander beeld in termen van congruentie van de electorale en parlementaire ruimte. Er is in grote lijnen sprake van overeenstemming, waarbij de coalitievorming de grootste verstorende invloed heeft.

Bovenstaande analyses leggen twee algemene patronen bloot. Allereerst is er in de meeste gevallen sprake van een redelijke congruentie tussen de electorale en parlementaire ruimte. De overeenkomst is niet perfect, maar een kiezer heeft op basis van verkiezingsprogramma's een redelijk beeld van de opstelling van partijen in de Kamer. Het voorwoord van het SGP-verkiezingsprogramma van 1972 vat dit treffend samen door te stellen dat een kiezer aan de hand van het verkiezingsprogramma "in zeer vele gevallen ongeveer [kan] berekenen hoe we ons in de Staten Generaal willen en zullen gedragen" (SGP, 1972, p. 3).

Daarnaast blijkt dat veranderingen in de configuratie van partijposities vooral kunnen worden toegeschreven aan de regerings- of oppositierol die partijen na de verkiezingen vervullen. Coalitiepartijen staan in de parlementaire competitie meestal dichter bij elkaar dan in de aanloop naar de verkiezingen, terwijl oppositiepartijen zich juist van de regeringspartijen verwijderen. Op een enkele uitzondering na is dit patroon in alle onderzochte verkiezingen te vinden. Hieruit valt af te leiden dat de belangrijkste bron voor incongruentie tussen de electorale en parlementaire partijcompetitie over de onderzochte periode gelijk blijft. Partijen wijken af van hun verkiezingsprogramma's door de tegenstelling tussen regering en oppositie.

## 6. Discussie en conclusie

Voor de hypotheses dat er sprake zou zijn van een toename of afname van het collectief vervullen van het partijmandaat vindt de analyse geen steun. De mate van congruentie tussen de electorale en parlementaire partijcompetitie blijft redelijk gelijk door de tijd heen en in vrijwel alle onderzochte casus is de tegenstelling tussen regering en oppositie een belangrijke bron van vertekening. Deze bevinding sluit aan bij onderzoek naar de congruentie tussen de opvattingen van kiezers en die van partijen (of politici), welke eveneens redelijk stabiel is (Powell, 2009; Van

der Brug *et al.*, 2011; Van der Kouwe *et al.*, 2011). Als wordt gekeken naar de congruentie van de *verdeling* van posities van kiezers en gekozenen is zelfs een sterke toename van congruentie waarneembaar (Andeweg, 2011).

Hoe valt te verklaren dat ondanks *dealignment*, verandering van partijorganisaties, opkomst van populistische partijen en mondialisering, het parlementaire mandaat van partijen collectief nog steeds redelijk goed vervuld wordt? Allereerst dient de kwaliteit van politieke representatie in het verleden niet overschat te worden. Het model van de massapartij wordt soms als het ideaal voor politieke representatie genomen. Massapartijen waren echter nooit 'massa'-partijen: de organisatiegraad was in hun beste jaren minder dan 15%. Dat is veel hoger dan nu, maar universeel is het zeker niet te noemen. Daarbij komt dat deze massapartijen zich richtten op een bepaald segment van de bevolking, zoals katholieken, gereformeerden, arbeiders of seculiere middengroepen. Zeker in het verzuilde Nederland waren verkiezingen eerder volkstellingen dan een strijd om de kiezersgunst. De electorale volatiliteit was gering. Voor de stabiliteit van het systeem was het noodzakelijk dat de (partij)elites samenwerkten (Lijphart, 1968). De bereidheid tot het sluiten van compromissen verklaart volgens Lijphart dat het verdeelde Nederland toch een stabiel politiek systeem had. De bereidheid tot consensuspolitiek vereiste dat kiezers partijen niet hard zouden straffen voor het feit dat zij hun (inhoudelijke) verkiezingsmandaat soms moesten negeren (Lijphart, 1968). Het resultaat was dat de congruentie tussen de electorale en parlementaire competitie redelijk was, maar niet uitzonderlijk hoog.

Daarnaast zijn er ontwikkelingen die een positief effect op de mandaatvervulling lijken te hebben. Toename van kiezersvolatiliteit noodzaakt partijen om hun handelen zorgvuldiger af te wegen. Kiezers lopen immers gemakkelijk over naar een andere (linkse of rechtse) partij (Van der Meer *et al.*, 2012). De vrees dat kiezers partijen die zich niet aan hun verkiezingsmandaat houden zullen afstraffen, zorgt ervoor dat partijen er belang bij hebben om hun verkiezingsprogramma na de verkiezingen serieus te blijven nemen (*cf.* Mansbridge, 2003). Partijen nemen elkaar ook meer de maat door te inventariseren of hun collega's zich wel aan hun programma houden (bv. Vliegthart *et al.*, 2011).

De opkomst van nieuwe politieke partijen vormt een correctie op de incongruentie van bestaande partijen. Aan de ene kant voedt meer fragmentatie de volatiliteit onder kiezers en instabiliteit van regeringsvorming (Van der Kouwe *et al.*, 2011, p. 354). Aan de andere kant betekent het dat bestaande partijen zich niet kunnen terugtrekken in een kartel en de wensen van kiezers kunnen laten voor wat deze zijn (De Lange, 2008; Otjes, 2011). De beschreven ontwikkelingen betreffende kiezersgedrag en partijorganisatie en -systeem lijken dus eerder te resulteren in het door Kitschelt (2000) beschreven patroon van toenemende responsiviteit dan de door Katz en Mair (1995; 2009) voorziene afname van representativiteit van partijen. De bevindingen in dit artikel suggereren althans dat de representatieve

'schakel' tussen de verkiezingsbeloften en de opstelling van partijen in de Kamer niet aan sterkte heeft ingeboet.

Deze bevindingen impliceren niet dat het Nederlandse representatieve systeem in alle opzichten perfect werkt. Allereerst kan worden gewezen op problemen van congruentie tussen kiezers en partijen op het gebied van de nieuwe culturele of globaliseringsdimensie in de politiek (Van der Brug & Van Spanje, 2009; Van der Brug *et al.*, 2011). Hoewel de relatie tussen voorkeuren van kiezers en gekozenen op de traditionele sociaaleconomische onderwerpen en de links-rechtsschaal nog steeds sterk is, zijn er op de nieuwe onderwerpen wel verschillen tussen kiezers en gekozenen (Andeweg, 2011). Daarnaast zien we dat verderop in de representatieve keten, namelijk in het stadium van de regeringsvorming en beleidsuitvoering, het verband steeds zwakker wordt. De congruentie in aandacht voor beleidsthema's van kiezers en in coalitieakkoorden en troonredes is zwak (Van der Kouwe *et al.*, 2011). Desalniettemin blijkt uit eerder onderzoek van Thomson (1999) dat Nederlandse regeringspartijen er wel in slagen om een groot gedeelte van hun verkiezingsbeloftes om te zetten in regeringsbeleid. De manier waarop het partijmandaat wordt onderzocht, leidt aldus tot een verschillend oordeel over de werking van het representatieve systeem. Verder onderzoek zal daar meer duidelijkheid in moeten brengen, onder andere door de congruentie tussen de verschillende stappen in het beleidsproces (kiezers, verkiezingsprogramma's, parlementair gedrag, coalitieakkoorden, troonredes) op een systematische manier in kaart te brengen.

Ten aanzien van de gebruikte methode om partijposities te schatten, *Wordfish*, kan worden geconcludeerd dat deze met name geschikt lijkt te zijn om een breed perspectief op mandaatvervulling te bieden. De methode is bij uitstek geschikt voor die situaties waarin veel tekst beschikbaar is. De vraag of een specifieke verkiezingsbelofte is vertaald in parlementair gedrag kan aan de hand van deze methode echter niet worden beantwoord. Er zijn twee beperkingen waarmee rekening moet worden gehouden. Allereerst is de assumptie dat woordkeuze vooral afhankelijk is van de inhoudelijke boodschap in sommige gevallen problematisch. In deze analyse is bijvoorbeeld gecorrigeerd voor het feit dat de christelijke partijen er soms een afwijkend vocabulaire op nahielden, terwijl hun inhoudelijke positie niet altijd afweek van die van de andere partijen. Ten tweede kunnen in de vergelijking tussen de electorale en parlementaire arena alleen relatieve partijposities worden gebruikt; de methode is niet in staat om de twee posities op dezelfde schaal te meten. Op basis van deze gegevens kan dan ook moeilijk iets worden gezegd over verklaringen op het niveau van de individuele partij. Onderzoekers die gebruik willen maken van dit soort analysetechnieken doen er dan ook goed aan om precies na te gaan welke gegevens zij nodig hebben.

## Noten

1. De auteur wil Rudy Andeweg, Bart-Jan Heine en Huib Pellikaan danken voor hun commentaar op een eerdere versie van dit artikel.
2. De competitieruimte is niet noodzakelijkerwijs gelijk aan de ideologische ruimte, waarin alle ideologische tegenstellingen tussen partijen worden meegenomen.
3. Om het model te identificeren, wordt parameter  $\alpha_0$  op 0 gesteld en worden de partijposities  $\omega$  gestandaardiseerd (Slapin & Proksch, 2008).
4. Hieraan is één categorie toegevoegd, namelijk Religie, Moreel en Medisch-Ethisch, vanwege het veelvuldige gebruik van dit soort onderwerpen, vooral door de kleine christelijke partijen.
5. Het aantal gevonden trefwoorden in een categorie is gedeeld door het natuurlijk logaritme van de lengte van de trefwoordenlijst voor die categorie.
6. Hierbij is in voorkomende gevallen tevens een correctie toegepast om te voorkomen dat *Wordfish* in plaats van verschillen tussen inhoudelijke posities van partijen verschillen in woordgebruik tussen jaren oppikt. Hiertoe zijn woorden die door alle partijen relatief vaker werden gebruikt in één bepaald jaar verwijderd (Louwerse, 2011a, pp. 212-216).
7. Dat betekent dat de ruimte ook gespiegeld of gedraaid kan worden zonder de betekenis van de afbeelding te veranderen. Om te interpretatie te vergemakkelijken, zijn de partijen die doorgaans als 'links' worden beschouwd steeds aan de linkerkant van de figuur geplaatst.
8. Overigens leidt toepassing van andere op woordfrequentie gebaseerde methoden zoals correspondentieanalyse of *Wordscores* (waarbij verkiezingsprogramma's als referentieteksten worden gebruikt) tot soortgelijke bevindingen.
9. Om de posities van deze partijen te schatten is, gezien het feit dat de partij zich vrijwel uitsluitend op ouderen richt, eerst een analyse gemaakt zonder de ouderenpartijen AOV en Unie 55+. Daarna is aan de partijen op basis van de reeds bepaalde woordparameters alsnog een positie toegedicht. Indien deze correctie niet wordt toegepast, is op vrijwel alle onderwerpen een tegenstelling te zien tussen de ouderenpartijen aan de ene kant en de overige partijen aan de andere kant.

## Bibliografie

- Aarts, K. & Thomassen, J.J. (2008). Dutch Voters and the Changing Party Space 1989-2006. *Acta Politica*, 43 (2-3), 203-234.
- Achen, C.H. (1978). Measuring Representation. *American Journal of Political Science*, 22 (3), 475-510.
- Andeweg, R.B. (2011). Approaching Perfect Policy Congruence: Measurement, Development and Relevance for Political Representation. In M. Rosema, B. Denters & K. Aarts (Eds.), *How Democracy Works* (pp. 39-52). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Andeweg, R.B. & Thomassen, J.J. (2011). Pathways to Party Unity: Sanctions, Loyalty, Homogeneity and Division of Labour in the Dutch Parliament. *Party Politics*, 17 (5), 655-672.
- Arditi, B. (2003). Populism, or, Politics at the Edges of Democracy. *Contemporary Politics*, 9 (1), 17-31.
- Bale, T., Green-Pedersen, C., Krouwel, A., Luther, K.R. & Sitter, N. (2010). If You Can't Beat Them, Join Them? Explaining Social Democratic Responses to the Challenge from the Populist Radical Right in Western Europe. *Political Studies*, 58 (3), 410-426.
- Benoit, K. & Laver, M.J. (2006). *Party Policy in Modern Democracies*. London: Routledge.
- Black, D. (1958). *The Theory of Committees and Elections*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Borg, I. & Groenen, P.J.F. (1997). *Modern Multidimensional Scaling*. Springer Series in Statistics. New York: Springer-Verlag.
- Bosmans, J. & Van Kessel, A. (2011). *Parlementaire geschiedenis van Nederland*. Amsterdam: Boom.
- Breeman, G., Lowery, D., Poppelaars, C., Resodihardjo, S.L., Timmermans, A. & de Vries, J. (2009). Political Attention in a Coalition System: Analysing Queen's Speeches in the Netherlands 1945-2007. *Acta Politica*, 44 (1), 1-27.
- Budge, I. (2001). Political Parties in Direct Democracy. In M. Mendelsohn & A. Parkin (Eds.), *Referendum Democracy: Citizens, Elites and Deliberation in Referendum Campaigns* (pp. 47-66). Basingstoke/New York: Palgrave.
- De Lange, S.L. (2008). *From Pariah to Power: Explanations for the Government Participation of Radical Right-Wing Populist Parties in West European Parliamentary Democracies*. Dissertatie, Universiteit Antwerpen.
- Döring, H. (1995). Time as a Scarce Resource: Government Control of the Agenda. In H. Döring (Ed.), *Parliaments and Majority Rule in Western Europe* (pp. 223-246). Frankfurt: Campus Verlag.
- Esaïasson, P. & Holmberg, S. (1996). *Representation from the Above: Members of Parliament and Representative Democracy in Sweden*. Aldershot: Dartmouth.
- Fan, R.-E., Chang, K.-W., Hsieh, C.-J., Wang, X.-R. & Lin, C.-J. (2008). LIBLINEAR: A Library for Large Linear Classification. *Journal of Machine Learning Research*, 9, 1871-1874.

- Golder, M. & Stramski, J. (2010). Ideological Congruence and Electoral Institutions. *American Journal of Political Science*, 54 (1), 90-106.
- Katz, R.S. & Mair, P. (1995). Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1 (1), 5-28.
- Katz, R.S. & Mair, P. (2009). The Cartel Party Thesis: A Restatement. *Perspectives on Politics*, 7 (4), 753-766.
- Keman, H. (2007). Experts and Manifestos: Different Sources – Same Results for Comparative Research? *Electoral Studies*, 26 (1), 76-89.
- Kirchheimer, O. (1966). The Transformation of the Western European Party Systems. In J. La Palombra & M. Weiner (Eds.), *Political Parties and Political Development* (pp. 177-200). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kitschelt, H. (2000). Citizens, Politicians, and Party Cartellization: Political Representation and State Failure in Post-Industrial Democracies. *European Journal of Political Research*, 37 (2), 149-179.
- Klingemann, H.-D., Hofferbert, R.I. & Budge, I. (1994). *Parties, Policies, and Democracy. Theoretical Lenses on Public Policy*. Boulder: Westview Press.
- Klingemann, H.-D., Volkens, A., Bara, J., Budge, I. & McDonald, M.D. (2006). *Mapping Policy Preferences II: Estimates for Parties, Electors, and Governments in Central and Eastern Europe, European Union and OECD 1990-2003*. Oxford: Oxford University Press.
- Koole, R. (1996). Cadre, Catch-All or Cartel? A Comment on the Notion of the Cartel Party. *Party Politics*, 2 (4), 507-523.
- Kriesi, H., Grande, E., Lachat, R., Dolezal, M., Bornschier, S. & Frey, T. (2006). Globalization and the Transformation of the National Political Space: Six European Countries Compared. *European Journal of Political Research*, 45 (6), 921-956.
- Krouwel, A. (2006). Party Models. In R. Katz & W. Crotty (Eds.), *Handbook of Party Politics* (pp. 249-269). SAGE Publications.
- Kruskal, J.B. & Wish, M. (1978). *Multidimensional Scaling*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Laver, M.J., Benoit, K. & Garry, J. (2003). Extracting Policy Positions from Political Texts Using Words as Data. *American Political Science Review*, 97 (2), 311-331.
- Lefkofridi, Z., Wagner, M. & Willmann, J. (2011). Left-Authoritarian Citizens in Europe: Seeking Policy Representation across Issue Dimensions? Paper gepresenteerd bij de 2011 ECPR Joint Sessions of Workshops. St. Gallen.
- Lijphart, A. (1968). *The Politics of Accommodation. Pluralism and Democracy in the Netherlands*. Berkeley: University of California Press.
- Lipset, S.M. & Rokkan, S. (1967). Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. In S.M. Lipset & S. Rokkan (Eds.), *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives* (pp. 1-67). New York, NY: Free Press.



- Louwerse, T. (2011a). *Political Parties and the Democratic Mandate: Comparing Collective Mandate Fulfilment in the United Kingdom and the Netherlands*. Dissertatie, Universiteit Leiden.
- Louwerse, T. (2011b). The Spatial Approach to the Party Mandate. *Parliamentary Affairs*, 64 (3), 425-447.
- Mair, P. (1997). *Party System Change: Approaches and Interpretations*. Oxford, New York: Clarendon Press, Oxford University Press.
- Mansbridge, J. (2003). Rethinking Representation. *American Political Science Review*, 97 (4), 514-528.
- Mansergh, L. & Thomson, R. (2007). Election Pledges, Party Competition, and Policy-making. *Comparative Politics*, 39 (3), 311-329.
- McDonald, M.D. & Budge, I. (2005). *Elections, Parties, Democracy: Conferring the Median Mandate*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Meguid, B.M. (2005). Competition Between Unequals: The Role of Mainstream Party Strategy in Niche Party Success. *American Political Science Review*, 99 (3), 347-359.
- Mudde, C. (2010). The Populist Radical Right: A Pathological Normalcy. *West European Politics*, 33 (6), 1167-1186.
- Müller, W.C. (2000). Political Parties in Parliamentary Democracies: Making Delegation and Accountability Work. *European Journal of Political Research*, 37 (3), 309-333.
- Otjes, S. (2011). The Fortuyn Effect Revisited: How Did the LPF Affect the Dutch Parliamentary Party System? *Acta Politica*, 46 (4), 400-424.
- Panbianco, A. (1988). *Political Parties: Organization and Power*. Cambridge/New York: Cambridge University Press.
- Pellikaan, H., Van der Meer, T. & De Lange, S.L. (2003). The Road from a Depoliticized to a Centrifugal Democracy. *Acta Politica*, 38 (1), 23-49.
- Petry, F. & Collette, B. (2009). Measuring How Political Parties Keep Their Promises. In L.M. Imbeau (Ed.), *Do They Walk Like They Talk?* (pp. 65-80). New York: Springer.
- Pitkin, H.F. (1967). *The Concept of Representation*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Powell, G.B. (2000). *Elections as Instruments of Democracy*. New Haven: Yale University Press.
- Powell, G.B. (2009). The Ideological Congruence Controversy: The Impact of Alternative Measures, Data, and Time Periods on the Effects of Election Rules. *Comparative Political Studies*, 42 (12), 1475-1497.
- Proksch, S.-O. & Slapin, J.B. (2008). *WORDFISH: Scaling Software for Estimating Political Positions from Texts*, version 1. Edition.
- Proksch, S.-O. & Slapin, J.B. (2009). Position Taking in European Parliament Speeches. *British Journal of Political Science*, 40 (3), 587-611.

- Ranney, A. (1954). *The Doctrine of Responsible Party Government*. Urbana Illinois: University of Illinois Press, 1962 repr. Edition.
- Royed, T.J. (1996). Testing the Mandate Model in Britain and the United States: Evidence from the Reagan and Thatcher Eras. *British Journal of Political Science*, 26 (1), 45-80.
- Sani, G. & Sartori, G. (1984). Polarization, Fragmentation and Competition in Western Democracies. In H. Daalder & P. Mair (Eds.), *Western European Party Systems: Continuity & Change* (pp. 307-340). London: SAGE Publications Inc.
- SGP (1972). *Punten van belang voor beleid*. Technical Report, SGP, Den Haag.
- Slapin, J.B. & Proksch, S.-O. (2008). A Scaling Model for Estimating Time-Series Party Positions from Texts. *American Journal of Political Science*, 52 (3), 705-722.
- Slapin, J.B. & Proksch, S.-O. (2009). How to Avoid Pitfalls in Statistical Analysis of Political Texts: The Case of Germany. *German Politics*, 18 (3), 323-344.
- Taggart, P.A. (2004). Populism and Representative Politics in Contemporary Europe. *Journal of Political Ideologies*, 9 (3), 269-288.
- Thomassen, J.J. (1994). Empirical Research into Political Representation: Failing Democracy or Failing Models? In M.K. Jennings & T.E. Mann (Eds.), *Elections at Home and Abroad* (pp. 237-265). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Thomson, R. (1999). *The Party Mandate. Election Pledges and Government Actions in the Netherlands, 1986-1998*. PhD thesis, RUG /UU /KUN: ICS.
- Thomson, R. (2001). The Programme to Policy Linkage: The Fulfilment of Election Pledges on Socio-Economic Policy in the Netherlands, 1986-1998. *European Journal of Political Research*, 40 (2), 171-197.
- Van Biezen, I. (2004). Political Parties as Public Utilities. *Party Politics*, 10 (6), 701.
- Van der Brug, W. (1997). *Where's the Party? Voters' Perceptions of Party Positions*. PhD thesis, Amsterdam.
- Van der Brug, W., De Vries, C.E. & Van Spanje, J. (2011). Nieuwe strijdpunten, nieuwe scheidslijnen? In R.B. Andeweg & J.J. Thomassen (Eds.), *Democratie doorgelicht* (pp. 283-300). Leiden: Leiden University Press.
- Van der Brug, W. & Van Spanje, J. (2009). Immigration, Europe and the 'New' Cultural Dimension. *European Journal of Political Research*, 48 (3), 309-334.
- Van der Kolk, H. & Aarts, K. (2011). Verschillen Nederlandse politieke partijen in de ogen van de kiezers? In R.B. Andeweg & J.J. Thomassen (Eds.), *Democratie doorgelicht* (pp. 267-282). Leiden: Leiden University Press.
- Van der Kouwe, E., Pennings, P. & Keman, H. (2011). Tussen mandaat en resultaat: problemen in de vertegenwoordigende democratie? In R.B. Andeweg & J.J. Thomassen (Eds.), *Democratie doorgelicht* (pp. 351-368). Leiden: Leiden University Press.
- Van der Land, M. (2003). *Tussen ideaal en illusie*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Van der Meer, T., Van Elsas, E., Lubbe, R. & Van der Brug, W. (2012). *Kieskeurige Kiezers: Een onderzoek naar de veranderlijkheid van Nederlandse kiezers, 2006-2010*. Universiteit van Amsterdam.

- Vliegthart, A., Van den Hout, J. & Van Raak, R. (2011). *Nog meer gebroken beloften van Geert Wilders. De politieke keuzes van de PVV, januari 2011-juli 2011*. Wetenschappelijk Bureau van de SP.
- Voerman, G. & Van Schuur, W.H. (2011). De Nederlandse politieke partijen en hun leden (1945-2010). In R.B. Andeweg & J.J. Thomassen (Eds.), *Democratie doorgelicht* (pp. 203-220). Leiden: Leiden University Press.



# Een gemiste kans? De rol van YouTube in de verkiezingscampagne van 2010

Annemarie S. Walter en Philip van Praag

---

**ABSTRACT: A MISSED OPPORTUNITY? THE ROLE OF YOUTUBE IN THE  
2010 DUTCH PARLIAMENTARY ELECTION CAMPAIGN**

This article is one of the first to systematically examine parties' use of YouTube in Dutch election campaigns and to consider its effects. Content analysis of 406 YouTube ads and additional research show that nine political parties made use of this new campaign instrument in the 2010 Dutch parliamentary election campaign. However, unlike U.S. presidential candidate Obama, the parties did not really use YouTube to mobilize and involve voters. Instead, YouTube was used only as a means to broadcast advertisements for the party. These ads only reached a small audience and had little influence online as well as in the print media. Furthermore, this study examines which of these ads were more likely to reach a large number of viewers. The results demonstrate that short, comparative ads that contain the party leader, that are uploaded early on in the campaign, that stem from small or winning parties and that have numerous links on external websites are likely to reach more viewers.

**KEYWORDS:** YouTube, Web 2.0, election campaigns, political advertising, Obama, the Netherlands

---

## 1. Inleiding

Volgens verschillende auteurs ontwikkelt het internet zich tot het dominante campagne-medium. Zo onderscheiden Farrell en Webb (2000) drie fasen in de ontwikkeling van verkiezingscampagnes op basis van het belangrijkste communicatiemedium. In de fase van de traditionele campagne staan de gedrukte massamedia centraal. De tweede fase, veelal aangeduid als de moderne campagne, wordt in

belangrijke mate gekenmerkt door de dominantie van de televisie, terwijl de derde fase, soms aangeduid als de postmoderne campagne, wordt gekenmerkt door de opkomst van kabel- en satelliettelevisie en vooral door het internet. Farrell en Webb constateren dit al voor de opkomst van Web 2.0. Alhoewel betwijfeld kan worden of internet inderdaad het belangrijkste campagnemedium is of zal worden, is er alle reden om digitale campagnes te onderzoeken, in het bijzonder de rol die de sociale media spelen in verkiezingscampagnes.

De mogelijkheden die nieuwe ontwikkelingen op het terrein van communicatie bieden voor het voeren van verkiezingscampagnes, worden in veel gevallen het eerst duidelijk in de Verenigde Staten. Europese landen, waaronder Nederland, volgen na verloop van tijd. Dat gold ten tijde van de opkomst van de televisie als massamedium en dat geldt nu voor de mogelijkheden die het internet biedt. De voortrekkersrol van de VS wordt mede mogelijk gemaakt doordat het voeren van campagnes een professionele bedrijfstak is, waarin tienduizenden mensen werken en waarin zeer veel geld omgaat. In Europa, en zeker in Nederland, is dat veel minder het geval. Nederlandse verkiezingscampagnes behoren tot de goedkoopste van de democratische wereld. In 2006 gaven de partijen gezamenlijk 9 miljoen euro uit om 12 miljoen kiezers te bereiken (Van Praag & Brants, 2008). Amerikaanse verkiezingscampagnes worden nauwlettend gevolgd en steeds sneller wordt onderzocht wat, gegeven de beperkte middelen, toepasbaar is in de Nederlandse context. Dit *shopping* model komt in veel Europese landen voor (Farrell, 2005).

De laatste tien jaar kende elke Nederlandse verkiezingscampagne een eigen digitale noviteit. In 1998 ontdekten de Nederlandse politieke partijen de mogelijkheden van een eigen website. Ze maakten er massaal gebruik van, maar kwamen vaak niet verder dan een vorm van digitaal folderen (Voerman, 2000; Boogers & Voerman, 2003). In 2002 en 2003 waren de partijwebsites een stuk aantrekkelijker en werden deze, mede dankzij de snelle groei van het aantal kiezers met toegang tot het internet, massaal bezocht. De meest populaire website (LPF) haalde in 2002 ruim 550.000 bezoekers, in 2003 was de PvdA-website het best bezocht met bijna een half miljoen bezoekers (Voerman & Boogers, 2005). De aandacht van de media was in deze verkiezingen vooral gericht op een andere digitale ontwikkeling: de doorbraak van de Stemwijzer van het Instituut voor Publiek en Politiek. Terwijl er in 1998 6500 stemadviezen werden verstrekt, steeg dat aantal explosief naar ruim 2 miljoen in 2002 en 2,2 miljoen in 2003. Bij de verkiezingen van 2006 gaf de Stemwijzer zelfs 4,8 miljoen adviezen (Van Praag, 2007, p. 107). Naast de Stemwijzer kan de kiezer vanaf 2006 bij verkiezingen talloze andere digitale hulpmiddelen raadplegen bij het bepalen van zijn stem. Opvallend is overigens dat de praktijk met digitale stemadviezen niet ontleend is aan de VS, maar in Nederland is ontstaan. Blogs van politici als Gerrit Zalm (VVD) en Klaas de Vries (PvdA) waren in 2003 een ander nieuw verschijnsel dat zich in enige populariteit kon verheugen (Voerman & Boogers, 2005). Bij de campagne van 2006 ging de belangstelling van

politieke partijen en de media vooral uit naar een ander nieuw digitaal instrument: het sociale netwerk *Hyves* (Utz, 2009, p. 227). Veel lijsttrekkers zaten op Hyves en beconcurrerden elkaar met hun vriendenaantal. Balkenende was koploper met bijna 50.000 vrienden (Kleinnijenhuis *et al.*, 2007, p. 41). Verschillende partijen maakten dat jaar ook gebruik van nieuwe digitale speeltjes. Op de website van de VVD kon de bezoeker een e-mailcard versturen, terwijl de SP veel succes had met een *viral movie* van Jan Marijnissen (Van Santen, 2009, p. 151).

De campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2010 kent twee nieuwe digitale ontwikkelingen. Als eerste ontdekken politici en journalisten Twitter (Vergeer en Hermans, te verschijnen). Menig politicus twittert er lustig op los; in totaal versturen politici 17.000 tweets. Onbetwist koploper qua aantal volgers is Groen-Links-lijsttrekker Femke Halsema met 60.000 volgers (Politiek Online, 5/8/2010). Daarnaast is de campagne van 2010 de eerste waarbij (bijna) alle politieke partijen op de video-uitwisselingswebsite *YouTube* een eigen videokanaal hebben. Ze zijn daarbij ongetwijfeld beïnvloed door de wijze waarop Barack Obama bij de presidentsverkiezingen van 2008 YouTube heeft ingezet.

Hieronder zullen we eerst kort de eigenschappen van YouTube bespreken en nagaan hoe het videokanaal in de VS in 2008 door de presidentskandidaten is gebruikt. Daarna zullen we de onderzoeksvragen aangaande de Nederlandse campagne van 2010 formuleren.

## 2. YouTube

YouTube bestaat sinds 14 februari 2005 en is in enkele jaren uitgegroeid tot de belangrijkste website waar gebruikers video's met elkaar kunnen delen. Wereldwijd is het na Google en Facebook de meest bezochte website.<sup>1</sup> De opkomst van YouTube valt samen met de opkomst van Web 2.0, vaak aangeduid als de fase waarin het Web zich, dankzij de populariteit van verschillende sociale netwerken, ontwikkelt tot een platform voor sociale participatie en interactie (Carlson & Strandberg, 2008). Dit heeft de interactieve communicatie en het delen van materiaal tussen de gebruikers sterk gestimuleerd. Tot Web 2.0 behoren blogs, wikis, netwerken voor het delen van files en websites voor het plaatsen en verspreiden van video's en foto's.

YouTube is meer dan alleen een videozoekmachine zoals Google Video en Blinkx. Het stelt de gebruiker in staat een gebruikersprofiel met bijbehorend eigen videokanaal te creëren en kosteloos eigen video's met zoektermen (*tags*) op de website te plaatsen. Bezoekers kunnen via de website niet alleen video's zoeken en bekijken, maar ook video's becommentariëren en lid worden van de videokanalen van andere gebruikers. Behalve individuele burgers kunnen ook organisaties, zoals politieke partijen, video's plaatsen en met anderen delen. Gezien het grote belang

van visuele beelden voor kiezers kan dat voor politici en partijen belangrijk zijn in campagnetijd.

Voor politieke partijen is een eigen YouTube-kanaal ook aantrekkelijk, omdat het de mogelijkheid biedt om zonder tussenkomst van journalisten met video's grote groepen kiezers te bereiken. Partijen kunnen de zoektermen bepalen en daarmee de kans vergroten dat internetgebruikers de video's vinden, bekijken en er eventueel op reageren. De reactie van kijkers kan inzicht geven in de wensen van de achterban en de wijze waarop burgers het doen en laten van partijen en politici beoordelen. Niet onbelangrijk voor politieke partijen is ook dat YouTube populair is onder jonge kiezers, een groep die vaker van partijvoorkeur wisselt en minder van traditionele media gebruik maakt.

Het digitale videokanaal heeft als bijkomend voordeel dat het relatief goedkoop is. Afgezien van productie- en personeelskosten zijn er geen kosten verbonden aan dit digitale medium. YouTube is daarmee een medium dat alle politieke partijen kansen biedt, ook kleine en nieuwe partijen die weinig geld hebben of weinig aandacht krijgen van de traditionele media (Cornfield, 2006; Vassia, 2008). Het videokanaal heeft de potentie veel kiezers te informeren, maar het medium werkt zelfselectie in de hand. De mensen die politieke video's kijken zijn grotendeels kiezers die al politiek geïnteresseerd zijn (Vassia, 2008; Baumgartner & Morris, 2010; Heldman, 2007; Brundridge & Rice, 2009). Tot nu toe is het moeilijk om met YouTube weinig in politiek geïnteresseerde kiezers te bereiken.

### 3. De Obama-campagne en YouTube

Sinds de Amerikaanse presidentiële verkiezingen van 2008 is YouTube niet meer weg te denken als onderdeel van een professionele campagne. YouTube werd al bij de Senaatsverkiezingen van 2006 ingezet, maar het was de campagne van presidentskandidaat Obama die de mogelijkheden van de site overtuigend aantoonde. In hoeverre zijn overwinning op McCain te danken was aan zijn internetcampagne, inclusief YouTube, is moeilijk vast te stellen, maar veel wetenschappers zijn van mening dat het gebruik van internet één van de factoren is geweest waaraan Obama in 2008 zijn succes te danken had (Kaye, 2009, p. 3; Cogburn & Espinoza-Vasquez, 2011, p. 191; Kaid, 2009, p. 419).

Sociale media vormden een integraal onderdeel van de Obama-campagne; naast actief gebruik van Facebook, Twitter en MySpace had het campagneteam een eigen gebruikersaccount op YouTube, namelijk Obama.com. Bijna alle interviews of toespraken werden tijdens de campagne op dit kanaal geplaatst; in totaal ging het om 1850 video's (Cheney & Olsen, 2010, p. 62). Binnen zijn staf hield een groep van 100 mensen zich enkel bezig met internet. Zijn tegenstander McCain had niet meer



dan 14 mensen beschikbaar voor deze taak (Kaye, 2009, p. 3). Als gevolg hiervan werden er minder dan 400 video's van McCain geüpload en deze werden veel minder vaak bekeken. Terwijl het kanaal van Obama soms 800.000 kijkers op een dag haalde, genereerde het kanaal van McCain niet meer dan 200.000 kijkers (Kaye, 2009, p. 113; Johnson, 2011, p. 7). Al voor de voorverkiezingen was het kanaal van de democratische kandidaat veel populairder en had het in totaal 6 miljoen *views*. McCain had er nog geen miljoen (Haynes & Pitts, 2009, p. 57). Gedurende de hele campagne zijn de video's van Obama 132,8 miljoen keer bekeken, terwijl McCain het met 26,3 miljoen bezichtigingen moest doen (Johnson, 2011, p. 15).<sup>2</sup>

De campagnestaf van McCain onderkende het belang van YouTube maar Cortese en Proffitt (2009) concluderen op basis van inhoudsanalyse van de YouTube-kanalen van beide kandidaten, dat ze anders met het medium zijn omgegaan: zowel het format als de toon van de spots verschilden. McCain gebruikte YouTube als een verlengstuk van zijn campagne op de televisie en plaatste vooral advertenties, terwijl Obama vaker korte video's van campagne-evenementen met het format van webcasts gebruikte. De toon van de spots van de Democraat was positiever en de spots waren langer. Salmond (2012) komt in zijn onderzoek tot vergelijkbare conclusies. Opvallend is vooral dat Obama meer dan McCain onderkende wat de mogelijkheden van YouTube zijn. Zijn campagneteam gebruikte YouTube als een middel om in contact te komen met de kiezer, riep deze op te participeren als vrijwilliger in de campagne, geld te doneren en te gaan stemmen. In meer dan de helft van zijn spots deed hij een dergelijke oproep (Cortese & Proffitt, 2009).

De campagne van Obama onderscheidde zich ook door het stimuleren van initiatieven van kiezers om op YouTube eigen films over Obama te plaatsen. Andere kandidaten deden dit meer georganiseerd via bijvoorbeeld wedstrijden (Cheney & Olsen, 2010, p. 51). De bekendste YouTube-video's in deze campagne, de videoclip *'Yes we can'* van artiest *'Will.i.am'* en *'Obama Girl'* van het comedy-netwerk *'Barely Political'*, waren niet afkomstig van zijn campagneteam.

De campagne van Obama heeft de standaard gezet voor het gebruik van digitale technologie en de integratie van online en offline elementen (Johnson, 2011). Na het winnen van de presidentsverkiezingen is hij langs deze lijnen doorgegaan. Zo plaatst hij al zijn toespraken op YouTube. Sommige waarnemers spreken dan ook over het YouTube-presidentschap (Heffernan, 2009). De campagne via internet was een belangrijk onderdeel in zijn strijd om het Witte Huis. Toch ging het slechts om een beperkt onderdeel van zijn campagnebudget. Zo spendeerde Obama 16 miljoen dollar aan webadvertenties inclusief YouTube, maar kon televisie zich in een veelvoud van dit bedrag verheugen. Kaye (2009, p. 20) schat de uitgaven van Obama aan televisiespots op 250 miljoen dollar.

#### 4. State of the art

De belangrijke rol van YouTube in Amerikaanse verkiezingscampagnes is de laatste jaren onderwerp geweest van verschillende studies. In deze onderzoeken komen vier thema's aan de orde. In de eerste plaats zijn er beschrijvende studies die het gebruik van YouTube in kaart brengen (Salmond, 2010; Klotz, 2010; Kalnes, 2009; Cortese & Proffitt, 2009). Ten tweede wordt in verschillende studies ingegaan op de vraag welke kandidaten gebruik maken van YouTube (bv. Gulati & Williams, 2010; Carlson & Strandberg, 2008). Dit gebeurt voornamelijk in een verkiezingscontext waarin kandidaten de ruimte hebben om een individuele campagne te voeren. In de derde plaats is er werk dat de rol van YouTube in campagnes probeert vast te stellen door te kijken naar kijkcijfers, attitudes van kiezers en discussies op blogs en in de media (bv. Ridout *et al.*, 2010, 2012; Wallsten, 2010; Carlson & Strandberg, 2008). Ten slotte wordt in een enkele studie gekeken naar factoren die kunnen verklaren waarom filmpjes al dan niet populair zijn (bv. Ridout *et al.*, 2010, 2012; Wallsten, 2010).

Buiten de Verenigde Staten is tot nu toe slechts in enkele landen onderzoek verricht naar YouTube als campagne-instrument (Carlson & Strandberg, 2008; Salmond, 2010, 2011; Kalnes, 2009; Vesnic-Alujevic & Van Bauwel, te verschijnen). Deze auteurs concluderen dat het gebruik en de invloed van YouTube tijdens verkiezingscampagnes zeer beperkt is bij de parlementsverkiezingen in Finland, Noorwegen en Nieuw-Zeeland en bij de recente Europese verkiezingen in Italië, Frankrijk, Ierland en Slovenië. YouTube wordt vooral gebruikt door jonge kandidaten van grote partijen met voldoende financiële middelen (Carlson & Strandberg, 2008). Het werk van Salmond (2011; 2012) richt zich vooral op de toon van YouTube-spots. Hij constateert op basis van vergelijkend onderzoek naar YouTube-campagnes bij nationale verkiezingen in 13 landen dat YouTube-spots positiever van toon zijn dan televisiespots en dat de verschillen tussen landen samenhangen met het kiesstelsel. YouTube-spots in landen met een *winner-takes-all*-kiesstelsel zijn negatiever van toon dan de spots in landen met een proportioneel kiesstelsel. Slechts enkele Amerikaanse studies (Ridout *et al.*, 2010, 2012; Wallsten, 2010) hebben het kijkerssucces van YouTube spots onderzocht. Ridout *et al.* (2010) vinden in hun studie dat spots gemaakt door burgers of derden en lange spots vaak worden bekeken. Ridout *et al.* (2012) vinden daarnaast dat de toon van de spot er toe doet. Zij constateren dat negatieve spots veel vaker worden bekeken dan positieve of vergelijkende spots. Wallsten (2010) bestudeert de meest populaire online politieke video uit de campagne van Obama, 'Yes We Can' (10 miljoen hits), en trekt de conclusie dat weblogdiscussies en de campagnestatements het aantal kijkers beïnvloeden, maar dat de aandacht van journalisten in de traditionele media geen effect heeft.

Onderzoek naar YouTube in de Nederlandse context ontbreekt tot op heden grotendeels. De enige studie die aandacht besteedt aan het gebruik van YouTube

tijdens verkiezingscampagnes in Nederland is van Effing *et al.* (2011). Zij bestuderen of het gebruik van sociale media door individuele politici tijdens de gemeenteraadsverkiezingen en de Tweede Kamerverkiezingen van 2010 het stemgedrag van kiezers heeft beïnvloed. Zij richten zich op Hyves, Facebook, Twitter en YouTube en maken gebruik van een index genaamd Social Media Indicator (SMI) die de aanwezigheid van politici en hun interactie met volgers op sociale media meet. Voor deze index kijken ze onder meer of Nederlandse politici een YouTube-kanaal hebben, hoeveel video's ze daar op geplaatst hebben, hoe vaak deze video's bekeken en becommentarieerd worden en hoeveel leden hun YouTube-kanaal heeft. Zij concluderen dat sociale media bij lokale verkiezingscampagnes nauwelijks een rol spelen en vinden enkel voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2010 een positief verband tussen een hoge score op de SMI-index en het aantal voorkeurstemmen dat een politicus behaalt.

## 5. Campagnes in de Verenigde Staten en in Nederland

Er zijn belangrijke verschillen tussen de verkiezingscampagnes in de VS en die in Nederland (Van Praag jr., 1995). Zo kent de VS een tweepartijstelsel met organisatorisch zwakke partijen. In samenhang met het Amerikaanse kiesstelsel leidt dit tot *candidate centered*-campagnes waarbij elke (presidents)kandidaat zijn eigen campagneorganisatie dient op te bouwen en financieren. Door het ontbreken van een goede partijorganisatie wordt een kandidaat niet of nauwelijks gesteund door zijn partij. Het aantal vrijwilligers dat participeert in een campagne ligt desondanks veel hoger dan in Nederland. Verder duren de campagnes in de VS door de voorverkiezingen veel langer en beschikken de kandidaten over zeer grote campagnebudgetten. Dat laatste is noodzakelijk, omdat betaalde publiciteit in de vorm van televisiespots een zeer belangrijke rol speelt in de verkiezingsstrijd.

Nederland kent een meerpartijstelsel met in vergelijking tot de VS goed georganiseerde partijen. Het gaat in Nederland om zeer goedkope, *party centered*-campagnes, waarbij de partij verantwoordelijk is voor het verkiezingsprogramma en de lijsttrekker aanwijst. De partij is tevens verantwoordelijk voor de organisatie en de financiering van de campagne en beschikt via de afdelingen over een lokaal netwerk. De betrokkenheid bij de campagnes van de verschillende partijen is in het algemeen gering. Vrijwilligers zijn veelal afkomstig uit het actieve ledenbestand en worden op beperkte schaal aangevuld met stagiairs en mensen van buiten de partij.

Een ander belangrijk verschil met de VS is dat verkiezingscampagnes zich in Nederland van oudsher in de onbetaalde of vrije publiciteit afspelen. Politieke partijen en politici zijn daarbij in belangrijke mate afhankelijk van de nieuwsselectie

en *framing* door onafhankelijke journalisten. Partijen weten nooit zeker wat journalisten als een relevant nieuwsfeit beschouwen en in welke termen zij daarover zullen berichten. Het alternatief voor de vrije publiciteit, betaalde en daarmee door de partijen gecontroleerde publiciteit in de vorm van krantenadvertenties en televisiespotjes, heeft in Nederland in tegenstelling tot in de VS altijd een marginale rol gespeeld. Weliswaar is het voor de partijen sinds 1998 mogelijk reclamezendtijd te kopen bij de commerciële en publieke omroepen, maar daar wordt door gebrek aan financiële middelen zeer spaarzaam gebruik van gemaakt (Brants, 2006). Wel heeft de VVD in 2010 met ongeveer 750.000 euro voor Nederlandse begrippen veel geld besteed aan televisiecommercials (Veenboer, 2011). In het algemeen geldt dat partijen in Nederland, door het langzaam dominanter worden van *media logic*, meer belang gaan hechten aan door de partij gecontroleerde publiciteit. YouTube biedt de weinig kapitaalkrachtige Nederlandse partijen een goedkoop instrument om met eigen videomateriaal een grote groep kiezers te bereiken. Dit kan een belangrijke reden zijn voor Nederlandse partijen om YouTube te gebruiken.

Op basis van het bestaande onderzoek en de kenmerken van Nederlandse campagnes stellen we drie vragen over de rol van YouTube in de campagne van 2010. In de eerste plaats willen we weten in welke mate partijen gebruik hebben gemaakt van YouTube en in welke mate dat de aandacht heeft getrokken van kiezers. In de tweede plaats zullen we kijken naar de invloed van YouTube op de campagne, online en in de traditionele media. Ten slotte gaan we na welke factoren kunnen verklaren waarom een filmpje op YouTube in 2010 meer of minder bekeken werd. Deze studie draagt daarmee bij aan de ontwikkeling van meer inzicht in de rol die YouTube kan spelen in verkiezingscampagnes. Voor partijen is het relevant om te weten welk type filmpje in staat is zonder tussenkomst van journalisten veel kiezers direct te bereiken. Daarnaast genereert de studie kennis over de Nederlandse casus.

## 6. Nederlandse casus en data

Tijdens de campagne van 2010 beschikten bijna alle politieke partijen over een eigen kanaal op YouTube. Vier jaar eerder, bij de campagne van 2006, maakten slechts enkele partijen gebruik van het toen nog jonge YouTube. De PvdA opende als eerste Nederlandse partij in maart 2006 een eigen YouTube-kanaal. In de aanloop naar de campagne volgden de SP, GroenLinks en de Partij voor de Dieren. De andere politieke partijen startten hun kanaal pas in de jaren daarna. De campagne van 2010 is daarmee de eerste campagne die zich goed leent voor systematisch onderzoek naar het gebruik van het videokanaal door politieke partijen en de invloed van YouTube op de berichtgeving in de traditionele media. Voor ons onder-

zoek naar de rol van YouTube tijdens de campagne van 2010 hebben we alle spots geanalyseerd die op YouTube geplaatst zijn door de politieke partijen die voor de verkiezingen vertegenwoordigd waren in de Tweede Kamer. Het gaat om negen partijen, namelijk CDA, VVD, PvdA, D66, GL, SP, CU, PvdD en TON. De onmogelijkheid om het eigen videokanaal op zondag te sluiten, weerhield de SGP ervan om gebruik te maken van YouTube. De afwezigheid van de PVV is opmerkelijk, omdat juist een eigen kanaal het kijkers gemakkelijker maakt om video's van de partij te onderscheiden van persiflages. De PVV was in deze campagne evenmin te vinden op Hyves en Facebook.

De onderzoeksperiode betreft de zes weken voorafgaande aan de Tweede Kamerverkiezingen van 9 juni 2010. Een deel van de gebruikte data is in eerste instantie verzameld in het kader van het *Comparative Study of Political Advertising Project* van Rob Salmond van de Universiteit van Michigan.<sup>3</sup> Het codeerschema dat ten grondslag ligt aan deze dataset is een vereenvoudigde versie van het door Brader (2006) ontwikkelde schema. Naast feitelijkheden, zoals wanneer een video is geplaatst en de tijdsduur ervan, zijn onder andere de toon, de emotionele *appeals* aan de kiezer en de productieaspecten van de filmpjes gecodeerd.<sup>4</sup> De eenheid van analyse in dit codeerschema is de campagnespot. In totaal zijn er voor deze studie 406 YouTube-spots gecodeerd. De mate van overeenkomst tussen twee Nederlandstalige codeurs berekend op basis van 10 procent van de onderzochte populatie is voor alle categorieën hoger dan 93,9 procent. De laagste score is voor de categorie toon van de spot.

In het kader van dit artikel is aanvullende informatie over deze video's verzameld bij de negen politieke partijen over het aantal views en reacties tot 10 juni 2010.<sup>5</sup> Van vier van de negen spots van TON hebben we alleen de kijkcijfers per 17 januari 2011. De kijkcijfers van deze vier spots per 10 juni 2010 zijn geschat door voor de vijf andere spots van TON te kijken naar het gemiddelde percentage (33,7%) stijging tussen de dag na de verkiezingen en 17 januari 2011. Verder zijn data verzameld over de *links* naar de verschillende YouTube-video's. Om de invloed van YouTube op de geschreven media na te gaan is er, voor de periode 28 april tot 16 juni, met behulp van LexisNexis gezocht in alle Nederlandse kranten naar artikelen over YouTube en de verkiezingscampagne.<sup>6</sup>

## 7. Operationalisatie en methode

De rol en invloed van YouTube op de online-campagne en op de berichtgeving in de geschreven media hebben we vastgesteld op basis van vier indicatoren, waarvan de eerste drie ook door Carlson en Strandberg (2008) worden gehanteerd. Het gaat om het aantal kijkers van YouTube-spots, het aantal links op andere websites

(inclusief weblogs) naar deze YouTube-spots, het aantal reacties op de video's en de aandacht in de gedrukte media voor de YouTube-spots van partijen.<sup>7</sup> De scores op deze indicatoren zullen in de resultatenparagraaf worden beschreven.

Bij de deelvraag welke factoren kunnen verklaren waarom een filmpje op YouTube wel of niet veel bekeken wordt, is de afhankelijke variabele het *Aantal Bezichtigingen* van YouTube-spots. Dit varieert van 7 tot 329.749 bezichtigingen. Met uitzondering van de studie van Ridout *et al.* (2010; 2012) en Wallsten (2010) kunnen we niet voortbouwen op bestaand werk voor onze verklarende variabelen.

De eerste set variabelen betreft de zichtbaarheid van de spots in de online-campagne en in de traditionele media. De eerste variabele is *Online Prominentie* van de spot. Deze variabele is gemeten door te kijken naar het aantal links op externe websites die leiden naar de spot; het aantal links varieert van 0 tot 7 per spot. Daarnaast nemen we een drietal dummyvariabelen mee, namelijk *Links op Sociale Netwerk Sites* (1 = Ja; 0 = Nee), *Links op Kranten, Tv en Tijdschriftenwebsites* (1 = Ja; 0 = Nee) en *Aandacht Geschreven Media* (1 = Ja; 0 = Nee). De tweede set verklarende variabelen kijkt naar de inhoud en/of kenmerken van de spot, zoals toon, aanwezigheid van prominente politici en de lengte. De *Toon* van de spot meten we met behulp van een tweetal dummyvariabelen *Negatief* (1 = Ja; 0 = Nee) en *Vergelijkend* (1 = Ja; 0 = Nee). De categorie positief is de referentiecategorie. De originele variabele gaf de toon van de spot weer op een vijfpuntsschaal, waarbij de waarde 1 strikt positief en de waarde 5 strikt negatief is. Een strikt negatieve spot is een spot waarin enkel kritiek op de tegenstander wordt geleverd. Aangezien er nauwelijks spots te vinden waren in de categorieën 1 en 5, hebben we de variabele vereenvoudigd naar een driepuntsschaal en daarvan vervolgens drie aparte dummyvariabelen gemaakt. Onder de waarde negatief vallen aldus spots die waren gecodeerd als strikt negatief of voornamelijk negatief. Hetzelfde is gebeurd voor de waarden strikt positief en voornamelijk positief. Spots die ongeveer evenveel negatieve als positieve claims bevatten, vallen onder de waarde vergelijkend. Daarnaast kijken we naar de aanwezigheid van prominente politici in de spots met behulp van de variabele *Lijsttrekker* (1 = Aanwezig; 0 = Afwezig) en de *Politieke Tegenstander* (1 = Aanwezig; 0 = Afwezig).<sup>8</sup> Verder wordt de variabele *Duur Spot* meegenomen, die de lengte van de spot meet in seconden.

Ten slotte bevat het model een aantal controlevariabelen, namelijk *Lengte Bestaan*, *Partijgrootte* en *Positie in de Peilingen*. De variabele *Lengte Bestaan* meet het aantal dagen dat de spot op YouTube heeft gestaan. De variabele *Partijgrootte* meet de grootte van de partij uitgedrukt in zetels. De variabele *Positie in de Peilingen* meet het aantal zetels dat de partij van de spot in min of plus stond in de week waarin de spot op YouTube werd geplaatst. Het gaat daarbij om het verschil tussen het aantal zetels in de peiling van die week en het aantal zetels dat de partij bij de voorgaande verkiezingen had. Omdat het aantal zetels verlies of winst vaak groter is bij grotere partijen, is het verschil gedeeld door het aantal zetels dat de partij

bij de voorgaande verkiezingen had. De nieuw geconstrueerde variabele is positief scheef verdeeld en daarom is er een logaritmische transformatie uitgevoerd, nadat het minimumaantal zetels plus 1 bij de variabele is opgeteld is. De positie in de peilingen is ontleend aan data van TNS NIPO.

De invloed van deze factoren op het aantal keren dat een spot bekeken werd kan niet worden vastgesteld met een gewone regressieanalyse, aangezien de afhankelijke variabele, het aantal bezichtigingen, niet normaal verdeeld is. We hanteren daarom een negatieve binomiale regressieanalyse.<sup>9</sup> We controleren of de uitkomsten van dit model gedreven worden door een specifieke partij met behulp van een *jackknife*-procedure waarbij we steeds één partij uit het model verwijderen en kijken of de resultaten standhouden.

## 8. Resultaten

### 8.1 Gebruik en karakterisering YouTube-spots

In de Nederlandse campagne van 2010 is YouTube door de partijen intensief gebruikt. De negen partijen plaatsen vanaf 26 april in totaal 406 video's op hun videokanalen. De piek ligt tussen 15 en 30 mei, wanneer een 160-tal spots wordt geüpload. De laatste spotjes van VVD en PvdA worden nog op de verkiezingsdag geplaatst. De meeste spotjes (121) zijn te vinden op het CDA-kanaal (Tabel 1). Dit hoge aantal van de christendemocraten is het gevolg van de keuze om van alle kandidaat-Kamerleden zowel een lang als een kort statement op YouTube te laten zien. Ook partijen als de PvdA (98) en de VVD (69) plaatsen veel spotjes, in tegenstelling tot de SP, die met 14 filmpjes zeer terughoudend is. De Partij voor de Dieren beperkt zich tot vier filmpjes, waarvan het eerste pas op 21 mei wordt geüpload.

De gemiddelde lengte van de spots is 102 seconden, maar de verschillen tussen de filmpjes zijn groot. Zowel de kortste als de langste spot is afkomstig van de VVD: de kortste is een stemoproep van Jeanine Hennis-Plasschaert van 12 seconden en de langste spot is een toespraak van Mark Rutte op de algemene ledenvergadering van 19 minuten en 36 seconden. In totaal is 11 uur en 33 minuten aan videomateriaal van de politieke partijen op YouTube te vinden.

De spots die partijen op YouTube plaatsen zijn niet altijd nieuw. De eigen partijpolitieke uitzendingen, fragmenten uit televisiedebatten, televisieoptredens, toespraken, televisienieuws en Kamerdebatten vormen 14% van de filmpjes. De enige partij die totaal geen nieuwe spots voor YouTube produceert is de PvdD. Bij de partij van Rita Verdonk bestaat meer dan de helft van de spots uit eerder door andere media uitgezonden fragmenten. Het CDA is de enige partij die op YouTube bijna alleen nieuw materiaal plaatst (98%).

TABEL 1. Gebruik en bereik van YouTube-kanalen door politieke partijen.

Partij	Aantal spots	Totale lengte spots (in sec.)	Gemid. lengte spots (in sec.)	Aantal bezichtigingen	Gemid. aantal bezichtigingen	Laagste aantal bezichtigingen	Hoogste aantal bezichtigingen
CU	20	2679	134	14133	707	96	4817
CDA	121	10805	89	69197	572	7	17370
D66	38	4535	119	31633	833	74	4840
GL	33	3479	105	76120	2307	142	10755
PvdA	98	10100	103	151469	1546	46	19981
PvdD	4	778	195	515	129	52	303
SP	14	2136	153	14451	1032	97	9965
TON <sup>10</sup>	9	824	92	371031	41226	430	329749
VVD	69	6242	91	104836	1519	266	10955
Totaal	406	41578	102	833.385			

*N.B. PVV en SGP maakten geen gebruik van een officieel YouTube-kanaal in deze verkiezingscampagne.*

De spots hebben een sterk inhoudelijk karakter. In 94% wordt aandacht besteed aan de ideologische punten en beleidsideeën van de partijen. In bijna 20% gaat het geheel of gedeeltelijk over het persoonlijke leven van de politicus en in 23% komt de ervaring van de politicus of zijn of haar karakter ter sprake (9%).<sup>11</sup> In eerder onderzoek naar Nederlandse politieke televisiespotjes kwam eveneens naar voren dat deze een sterk inhoudelijk karakter hebben (Blanksma & Brants, 2005). De spotjes op YouTube worden nauwelijks gebruikt voor negatieve campagnevoering; slechts 4% bestaat grotendeels uit aanvallen op andere partijen of politici. Het overgrote deel stelt de eigenschappen en de beleidsvoorstellen van de eigen partij centraal en kan gekarakteriseerd worden als positief (82%). Deze bevinding is overeenkomstig het werk van Salmond (2012), die stelt dat YouTube-spots in het algemeen en met name in landen met een proportioneel kiesstelsel voornamelijk positief van toon zijn. Wel zijn er vergelijkende spotjes waarin ook kritiek op andere partijen verwerkt is (15%). Opmerkelijk is dat van de 17 negatieve YouTube-spots er 11 afkomstig zijn van de PvdA. Het gaat dan veelal om fragmenten uit televisiedebatten of tv-optredens van politiek leider Cohen, waarin hij zijn tegenstanders bekritiseert. Het merendeel van de partijen heeft YouTube gebruikt als een digitaal pamflet, een extra medium om zijn boodschap uit te zenden (vgl. Voerman, 2000) en heeft zich nauwelijks door de succesvolle YouTube-campagne van Obama laten beïnvloeden. Partijen die hierop enigszins een uitzondering vormen zijn de PvdA, GL, D66 en TON. Deze partijen hebben in meerdere of mindere mate geprobeerd om via YouTube in contact te komen met de kiezer en deze te bewegen tot steun of deelname aan de campagne. Het gaat om bijna 9% van de spots, waarbij in eenderde van deze gevallen de partijen proberen kiezers te mobiliseren.<sup>12</sup> Wanneer we mobili-



satie breder definiëren en ook traditionele stemoproepen aan kiezers als dusdanig zien, stijgt dit echter naar 64,5% van alle spots.

De meer specifieke mobilisatiepogingen van D66, GL en de PvdA betreffen oproepen tot actief meedoen als vrijwilliger, verzoeken om geld te doneren (D66) en uitnodigingen om deel te nemen aan bijeenkomsten (GL). TON probeert de kiezers te activeren door een wedstrijd uit te schrijven om voor YouTube een parodie op de eigen campagnespot te maken. De PvdA en GL nodigen kiezers uit tot het stellen van vragen; 6% van de spots is gewijd aan het beantwoorden van deze vragen. Het meest actief daarin is de PvdA. De partij plaatst 17 spots waarin Cohen of een ander kandidaat-Kamerlid een vraag van een kiezer, gesteld via Twitter, Hyves of Facebook, beantwoordt. De PvdA laat zich meer dan andere partijen inspireren door de campagne van Obama en communiceert via YouTube het meest met de kiezer; zo zijn er 3 spots te vinden waarin Cohen vrijwilligers bedankt voor hun inzet in de campagne of als deelnemer aan electoraal onderzoek. Waar het bij digitale pamfletten om persuasieve communicatie gaat, kenmerken deze YouTube-spots zich door interactieve communicatie.

## 8.2 *De rol van YouTube*

Het bereik van de verschillende YouTube-spots op de partijkanalen varieert sterk (Tabel 1). Trots op Nederland trekt met haar spotjes verreweg de meeste aandacht (ruim 370.000), op ruime afstand gevolgd door de PvdA (ruim 150.000) en de VVD (bijna 105.000).<sup>13</sup> De PvdD scoort met haar vier spots een schamele 515 views. Het hoge aantal kijkers voor TON is vooral te danken aan de op YouTube geplaatste uitzending uit de Zentijd voor Politieke Partijen. Het veelbesproken filmpje, met onder andere een nagespeelde tasjesroof op een bejaarde vrouw met commentaar van Rita Verdonk, is de best bekeken campagnespot met bijna 330.000 views (Tabel 2). De minst bekeken spot is van het CDA: een interview met partijvoorzitter Peter van Heeswijk over het CDA-verkiezingscongres scoort slechts zeven views. Als we naar de tien best bekeken spots kijken (Tabel 2), valt het grote verschil op in het aantal bezichtigingen tussen de nummer één spot van TON en de overige spots, die niet boven de 20.000 views komen. Verder wordt de top tien gedomineerd door de PvdA (vier spots) en TON (twee spots) en heeft geen enkele spot van D66 deze lijst gehaald.

Het totaal aantal views van alle spots wijst met ruim 833.000 op een beperkte rol van YouTube (Tabel 3). Het aantal unieke bezoekers ligt waarschijnlijk nog lager. De geringe rol van de YouTube-spots blijkt ook uit het aantal externe links dat naar deze video's verwijst (ruim 1200). Gemiddeld heeft een spot drie links, maar er zijn ook spots die enkel via het YouTube-kanaal kunnen worden gevonden. De spots zijn slechts in beperkte mate verbonden met andere Web 2.0-communicatie-

kanalen. Van de spots heeft 29,5% een link op Hyves, 27% op Twitter, 7% op Facebook en 3% op een weblog. Verder had 8% van de spots een link op een website van een nationale of lokale krant, televisieprogramma of nieuwswebsite. Bij 345 filmpjes worden de kiezers in staat gesteld om te reageren. Dat levert gemiddeld vier reacties op. De meeste reacties krijgt de PvdA spot *Premiersdebat RTL: Cohen over zijn grote bezwaar tegen Wilders* (214), gevolgd door de SP-spot *ROOD: Stem voor je Stufi – de videoclip* (127) en de PvdA-spot *Job Cohen – Iedereen telt mee* (110). De spots met de meeste reacties staan ook in de top tien van best bekeken spots (zie Tabel 2). Geen van de andere spots haalt meer dan 100 reacties; bij veel spots zijn er nauwelijks reacties.

TABEL 2. Top 10 spots op basis van aantal bezichtigingen.

Plaats	Titel spot	Partij	Lengte in seconden	Aantal kijkers	Aantal reacties
1	Trots op NL – verkiezingen 2010	TON	173	329749	35
2	Job Cohen – Iedereen telt mee	PvdA	170	19981	110
3	Campagnefilm TROTS statement Rita	TON	54	19559	14
4	Nederland kan op het CDA rekenen	CDA	47	17370	–
5	Premiersdebat RTL: Cohen over zijn grote bezwaar tegen Wilders	PvdA	27	13736	214
6	Job in Almere	PvdA	115	13547	–
7	VVD – Jeanine Hennis-Plasschaert staat voor...	VVD	12	10955	8
8	Femke Halsema: 'Wij zijn klaar voor de toekomst'	GL	162	10755	33
9	ROOD: Stem voor je Stufi – de videoclip	SP	131	9965	127
10	Cohen: stem PvdA!	PvdA	33	9632	–

N.B. Geen mogelijkheid voor bezoekers om te reageren op de spot.

TABEL 3. De online-invloed van YouTube-spots.

Soort invloed	Totaal	Minimum	Maximum	Gemiddelde	N
Bezichtigingen	832935	7	329749	2052	401
Links	1212	0	7	3	396
Reacties	1332	0	214	4	345

N.B. Een aantal YouTube-spots is na de verkiezingen verwijderd. Voor deze spots zijn geen gegevens beschikbaar. Van een aantal spots zijn geen gegevens beschikbaar over hun links op andere websites. Een aantal YouTube-spots bood kiezers niet de mogelijkheid om een reactie achter te laten.

De YouTube-filmpjes kunnen de gedrukte media niet erg boeien. In slechts 33 artikelen in de landelijke of regionale dagbladen wordt aandacht aan het videokanaal

besteed. In een tiental artikelen, vooral in de landelijke dagbladen, gaat het om het omstreden filmpje van TON dat de top tien van meest bekeken spots aanvoert. Acht artikelen in regionale dagbladen besteden aandacht aan de PvdA-spot waarin Cohen met een bal jongleert, terwijl *De Limburger* aandacht besteedt aan de spot van een Limburgse VVD-kandidaat. De media zijn daarnaast geïnteresseerd in YouTube-spots die niet door de partijen zijn geplaatst. Tien artikelen gaan over de satirische anti-Rutte-film die geplaatst wordt op de website [www.stemhok.nl](http://www.stemhok.nl) onder de titel *De sterke vrouw achter Mark Rutte*. Twee artikelen wijzen de lezer op de spot van kandidaat-Kamerlid Mei Li Vos (PvdA), die een persoonlijke campagne voerde om herkozen te worden. Deze spot, getiteld *Vrij Links*, lijkt op de beroemde D66-tv-spot van Van Mierlo uit 1966. Ten slotte is er nog een artikel over de Amsterdamse schlager van Cornelis Sjeesman, *Ik ben fan (van Job Cohen)*. Op basis van zowel het aantal links online als de impact op de geschreven media kunnen we concluderen dat de rol van YouTube in deze campagne beperkt was. Deze bevindingen komen overeen met die van Carlson en Strandberg (2008), die een soortgelijke conclusie trokken voor de parlementsverkiezingen in Finland, en Vesnic-Alujevic en Van Bouwel (te verschijnen) die 13 politieke partijen in Ierland, Italië, Frankrijk en Slovenië bij de Europese parlementsverkiezingen onderzochten.

We onderzoeken afsluitend de derde onderzoeksvraag, de vraag of de grote verschillen in kijkersaantallen verklaard kunnen worden op basis van specifieke kenmerken van spots. De analyse laat zien dat van de eerste set van verklarende variabelen er alleen een positief significant effect is van de variabele *Online Prominentie*: hoe groter het aantal links op externe websites, hoe vaker deze spots worden bekeken (Tabel 4). Voor de tweede set verklarende variabelen vinden we significante effecten voor de variabelen *Vergelijkend*, *Lijsttrekker* en *Duur Spot*. Dat betekent dat vergelijkende spots vaker worden bekeken dan spots met een positieve toon, maar voor spots met een negatieve toon geldt dat niet. Kijkers kijken kennelijk graag naar spots waarin zowel de eigen partij geprezen als de tegenpartij bekritiseerd wordt. Deze resultaten staan gedeeltelijk haaks op Ridout *et al.* (2012). Voor de VS constateren zij dat vooral negatieve YouTube-spots kijkers trekken. Toch concluderen wij dat toon een belangrijke voorspellende variabele is voor het aantal kijkers van YouTube-spots. Daarnaast zien we dat de aanwezigheid van de lijsttrekker in spots tot meer views leidt in vergelijking met spots waarin dit niet het geval is. Spots met prominenten trekken inderdaad meer aandacht dan de spots waarin overige kandidaten in beeld komen. We vinden ten slotte een negatief effect voor de duur van de spot: korte spots worden vaker bekeken. Dit is tegengesteld aan de bevindingen van Ridout *et al.* (2010). We vinden nog een aantal significante effecten onder de controlevariabelen. De resultaten tonen aan dat filmpjes afkomstig van kleine partijen of partijen die op winst staan in de peilingen, meer belangstelling oproepen. Het effect van de variabele kleine partijen wordt niet bepaald door TON. Dezelfde resultaten worden gevonden wanneer deze partij niet wordt

meegenomen in de analyse. Ook het vroeg in de campagne plaatsen van een spot draagt bij aan het aantal views.

TABEL 4. Aantal bezichtigingen van YouTube-spots (negatieve binominale regressieanalyse).

Onafhankelijke variabelen	Coëfficiënt	Standaardfout
<i>Invloed online en media</i>		
Online Prominentie	0.194**	0.052
Links op Sociale Netwerksites	-0.255	0.153
Links op Kranten, Tv en Tijdschriftenwebsites	0.473	0.250
Aandacht Geschreven Media	0.462	0.635
<i>Kenmerken spot</i>		
Negatief	0.329	0.375
Vergelijkend	0.872**	0.214
Lijsttrekker	1.840**	0.175
Politieke Tegenstander	0.132	0.388
Duur Spot	-0.001**	0.000
<i>Controlevariabelen</i>		
Lengte Bestaan	0.020**	0.007
Partijgrootte	-0.025**	0.007
Positie Peilingen	1.124**	0.295
Constante	3.611**	
N	392	
Loglikelihood	-3103.1873	
LR Chi <sup>2</sup>	267.96**	
Nagelkerke R <sup>2</sup>	0.495	

N.B. \*\*significant op  $p < .01$ ; \*significant op  $p < .05$  (tweezijdig).

## 9. Conclusie

Nederlandse partijen maken in de campagne van 2010 intensief gebruik van YouTube en de negen onderzochte partijen plaatsen samen maar liefst 406 video's op YouTube. De geplaatste spots hadden een sterk inhoudelijk karakter en waren voornamelijk positief van toon. De partijen slagen er echter niet in om veel kijkers te trekken of veel aandacht van andere media te genereren. Bovendien is bijna 40% van het aantal views (bijna 833.000) afkomstig van een enkele spot van Trots op Nederland. Geen andere spot haalt meer dan 20.000 hits. Uit de regressieanalyse blijkt onder andere dat het aantal links op externe websites kan bijdragen aan de populariteit van een spot. Veel partijen gebruiken het videokanaal vooral als een digitaal pamflet, maar coördineren hun activiteiten op YouTube niet of nauwe-

lijks met de andere onderdelen van hun campagne. De specifieke mogelijkheden die YouTube biedt, blijven grotendeels onbenut. Dat blijkt uit de vele fragmenten van andere media die gebruikt zijn voor YouTube-filmpjes. Slechts enkele partijen hebben geprobeerd YouTube in te zetten als een interactief en activerend instrument. In verschillende speciaal voor YouTube gemaakte filmpjes werden vragen van kiezers beantwoord en werd soms ingespeeld op actuele ontwikkelingen in de campagne. Het globale beeld laat echter een beperkte rol van YouTube in deze campagne zien. Dat blijkt niet alleen uit het lage aantal links en verwijzingen in de geschreven media, maar ook uit het aantal views. Ruim 833.000 bezichtigingen op meer dan 12 miljoen kiezers wijst op een marginale rol, zeker in vergelijking met de campagne van Obama uit 2008. Deze resultaten voor Nederland verschillen daarmee niet van het onderzoek in Finland en Noorwegen, waar de conclusie eveneens was dat de rol van YouTube in de campagne beperkt was (Carlson & Strandberg, 2008; Kalnes, 2009).

De conclusie is dat de partijen, gezien het grote aantal geplaatste filmpjes, geprobeerd hebben YouTube een belangrijke rol te laten spelen in hun campagne, maar dat ze daar niet in geslaagd zijn. We hebben in Nederland geen succesvolle variant gezien op de geslaagde YouTube-campagne van Obama. De vraag is of het succes van Obama niet sterk samenhangt met het Amerikaanse politieke stelsel, waarin politieke partijen een ondergeschikte rol spelen en campagnes vaak meer dan een jaar duren. In de zeer lange *candidate centred*-campagnes in de VS bouwt elke kandidaat zijn eigen campagneorganisatie op, mobiliseert hij vrijwilligers en is hij zelf verantwoordelijk voor zijn naamsbekendheid en politieke profiel. YouTube is daarbij een welkom aanvullend campagne-instrument, mede omdat het relatief goedkoop is en snel kan worden ingezet. In Nederland bestaat de noodzaak echter niet om bij elke verkiezing een nieuwe campagneorganisatie op te bouwen en wordt de campagne gedragen door actieve partijleden. De mogelijkheid om via YouTube niet-partijleden te betrekken bij de campagne en zonder tussenkomst van journalisten snel te reageren op de actualiteit is door de Nederlandse partijen echter nauwelijks gebruikt.

Met deze studie hebben wij een volgende stap gezet in het onderzoek naar de rol van YouTube in Nederlandse verkiezingscampagnes. Deze studie sluit aan op het werk van Effing *et al.* (2011) en op meer algemeen onderzoek naar de rol van sociale media in verkiezingscampagnes in Nederland (zie onder meer Utz, 2009; Van Santen, 2009; Vergeer en Hermans, te verschijnen). Wij zien een drietal lijnen voor verder onderzoek. Volgens Vergeer (te verschijnen) stimuleert Web 2.0 een gepersonaliseerde en meer individualistische wijze van campagnevoeren door politici. Het zou interessant zijn om te onderzoeken in hoeverre deze ontwikkeling door het gebruik van sociale media, waaronder YouTube, in de Nederlandse situatie zichtbaar is. YouTube wordt meestal onderzocht vanuit het perspectief van de sociale media, maar is op belangrijke kenmerken vergelijkbaar met politiek

adverteren. Vergelijkend onderzoek naar spots op televisie, radio en YouTube kan inzicht geven in de kracht van de verschillende media. Ten slotte is het belangrijk om te onderzoeken welke kiezers naar YouTube-spots kijken. Geldt ook voor Nederland dat met YouTube vooral in politiek geïnteresseerde kiezers worden bereikt? In samenhang daarmee zouden we willen weten wat het effect is van het kijken naar YouTube-spots.

## Noten

1. De gegevens zijn afkomstig van Alexa, een website die internetverkeer analyseert, <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>.
2. Aangenomen mag worden dat zeker bij het kanaal van Obama ook veel views zitten van burgers uit andere landen.
3. Wij zijn Rob Salmond erkentelijk voor het beschikbaar stellen van de Nederlandse data uit zijn dataset.
4. Het complete codeerschema is bij de auteurs van dit artikel op te vragen.
5. Wij zijn Michiel Sijbom (CDA), Peter Valstar (VVD), Jurjen Fedde Wiersma (PvdA), Huub Bellemakers (GL), Anne Paul Roukema (CU), Imke Banen (PvdD), Bas Stoffelsen (SP), Maaïke Alleblas (D66) en Roland Dorrestyn (TON) erkentelijk voor het verstrekken van aanvullende gegevens.
6. Gebruikte zoektermen: (((YouTube OR youtube OR spot OR filmpje OR advertentie) AND verkiezingen) OR ((YouTube OR youtube OR spot OR filmpje OR advertentie) AND campagne)).
7. Idealiter zouden we ook gegevens presenteren over het effect van deze spots op de Nederlandse kiezers; dit soort gegevens is echter niet beschikbaar. Deze studie is na de campagne van 2010 uitgevoerd.
8. De variabelen *Toon*, *Lijsttrekker* en *Politieke Tegenstander* meten kenmerken van de inhoud van YouTube-spots en worden gebruikt om het aantal kijkers van deze spots te verklaren. Het gebruiken van inhoudelijke kenmerken voor het verklaren van kijkgedrag gebeurt in een aantal bestaande studies; met name voor de toon van spots wordt vaak een significant effect gevonden. Dit is de reden waarom deze variabelen ook in deze studie worden meegenomen. Bij het vinden van significante effecten is het onduidelijk hoe het causale verband loopt, aangezien de inhoud bij de kijker logischerwijs

pas bekend is na het kijken. Waarschijnlijk is het verband indirect; bepaalde spots krijgen meer aandacht in online en offline media vanwege specifieke inhoudelijke kenmerken. De aanwezigheid van de lijsttrekker in de spot is vaak al te ontdekken in de titel. Daarnaast is het onduidelijk wat het aantal unieke kijkers is, dus het is mogelijk dat de inhoud van een YouTube-spot een kijker doet besluiten deze nogmaals te bekijken.

9. Deze methode is geschikt voor het verklaren van telvariabelen, d.w.z. uitkomsten die vertellen hoe vaak iets gebeurt. Daarnaast kent deze methode niet de assumptie dat het gemiddelde en de variantie van de afhankelijke variabele gelijk zijn, in tegenstelling tot een Poisson-regressieanalyse. In dit geval hebben we inderdaad te maken met overdispersie ( $G^2 = 2100000$ ,  $p < .01$ ); vandaar de keuze voor een negatief binomiaal regressiemodel.

10. Van vier van de negen spots van TON hebben we alleen kijkcijfers per 17 januari 2011. De kijkcijfers van deze vier spots per 10 juni 2010 zijn geschat door voor de vijf andere spots van TON te kijken naar het gemiddelde percentage (33,7%) stijging tussen de dag na de verkiezingen en 17 januari 2011.

11. Het codeerschema van Brader maakt geen gebruik van uitsluitende inhoudelijke categorieën. Daardoor tellen de getallen op tot meer dan honderd procent.

12. Onder het mobiliseren van kiezers verstaan we in de nauwe definitie oproepen van politieke partijen om de kiezer te bewegen actief deel te nemen aan de campagne, meer dan enkel de gang naar de stembus, zoals het doneren van geld, het canvassen op straat, het bezoeken van partijbijeenkomsten en het insturen van vragen aan de lijsttrekker via YouTube. Bij de brede definitie van mobilisatie hebben we ook stemoproepen om kiezers te bewegen vooral naar de stembus te gaan gecodeerd.

13. Ook zonder de vier spots waarvan de precieze kijkcijfers geschat zijn, heeft TON de best bekeken YouTube-spots in deze campagne.

## Bibliografie

- Baumgartner, J.C. & Morris, J.S. (2010). My Face Tube Politics: Social Networking Websites and Political Engagement of Young Adults. *Social Science Computer Review*, 28 (1), 24-44.
- Blanksma A. & Brants, K. (2005). De uitgestelde doorbraak van de politieke spot. In K. Brants & P. van Praag (Eds.) *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (pp. 173-194). Amsterdam: Het Spinhuis.

- Boogers, M. & Voerman, G. (2003). Surfing Citizens and Floating Voters: Results of an Online Survey of Visitors to Political Websites during the Dutch 2002 General Elections. *Information Polity*, 8 (1), 17-27.
- Brader, T. (2006). *Campaigning for Hearts and Minds: How Emotional Appeals in Political Ads Work*. Chicago: The University of Chicago Press
- Brants, K. (2006). Sure To Come, But Temporarily Delayed: The Netherlands in Search of The Political Ad. In L.L. Kaid & C. Holtz-Bacha (Eds.), *The Sage Handbook of Political Advertising* (pp. 227-240). London: Sage.
- Brundidge, J. & Rice, R.E. (2009). Political Engagement Online. Do the Information Rich Get Richer and the Like-Minded More Similar? In A. Chadwick & P.N. Howard (Eds.), *The Routledge Handbook of Internet Politics* (pp. 144-156). London: Routledge.
- Carlson, T. & Strandberg, K. (2008). Riding the Web 2.0 Wave: Candidates on YouTube in the 2007 Finnish National Elections. *Journal of Information Technology and Politics*, 5 (2), 159-174.
- Cheney, M. & Olsen, C. (2010). Media Politics 2.0: An Obama Effect. In H. Harris, K. Moffit & C. Squires (Eds.), *The Obama Effect* (pp. 49-64). New York: SUNY Press.
- Cogburn, D.L. & Espinoza-Vasquez, F.K. (2011). From Networked Nominee to Networked Nation: Examining the Impact of Web 2.0 and Social Media on Political Participation and Civic Engagement in the 2008 Obama Campaign. *Journal of Political Marketing*, 10 (1-2), 189-213.
- Cornfield, M. (2006). YouTube and You. *Campaigns and Elections*, 27 (8), 43.
- Cortese, J. & Proffitt, J.M. (2009). *A Content Analysis of the 2008 Presidential Candidates' You Tube Sites*. Paper Presented at the AEJMC 2009, Boston.
- Effing, R., Van Hillegersberg, J. & Huibers, T. (2011). Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems? *Lecture Notes in Computer Science*, 6847, 25-35.
- Farrell, D.M. (2005). Campaign Modernization and the West European Party. In K.R. Luther & F. Müller-Rommel (Eds.), *Political Parties in the New Europe: Political and Analytical Challenges* (pp. 63-83). Oxford: Oxford University Press.
- Farrell, D.M. & Webb, P. (2000). Political Parties as Campaign Organizations. In R.J. Dalton & M.P. Wattenberg (Eds.), *Parties without Partisans* (pp. 102-128). Oxford: Oxford University Press.
- Gulati, G.J. & Williams, C.B. (2010). Congressional Candidates 'Use of YouTube in 2008: Its Frequency and Rationale'. *Journal of Information Technology & Politics*, 7 (2-3), 93-109.
- Haynes, A. & Pitts, B. (2009). Making An Impression: New Media in the 2008 Presidential Nomination Campaigns. *Political Science and Politics*, 42 (1), 53-58.
- Heffernan, V. (2009). *The YouTube Presidency*. New York Times, April 12<sup>th</sup>.
- Heldman, C. (2007). *YouTube Nation*. Downloaded on February 5th, 2010 from <http://www.apsanet.org/~lss/Newsletter/jan07/Heldman.pdf>.



- Johnson, D.W. (2011). *Campaigning in the Twenty-First Century; A Whole New Ballgame?* New York/London: Routledge.
- Kaid, L.L. (2009). Changing and Staying the Same: Communication in Campaign 2008. *Journalism Studies*, 10 (3), 417-423.
- Kalnes, Ø. (2009). Norwegian Parties and Web 2.0. *Journal of Information Technology & Politics*, 6 (3-4), 251-266.
- Kaye, K. (2009). *Campaign '08: A Turning Point For Digital Media*. United States: CreateSpace.
- Kleinnijenhuis, J., Scholten, O., Atteveldt, W., van Hoof, A., Krouwel, A., Oegema, D., De Ridder, J.A., Ruigrok, N. & Takens, J. (2007). *Nederland Vijfstromenland, De rol van de media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Klotz, R.J. (2010). The Sidetracked 2008 YouTube Senate Campaign. *Journal of Information Technology and Politics*, 7 (2-3), 110-123.
- Miller, C.C. (2009). How Obama's Internet Campaign Changed Politics. *New York Times*, November 7<sup>th</sup>.
- Ridout, T.N., Franklin Fowler, E. & Branstetter, J. (2010). *Political Advertising in the 21st Century: The Rise of the YouTube Ad*. Paper Presented at APSA 2010 Washington D.C.
- Ridout, T.N., Franklin Fowler, E. & Branstetter, J. (2012). *Political Advertising in the 21st Century: The Influence of the YouTube Ad*. Paper Presented at WPSA 2012, Portland, OR.
- Salmond, R. (2010). 2008: The YouTube Campaign. In S. Levine & N.S. Roberts (Eds.), *Key to Power: The General Election of 2009* (pp. 2016-221). Wellington: Victoria University Press.
- Salmond, R. (2011). *MeTube: Politicians, YouTube and Election Campaigns in Long-standing Democracies*. Paper Presented at APSA 2011 Seattle, WA.
- Salmond, R. (2012). MeTube: Political Advertising, Election Campaigns and YouTube. *Issues in Technology Innovations*, 16, 1-10.
- Utz, S. (2009). The (Potential) Benefits of Campaigning via Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (2), 221-243.
- van Praag, P. (2007). De verkiezingscampagne: professioneler en sneller. In K. Aarts, H. van der Kolk & M. Rosema (Eds.), *Een Verdeeld Electoraat: De Tweede Kamerverkiezingen van 2006* (pp. 97-119). Utrecht: Het Spectrum.
- van Praag jr., P. (1995). Hoe 'Amerikaans' is de Nederlandse verkiezingscampagne? In K. Brants & P. van Praag jr. (Eds.), *Verkoop van de politiek: De verkiezingscampagne van 1994* (pp. 228-245). Amsterdam: Het Spinhuis.1
- van Praag, P. & Brants, K. (2008). Professioneler, harder en populistischer, verandering in de campagnecultuur na 2002. *Tijdschrift Bestuurskunde*, 17 (3), 22-29.
- Van Santen, R.A. (2009). De digitale verkiezingsfolder voorbij? Partijwebsites in de verkiezingscampagne van 2006. In G. Voerman (Ed.), *Jaarboek Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen 2007* (pp. 151-175). Groningen: DNPP/Rijksuniversiteit Groningen.

- Vassia, G. (2008). Voters, MySpace and YouTube: The Impact of Alternative Communication Channels on the 2006 Election Cycle and Beyond. *Social Science Computer Review*, 26 (3), 288-300.
- Veenboer, T. (2011). *Een militaire operatie; Issue Voting en de VVD campagne van 2010*. Universiteit van Amsterdam, masterscriptie Politicologie.
- Vergeer, M. (te verschijnen). Politics, Elections and Online Campaigning: Past, Present... and a Peek into the Future. *New Media & Society*, 1-9, already available online.
- Vergeer, M. & Hermans, L. (te verschijnen). Campaigning on Twitter: Micro-Blogging and Online Social Networking as Campaign Tools in the 2010 General Elections in the Netherlands. *Journal of Computer-Mediated Communication*.
- Vesnic-Alujevic, L. & Van Bauwel, S. (te verschijnen). YouTube – A Political Advertising Tool? A Case Study Of The Use of YouTube in the Campaign for The European Parliament Elections 2009. *Journal of Political Marketing*.
- Voerman, G. (2000). Elektronisch folderen: de digitale campagne. In P. van Praag & K. Brants (Eds.) *Tussen beeld en inhoud; Politiek en Media in de verkiezingen van 1998* (pp. 193-213). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Voerman, G. & Boogers, M. (2005). Digitaal informeren en personaliseren. In K. Brants & P. van Praag (Eds.), *Politiek en media in verwarring. De verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (pp. 195-217). Amsterdam: Het Spinhuis.
- Wallsten, K. (2010) "Yes We Can": How Online Viewership, Blog Discussion, Campaign Statements and Mainstream Media Coverage Produced a Viral Video Phenomenon. *Journal of Information Technology & Politics*, 7 (2-3), 163-181.

# Leidt meer kennis over de Europese Unie tot een sterkere Europese identiteit?

Een vergelijkend onderzoek bij adolescenten in 21 lidstaten

Soetkin Verhaegen, Marc Hooghe en Yves Dejaeghere

---

**ABSTRACT: DOES MORE KNOWLEDGE ABOUT THE EUROPEAN UNION LEAD TO A STRONGER EUROPEAN IDENTITY? A COMPARATIVE STUDY AMONG ADOLESCENTS IN 21 MEMBER STATES**

Strengthening European citizenship is often considered as a 'cure' for the democratic deficit and the lack of legitimacy of the European Union. The present article focuses on the identity component of European citizenship, which is a core component of European citizenship. We distinguish two possible ways to strengthen European identity: a cognitive one (more knowledge about the EU leads to a stronger identity) and a utilitarian one (living in a member state that benefits more from its EU-membership leads to a stronger European identity). We test both explanatory models using a multilevel analysis on the data of the International Civic and Citizenship Education Study. 70,502 adolescents from 21 European member states were questioned in this study. Results indicate that knowledge about the EU only has a limited effect on European identity. The degree in which a member state contributes to the European budget does not seem to have an effect on the strength of European identity at all.

**KEYWORDS:** European identity, European Union, ICCS 2009, political knowledge

---

## 1. Inleiding

Een van de belangrijkste problemen waarmee de Europese Unie (EU) wordt geconfronteerd is het gebrek aan democratische legitimiteit (Habermas, 2011; Hobolt, 2012; Scharpf, 2009). Een volwaardig Europees burgerschap wordt zowel in academische kringen als door de Europese instellingen vaak gezien als een van de oplossingen voor dit gebrek (Habermas, 1992; Ollikainen, 2001; Risse, 2005;

Sigalas, 2010; Smith, 1992; Schmitt, 2005). Zoals we verder in dit artikel zullen aangeven, bestaat Europees burgerschap uit twee basiscomponenten. Enerzijds is er de juridische component van rechten en plichten die door de autoriteiten wordt ontwikkeld, anderzijds is er de component van een Europese identiteit die meer ontwikkeld moet worden vanuit de bevolking zelf. In dit artikel beperken we ons tot dit gevoel van Europese identiteit. Veel burgers voelen zich niet echt betrokken bij de EU en dat uit zich bijvoorbeeld in lage opkomstcijfers bij de Europese verkiezingen (Leconte, 2010; Van Aelst & Lefevere, 2012). Nochtans was de rechtstreekse verkiezing van het Europees Parlement juist een poging om een breder democratisch draagvlak voor deze instelling te creëren (Schmitt, 2005).

De legitimiteit van de Europese Unie als beleidsniveau wordt echter steeds belangrijker. De bevoegdheden van de EU op vlak van economisch en budgettair beleid worden systematisch uitgebreid (Habermas, 2011). De Europese Unie kan echter niet teren op een historisch opgebouwd reservoir van loyaliteiten, maar dient actief legitimiteit op te bouwen en te verwerven. Dit kan door het versterken van de Europese identiteit. Als deze Europese identiteit sterker wordt, verwachten we dat de Europese bevolking beslissingen van de EU als meer legitiem zal ervaren. De ontwikkeling van een sterkere Europese identiteit bij de bevolking is volgens Habermas (2011, p. 55) van cruciaal belang voor de toekomstige stabiliteit van de Europese Unie: "Die Europäische Union wird sich langfristig nur stabilisieren können, wenn sie die unter dem Zwang ökonomischer Imperative fälligen Schritte zu einer Koordinierung der relevanten Politiken nicht im bisher üblichen gubernativbürokratischen Stil, sondern auf dem Weg einer hinreichenden demokratischen Verrechtlichung vollzieht". We onderzoeken deze ontwikkeling specifiek bij Europese adolescenten, die immers de toekomstige burgers van de Europese Unie zijn.

We testen in dit artikel twee pistes voor de ontwikkeling van een Europese identiteit. Enerzijds wordt in de cognitieve verklaringspiste verwacht dat naarmate men meer vertrouwd raakt met de instellingen en de werking van de Europese Unie en naarmate men dus een betere kennis verwerft over het functioneren van dit beleidsniveau, men een sterkere Europese identiteit zal ontwikkelen (Faas, 2007; Gabel, 1998; Inglehart, 1970; Thorpe, 2008; Philippou *et al.*, 2009). De empirische validiteit van deze cognitieve piste naar de opbouw van Europese identiteit werd echter nog niet systematisch en op comparatieve wijze onderzocht. In dit artikel willen we daarom nagaan in hoeverre kennis over het functioneren van de Europese Unie gepaard gaat met de ontwikkeling van een Europese identiteit. Meer specifiek doen we dat aan de hand van een grootschalig Europees vergelijkend onderzoek bij adolescenten. We doen dat omdat deze groep via het onderwijssysteem al dan niet blootgesteld wordt aan informatie over de Europese Unie (Grimonprez, 2012; Philippou *et al.*, 2009). Het is daarom een logische keuze net bij deze doelgroep te testen of de adolescenten die daadwerkelijk een grotere kennis hebben over de EU een sterkere Europese identiteit ontwikkelen dan hun leeftijdsgenoten met een

lager kennisniveau. Bovendien worden politieke voorkeuren en identiteit reeds op vroege leeftijd ontwikkeld, waarna deze niet sterk meer wijzigen (Inglehart, 1970). Door adolescenten te bestuderen staan we dicht bij de ontwikkelingsfase van Europese identiteit en verwachten we een meer adequate kijk op de variabelen die mogelijk invloed hebben op deze ontwikkeling.

Daarnaast testen we de verklaringspiste dat het niet zozeer kennis is die bijdraagt aan de ontwikkeling van een Europese identiteit, maar dat deze Europese identiteit afhangt van de kosten-batenafweging die men over EU-lidmaatschap maakt (Cinerella, 1997; Fligstein *et al.*, 2012; Gabel, 1998). In de praktijk is het echter onmogelijk om voor elk individu afzonderlijk na te gaan in hoeverre men een materieel voordeel puurt uit lidmaatschap van de Europese Unie. Dit utilitaristisch verklaringmodel dient daarom op het landenniveau getest te worden. Deze utilitaristische piste wordt getest door voor elke lidstaat de nettobijdrage aan het EU-budget in de analyse op te nemen.

In dit artikel schetsen we eerst wat we verstaan onder Europese identiteit. Vervolgens presenteren we data en methoden van dit comparatief onderzoek, voordat we de verklaringspistes voor de ontwikkeling van een Europese identiteit testen. We doen dat aan de hand van recente data uit een omvangrijk comparatief onderzoek bij adolescenten uit 21 Europese lidstaten. Niet alleen bevat dit onderzoek unieke informatie over kennis en identiteit, de opbouw van het onderzoek laat ook toe zowel individuele als lidstaatspecifieke kenmerken in de analyse op te nemen. We besluiten met enkele opmerkingen over de manier waarop Europese identiteit al dan niet versterkt kan worden.

## 2. Europees burgerschap: rechten en plichten en een gedeelde identiteit

De discussie over het belang van de ontwikkeling van Europees burgerschap dient gekaderd te worden in de bredere discussie rond de betekenis van het concept 'burgerschap'. In dit artikel volgen we het argument dat Europees burgerschap uit twee componenten bestaat: een juridische invulling, en de ontwikkeling van een Europese identiteit. In dit artikel focussen we enkel op die notie 'identiteit'.

Het klassieke vertrekpunt voor het burgerschapsdebat is de stelling van Marshall (1950) dat burgerschap kan worden opgevat als het volwaardig lidmaatschap van een sociale en politieke ordening, wat gepaard gaat met het formeel opnemen van rechten en verplichtingen binnen die gemeenschap. Hoewel van Gunsteren (1978) enkele decennia later stelde dat het bestuderen van burgerschap niet meer tot de kerntaken van de politieke wetenschappen werd gerekend, kwam het begrip in de jaren 90 van de twintigste eeuw weer duidelijk op de voorgrond (Kymlicka

& Norman, 1994). Het was overigens niet toevallig dat de Europese Unie net in die periode Europees burgerschap voor het eerst officieel in de verdragen vestigde door het in 1992 op te nemen in het Verdrag van Maastricht (Painter, 1998). Redenen voor de vernieuwde aandacht voor het concept waren de theoretische discussies tussen liberale en communitaristische auteurs over het begrip 'burgerschap', de electorale apathie die de kop opstak in de Verenigde Staten en een opflakking van nationalisme in Oost-Europa na de implosie van de Sovjet-Unie. Deze relatief onverwachte opleving van het nationalisme toonde aan dat het niet enkel belangrijk is dat er transparante en legitieme regels zijn in een democratie, maar ook dat een gemeenschappelijke identiteit wordt opgebouwd (Mulhall & Swift, 1996). Weiler (1997) stelde in deze periode dat de Europese formule om een Europese burgerbevolking te ontwikkelen die louter gebaseerd is op juridische rechten en plichten, maar zonder een gemeenschappelijk *demos*, niet voldoende is om de EU democratisch te legitimeren. Voor elk van deze twee componenten van Europees burgerschap vinden we auteurs terug die burgerschap definiëren op basis van een van deze componenten.

Net zoals Marshall (1950) rechten en plichten benadrukt, meent Habermas (1992) dat een Europese publieke sfeer enkel gevormd kan worden wanneer er een overeenkomst is tussen vrije en gelijke burgers die hun gemeenschap op vreedevolle wijze willen organiseren. Deze gedeelde overeenkomst is de hoeksteen van politieke cultuur: "[T]he political culture must serve as the common denominator for a constitutional patriotism which simultaneously sharpens an awareness of the multiplicity and integrity of the different forms of life which coexist in a multicultural society" (Habermas, 1992, p.7). Burgers van een politieke entiteit worden dus niet met elkaar verbonden door etnisch-culturele waarden, maar door de verbondenheid aan een zelfde set van basisregels voor het samenleven, wat aanleiding geeft tot het ontstaan van constitutioneel patriottisme.

Toch zou het een vergissing zijn de notie 'burgerschap' te verenigen tot een juridische definitie. Turner (1994) beklemtoont bijvoorbeeld het belang van cultuur als een systeem van waarden waarbinnen burgers gesocialiseerd worden. Idealiter is dit een heterogene cultuur die rekening houdt met het waardenpluralisme in de samenleving, zodat het mogelijk is een inclusief burgerschap te ontwikkelen. Een ander voorbeeld van deze trend kan gevonden worden in het werk van Smith (1992), die aanduidt dat een Europese identiteit niet mogelijk is zonder dat er eerst een gedeelde cultuur en gedeelde waarden ontstaan. Shore (2004) vulde Weilers (1997) tweeledige conceptualisatie van Europees burgerschap aan met het idee dat burgerschap niet losgekoppeld kan worden van de identiteitsdimensie.

In dit onderzoek zullen we geen aandacht besteden aan de juridische component van het Europees burgerschap, maar ons beperken tot de identiteitscomponent. We onderzoeken deze component omwille van verschillende redenen. Voorgaand onderzoek argumenteerde dat juridische rechten niet volstaan (Mulhall &

Swift, 1996; Weiler, 1997; Shore, 2004). Verder zien we dat deze Europese identiteit zich in verschillende mate ontwikkelde in de verschillende lidstaten, terwijl de Europese regels voor alle burgers gelijk zijn. Een analyse van het Europees beleid ten aanzien van burgerrechten en plichten zou dus niet in staat zijn om deze verschillen te verklaren.

Als we de literatuur overlopen valt het op dat, ondanks alle verschillen, er wel een consensus bestaat over het feit dat Europese identiteit berust op een *'feeling of belonging'* binnen de Europese Unie (Citrin & Sides, 2004a; Bruter, 2003; Fligstein, 2008; Habermas, 2011; Risse, 2010). Europese identiteit berust op een zelfidentificatie als lid van de Europese politieke en sociale gemeenschap en de daarbijhorende affectieve band met zowel die gemeenschap als met de leden hiervan (Citrin & Sides, 2004b, p. 45). Concreet betekent dat in dit onderzoek dat burgers zich deel voelen uitmaken van een groep Europese burgers met wie ze niet enkel rechten en plichten delen maar ook een collectieve identiteit. Er is een gevoel van verbondenheid, zelfidentificatie, betrokkenheid en trots deel uit te maken van deze groep.

### 3. De ontwikkeling van een Europese identiteit

In de meer empirisch gerichte literatuur over de ontwikkeling van een Europese identiteit zien we enerzijds cognitieve en anderzijds utilitaire benaderingen (Gabel, 1998; McLaren, 2007). Het cognitieve model stelt dat meer kennis van de EU zal leiden tot een meer positieve houding ten aanzien van Europa, terwijl het utilitaristische verklaringsmodel stelt dat een groter economisch voordeel zal leiden tot een sterkere verknochtheid aan Europa.

De *cognitieve* verklaringspiste wordt in elk geval gevolgd door de Europese Unie zelf. De Unie gaat ervan uit dat het verspreiden van meer en adequate kennis over de instellingen zal leiden tot een versterking van de Europese identiteit (Directorate-General for Communication, 2011). In de academische literatuur is er het werk van Delli Carpini en Keeter dat wijst op het belang van politieke kennis (1996, p. 1): "Democracy functions best when its citizens are politically informed". Burgers kunnen deze kennis immers gebruiken om politieke keuzes te maken die het best bij hun verwachtingen passen, zodat – als alle burgers een overwogen beslissing maken – de beslissing zal worden genomen die het best past bij de samenleving in haar geheel. Volgens Inglehart (1970) is cognitieve mobilisatie ook een belangrijke factor voor de ontwikkeling van Europese identiteit: "One must become aware of it [the European Union] before one can develop a sense of commitment" (Inglehart, 1970, p. 47). Ook Habermas (2011, p. 77) verwacht dat een rationeel inzicht in de politieke en economische noodzakelijkheid van een steeds inniger samenwerkende Europese Unie kan leiden tot een sterkere Europese identi-

teit. Niet alle auteurs zijn er echter van overtuigd dat kennis over de EU kan bijdragen tot een sterkere Europese identiteit (Smith, 1992). Toch wijst ook meer recent onderzoek op deze relatie. Wie meer weet over de EU, is zich meer bewust van de werking van de Unie en kan zich makkelijker al dan niet deel van de EU gaan voelen. Als je meer weet over de EU, kan je ook beter inschatten of er redenen zijn trots te zijn deel uit te maken van de EU. Verschillende onderzoeken duiden echter op enige nuance. Faas (2007) benadrukt bijvoorbeeld het belang van het beeld dat in het onderwijssysteem wordt voorgehouden. Wanneer het onderwijssysteem bewust een positief beeld van Europa voorhoudt (zoals in Duitsland), draagt dit sterker bij tot de ontwikkeling van een Europese identiteit. Ook de inhoud van het onderwijs moet dus in acht genomen worden. Thorpe (2008) nam dan weer waar dat kennis over de EU enkel tot een sterkere Europese identiteit leidt voor jongeren uit sociale klassen die deze kennis meer waarderen en er status aan hechten. We verwachten dus dat kennis over de EU een invloed zal hebben op de ontwikkeling van een Europese identiteit, maar dat dit – zoals Inglehart (1970, p. 47) stelde – een noodzakelijke, maar geen voldoende voorwaarde is. Het precieze beeld dat in het onderwijssysteem van alle 21 lidstaten in onze steekproef wordt voorgehouden is echter moeilijk te kwantificeren en werd niet bevraagd in de enquête. We kunnen dit niet opnemen in onze analyse zoals Faas dit in zijn kwalitatieve onderzoek deed, maar we kunnen wel controleren voor het algemene beeld over de EU in een lidstaat. Het aangehaalde onderzoek was echter kwalitatief onderzoek, gebaseerd op de ervaring van een beperkt aantal jongeren uit slechts één of enkele lidstaten. De ICCS 2009-data die we zullen gebruiken laten daarentegen een grootschalige kwantitatieve analyse toe. Een dergelijk onderzoek laat toe na te gaan of er een verband bestaat tussen kennis en identiteit, waarbij wij het cognitieve model volgen. Uit deze theorie volgt de verwachting dat het causaal verband loopt van kennis naar identiteit. De eerste hypothese die we testen luidt als volgt: meer kennis over de Europese Unie leidt tot een sterkere Europese identiteit.

Het *utilitaristische* model gaat uit van welbegrepen eigenbelang. In dit model wordt nagegaan of er een effect is van de rationele evaluatie die Europese burgers maken over het economisch voordeel (of nadeel) dat hun land heeft bij Europese samenwerking (Cinerella, 1997; Fligstein *et al.*, 2012; Gabel, 1998). Een Europese identiteit wordt beschouwd als het resultaat van een economische kosten-baten-analyse. Volgens Gabel (1998) is dit een robuust model dat statistisch en inhoudelijk standhoudt over de hele periode die hij bestudeerde (1978 tot 1992) en voor de verschillende lidstaten. Uit dit model volgt de verwachting dat burgers die in een lidstaat wonen die netto meer voordeel heeft bij Europese samenwerking, een meer positieve houding zullen ontwikkelen dan inwoners van lidstaten die netto een bijdrage leveren aan het EU-budget. De afhankelijke variabele in Gabels onderzoek is echter de houding ten opzichte van Europese integratie. Voor elites werd het utilitaristische pad naar de ontwikkeling van een Europese identiteit wel al onder-



zoekt (zie bv. Checkel, 2005). Gesteund door de stelling van Duchesne en Frogner dat “support for the European Union should be analyzed as a European identity-building process rather than as a set of tolerant attitudes towards a remote and foreign object” (Duchesne & Frogner, 2008, p. 144), repliceren we deze hypothese in ons onderzoek naar de ontwikkeling van een Europese identiteit. In Hooghe en Marks (2005) wordt bovendien aangeduid dat steun voor integratie en Europese identiteit aan elkaar gerelateerd zijn en Risse (2005) stelt dat een sterkere Europese identiteit voor een grotere steun voor Europese integratie zal zorgen. Ook voor dit model is het dus belangrijk dat we rekening houden met mogelijke verschillen tussen de lidstaten. Strikt genomen kan men stellen dat niet zozeer de nettobijdrage aan het Europees budget belangrijk is, maar de perceptie die hieromtrent leeft bij de publieke opinie en die kan verschillen van de feitelijke situatie. Omdat deze perceptie niet gemeten werd in het ICCS 2009-onderzoek, zullen we ons in deze analyse beperken tot de feitelijke gegevens over de bijdrage van de lidstaten aan het EU-budget. We testen hierbij de hypothese dat het wonen in een lidstaat die economisch meer voordeel heeft bij Europees lidmaatschap tot een sterkere Europese identiteit zal leiden.

#### 4. Duur lidmaatschap

Ten slotte zullen we ook de duur van het EU-lidmaatschap opnemen als variabele op het niveau van de lidstaten. Risse (2010) stelde vast dat de Europese identiteit zwakker is in de nieuwere lidstaten uit Centraal- en Oost-Europa dan in de oudere lidstaten. Hij verklaart deze bevindingen aan de hand van het ‘institutionalistisch argument’ dat EU-lidmaatschap ertoe doet. Een sterkere inbedding in de normen en waarden van de EU zou tot een sterkere identificatie met de EU leiden. Hoewel er geen lineaire relatie is tussen hoe lang een land lid is van de EU en de sterkte van de Europese identiteit, voelen inwoners van de nieuwe lidstaten zich volgens deze studie minder Europees. Onze hypothese is dat in een lidstaat wonen die al langer tot de EU behoort zal leiden tot een sterkere Europese identiteit.

#### 5. Data en methoden

De data die voor dit artikel gebruikt worden zijn afkomstig van de International Civic and Citizenship Education Study (ICCS 2009) die in 21 lidstaten werd uitgevoerd (Schulz *et al.*, 2011). Deze studie werd uitgevoerd door de International Association for the Evaluation of Educational Achievement. Nationale onderzoeks-

agentschappen werden in deze onafhankelijke internationale organisatie verenigd om onderzoek te doen naar onderwijsprestaties. Voor de data waarop dit artikel gebaseerd is, werden in 2009 70.502 leerlingen van gemiddeld 14,4 jaar uit 21 verschillende Europese lidstaten bevestigd via een schriftelijke enquête op school.<sup>1</sup> Telkens werd een volledige klas per school bevestigd. Er werden minstens 150 scholen per land geselecteerd via een toevallige steekproef, waarbij de kans dat een school getrokken werd afhankelijk was van het aantal leerlingen in de school. Het doel was 3000 leerlingen per land te bevestigen. Alle onderwijsvormen werden in de steekproef opgenomen. Enkel leerlingen met een fysieke of mentale handicap en leerlingen die de taal van de enquête niet spraken werden uit de steekproef geweerd. De gemiddelde respons van de landen die in dit artikel besproken worden was na vervanging 89,5%, waarbij eraan herinnerd moet worden dat het onderzoek in de meeste lidstaten door de onderwijsautoriteiten zelf uitgevoerd werd, wat bijdroeg tot de bereidheid van scholen om deel te nemen.

Een gemiddelde leeftijd van 14,4 jaar bij de respondenten is eerder laag als het over de studie van politieke houdingen gaat. Toch levert dit valide resultaten op (Van Deth *et al.*). In eerder onderzoek werd vastgesteld dat politieke oriëntaties reeds op jonge leeftijd gevormd worden (Block & Block, 2005; Inglehart, 1970; Jennings & Niemi, 1981). We verwachten daarom dat ook een Europese identiteit op jonge leeftijd gemeten kan worden. Block en Block (2005) stelden in hun onderzoek bij peuters vast dat er zelfs op die jonge leeftijd al betrouwbare indicatoren zijn voor politieke oriëntatie op latere leeftijd. Op veertienjarige leeftijd is dat, zo blijkt uit eerder onderzoek, zeker het geval (Torney-Purta, 2002).

De ICCS-data bevatten voldoende indicatoren, zowel voor kennis over Europa als voor Europese identiteit, zodat we op basis van dit onderzoek de relatie tussen beide variabelen op een adequate manier kunnen bestuderen. Voor de variabelen op het niveau van de lidstaten deden we een beroep op data van Eurobarometer en van de Europese Commissie. Onze variabelen hebben zowel betrekking op het individuele niveau (70.502 respondenten) als op het niveau van het politieke systeem (21 landen). We zullen daarom een multilevelanalyse uitvoeren, waarbij we individuen- en landeninformatie opnemen. Hierbij dient opgemerkt te worden dat 21 landen een absoluut minimum is om multilevelanalyse op valide wijze uit te voeren, zodat de resultaten van deze analyse met de nodige omzichtigheid dienen geïnterpreteerd te worden (Hox, 2010). De opname van het niveau van de lidstaten is ook belangrijk omdat de mate van Europese identiteit varieert tussen lidstaten (Risse, 2010) en omdat de steekproef geclusterd in lidstaten werd getrokken. De analyse werd uitgevoerd met het programma Stata.

## 6. Operationalisering

### 6.1 Europese identiteit

Voor de operationalisering van 'Europese identiteit' is een aantal indicatoren beschikbaar in de ICCS-dataset. Zich deel voelen van Europa en de EU en trots zijn in Europa en de EU te wonen zijn zowel volgens eerder onderzoek als volgens onze eigen analyses valide metingen voor Europese identiteit. Het 'deel voelen van' is een gangbare maat voor identiteit (zie bv. Citrin & Sides, 2004b; Dejaeghere & Quintelier, 2008; Thorpe, 2008; Risse, 2010; Weiler, 1997). Daarnaast toonden Michelat en Thomas in 1966 reeds aan dat trots zijn over je natie de beste indicator is voor het gevoel tot deze groep te behoren en meer recent gebruikten ook Citrin en Sides (2004a, 2004b) deze operationalisering. De stellingen 'ik voel me deel van Europa' en 'ik voel me deel van de Europese Unie' meten dit gevoel erbij te horen nog explicieter. Andere auteurs die beide elementen (trots en deel voelen van) opnamen in hun studie naar identiteit zijn Levine en Thompson (2004). We verwachten daarom dat zowel deze stellingen als 'ik ben er trots op dat mijn land lid is van de Europese Unie' en 'ik ben er trots op in Europa te wonen' uit het ICCS 2009-onderzoek de sterkte van een Europese identiteit meten. Een factoranalyse (Tabel 1) toont aan dat deze theoretische verwachtingen empirisch ondersteund worden. Aan de jongeren werd gevraagd in welke mate ze akkoord gaan met de gegeven stellingen. Aangezien het hier om een Likertschaal gaat met meerdere antwoordmogelijkheden, kunnen we hiervoor een *principal component analysis* gebruiken. Uit deze factoranalyse blijkt dat de stellingen allemaal eenzelfde onderliggend concept meten met een eigenwaarde van 2,536 en 63,4 procent verklaarde variantie. Dit toont niet alleen aan dat we deze items kunnen gebruiken om Europese identiteit te operationaliseren, maar ook dat adolescenten geen noemenswaardig onderscheid blijken te maken tussen de EU en Europa in de vorming van deze Europese identiteit (Tabel 1). In Tabel 2 geven we de gemiddelde score op de Europese identiteitsschaal per lidstaat weer.

TABEL 1. Factoranalyse Europese identiteit.

	Europese identiteit
Ik ben er trots op om in Europa te wonen	.797
Ik voel me deel van Europa	.828
Ik ben er trots op dat mijn land lid is van de Europese Unie	.784
Ik voel me deel van de Europese Unie	.774

Bron: ICCS 2009. N = 70 017. Principal Component Analysis. Cronbachs Alpha: 0.806. Eigenwaarde 2.536. Verklaarde variantie 63.4 %.

TABEL 2. Gemiddelde score Europese identiteit per lidstaat.

Lidstaat	Gemiddelde	Standaardafwijking
België	1.97	0.54
Bulgarije	2.07	0.59
Cyprus	2.02	0.63
Denemarken	1.98	0.50
Estland	2.05	0.56
Finland	2.03	0.53
Griekenland	2.10	0.56
Ierland	2.16	0.53
Italië	2.32	0.49
Letland	1.75	0.58
Litouwen	1.97	0.53
Luxemburg	2.17	0.58
Malta	1.97	0.64
Oostenrijk	2.14	0.64
Polen	1.97	0.53
Slovenië	2.19	0.59
Slowakije	2.17	0.51
Spanje	2.24	0.57
Tsjechië	1.92	0.55
Verenigd Koninkrijk	1.94	0.57
Zweden	1.93	0.59
Gemiddelde	2.05	0.58

Bron: ICCS 2009. N = 68 219. Cijfers zijn gemiddelde scores (0-3) van de somschaal van de vier items die Europese identiteit meten en standaardafwijkingen. In de analyses wordt de factorschaal van Europese identiteit gebruikt.

## 6.2 Kennis over de EU

Er werd een uitgebreide batterij aan kennisvragen over de EU (19 vragen) opgenomen in het ICCS-onderzoek (Kerr *et al.*, 2010). Typische vragen gingen bijvoorbeeld over de ontmoetingsplaats van het Europees Parlement, de uitbreiding van de EU en bevoegdheden van de EU. De antwoordopties voor deze meerkeuzevragen werden binair gecodeerd als fout en juist beantwoord. Een score van 0 tot 19 werd berekend als maat voor 'kennis over de EU' (zie Appendix 1 voor de exacte bewoording van de vragen).

De gemiddelde scores op deze cognitieve test (Tabel 3) tonen aan dat het gemiddelde kennisniveau bij deze leerlingen vrij hoog ligt, met een gemiddelde van 12,4/19. De respondenten uit de nieuwe lidstaten Polen en Slowakije blijken het best geïnformeerd, terwijl we de laagste gemiddelde score opmeten in het Engelse onderwijssysteem. Eerder onderzoek suggereerde dat er een verschil inzake poli-

tieke kennis optreedt tussen meisjes en jongens. Ook in dit onderzoek zien we een significant ( $p < 0,01$ ) doch klein verschil tussen de score van 12,6/19 voor jongens en 12,3/19 voor meisjes.

TABEL 3. Totaalscore 19 kennisvragen per lidstaat.

Lidstaat	Gemiddelde	Standaardafwijking
België	12.26	2.32
Bulgarije	12.91	2.43
Cyprus	12.22	2.44
Denemarken	13.05	2.43
Estland	12.77	2.19
Finland	12.59	2.37
Griekenland	11.87	2.65
Ierland	12.20	2.58
Italië	12.31	2.48
Letland	12.09	2.38
Litouwen	12.84	2.38
Luxemburg	11.93	2.47
Malta	12.08	2.68
Oostenrijk	12.39	2.64
Polen	13.78	2.37
Slovenië	12.28	2.28
Slowakije	13.26	2.59
Spanje	11.16	2.40
Tsjechië	12.93	2.20
Verenigd Koninkrijk	11.03	2.60
Zweden	12.54	2.63
Gemiddelde	12.43	2.53

Bron: ICCS 2009. N = 62 112. Cijfers zijn gemiddelde scores (0-19) en standaardafwijkingen.

### 6.3 Controlevariabelen

Voor zowel het cognitieve als het utilitaristische model is het belangrijk om een aantal controlevariabelen in de analyse op te nemen.

Vooraf voor het cognitieve model houden we rekening met de verwachting dat er een sterke correlatie bestaat tussen politieke interesse, opleidingsniveau en politieke kennis (Eveland & Scheufele, 2000) (voor correlatiematrix, zie Appendix 2). Aangezien men geen kennis over de EU kan vergaren zonder hiermee in contact te komen en deze variabelen dus samenhangen, is het belangrijk te controleren voor de interesse die respondenten hebben in politiek. Interesse is een indicator voor de mate waarin respondenten openstaan voor informatie over de EU (Prior, 2010).

Anderzijds verwachten we een rechtstreekse relatie tussen politieke interesse en Europese identiteit. Door te controleren voor politieke interesse kunnen we de invloed van politieke kennis op Europese identiteit meten, onafhankelijk van de invloed die interesse heeft.

Om politieke interesse te meten gebruikten we de factorschaal die weergegeven wordt in Tabel 4. De items, gemeten aan de hand van een Likertschaal met vier antwoordopties, polsten naar de interesse in een breed gamma aan politieke en maatschappelijke kwesties.<sup>2</sup> De factoranalyse toont dat deze items een zeer betrouwbare indicator zijn voor interesse in politieke en sociale problemen, aangezien ze duidelijk eenzelfde component vormen en de Cronbachs Alpha 0.888 bedraagt. Voor de validiteit van de uiteindelijke analyse is het belangrijk op te merken dat interesse in de Europese politiek volwaardig deel uitmaakt van deze factor en geen afzonderlijke variabele vormt.

TABEL 4. Factoranalyse interesse in politieke en maatschappelijke kwesties.

	Interesse in politieke en maatschappelijke kwesties
Interesse in politieke kwesties in gemeenschap	.759
Interesse in politieke kwesties in land	.850
Interesse in sociale kwesties in land	.782
Interesse in politiek in andere landen	.784
Interesse in internationale politiek	.830
Interesse in Europese politiek	.803

Bron: ICCS 2009; N = 68 961. Principal Component Analysis. Cronbachs Alpha: 0.888. Eigenwaarde: 3.856 verklaarde variantie: 64%.

Verder moet er bij de interpretatie van het belang van een cognitieve verklaring rekening worden gehouden met een zeer ongelijke verdeling. Wie over het hoogste opleidingsniveau en de hoogste socio-economische status beschikt zal over het algemeen ook meer kennis bezitten, waardoor het moeilijk wordt de verschillende causale mechanismen goed uit elkaar te houden. Opleidingsniveau speelt bijvoorbeeld een belangrijke rol bij het tot stand komen van de houding tegenover de Unie, ongeacht het specifieke kennisniveau (Inglehart, 1970; Gabel 1998). Volgens Gabel (1998) en Inglehart (1970) zijn het inkomen en de opleiding van de respondent – indicatoren voor socio-economische status – de sterkste indicatoren voor de houding ten opzichte van de EU. Faas (2007) en Thorpe (2008) toonden aan dat onderwijs over de EU de Europese identiteit van jongeren versterkt. Thorpes (2008) conclusie dat adolescenten met meer kennis over Europa zich ook positiever identificeren met de EU is daarenboven beperkt tot adolescenten met een bourgeois status in het Verenigd Koninkrijk. Hij vond verschillende resul-

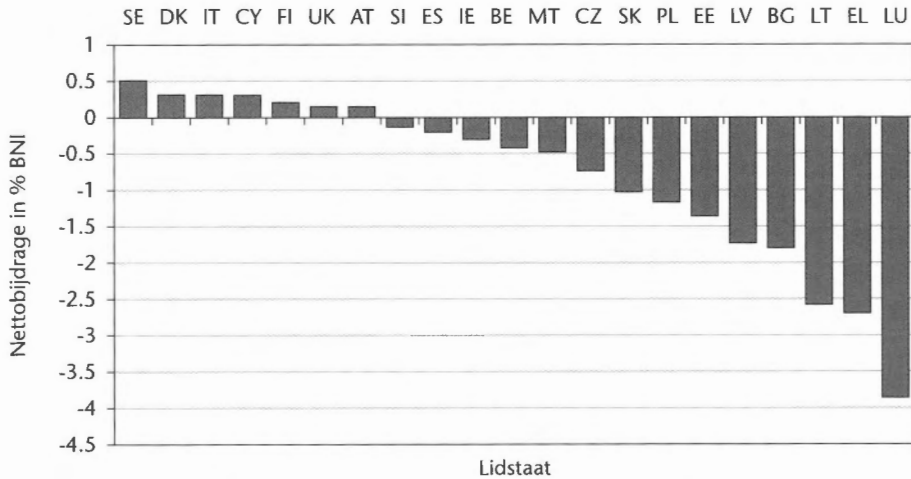
taten voor adolescenten met een verschillende socio-economische achtergrond. Opleidingsniveau meet deze socio-economische status. We weten echter niet wat het finale opleidingsniveau zal zijn van de respondenten die nog allemaal op de secundaire school zitten. Er werd wel gepeild naar welk opleidingsniveau de jongeren verwachtten te behalen in de toekomst. De antwoordmogelijkheden bestonden uit het niet afmaken van het lager secundair onderwijs, lager secundair onderwijs, hoger secundair onderwijs, zevende jaar of hoger beroepsgeoriënteerd onderwijs en hoger theoretisch georiënteerd onderwijs of postgraduaat. Ook in ander internationaal onderzoek bij adolescenten zien we dat het verwachte uiteindelijke opleidingsniveau een belangrijke en vaak gebruikte proxy-indicator is voor academische oriëntatie (Andrew & Hauser, 2011). Er werd ook gevraagd naar het opleidingsniveau van de ouders van de respondent. De variabelen 'opleidingsniveau vader' en 'opleidingsniveau moeder' vertonen een sterke correlatie (correlatie = 0.581). Daarom werden beide metingen in een somschaal gecombineerd tot één variabele die het gemiddelde opleidingsniveau van beide ouders samen weergeeft. Met uitzondering van het niet afmaken van het lager secundair onderwijs had deze vraag dezelfde antwoordcategorieën als de vraag over het verwachte opleidingsniveau. Deze variabelen zullen dan ook gebruikt worden als indicator voor opleidingsniveau en socio-economische status van het gezin van herkomst.

Andere veel gebruikte controlevariabelen zijn leeftijd en gender. Leeftijd kunnen we niet opnemen als variabele, aangezien de respondenten ongeveer even oud zijn omdat ze op klasniveau geselecteerd werden. De variabele gender werd in de dataset opgenomen als een binaire variabele. Jongens werden als 0 gecodeerd en meisjes als 1.

#### 6.4 Variabelen op het niveau van de lidstaten

In navolging van Gabel (1998) en Inglehart (1970) maken we in de steekproef een indeling van de lidstaten op basis van de nettobijdrage aan het EU-budget. Als een maat voor de verwachting dat burgers een rationele kosten-batenanalyse maken wanneer hen gevraagd wordt hoe Europees ze zich voelen, berekenden we de nettobijdrage aan het EU-budget voor elke lidstaat in onze steekproef (Figuur 1). De nettobijdrage wordt weergegeven als het percentage van het bruto nationale inkomen (BNI) van elke lidstaat in 2008. Wanneer de enquête afgenomen werd, was dit het meest recent afgesloten jaar. De nettobijdrage werd berekend als de totale bijdrage van de lidstaat verminderd met de totale inkomsten van de lidstaten die afkomstig zijn van de EU (European Commission, 2009). Een negatieve nettobijdrage betekent dat het land meer ontving van het EU-budget dan het bijdroeg aan dit budget.<sup>3</sup> Terwijl Zweden netto het meeste bijdroeg aan de Unie (maar minder

dan één procent van het BNI), zien we dat Litouwen, Griekenland en Luxemburg relatief het meest ontvingen uit het EU-budget.



Bron: European Commission, 2009. Percentage van het Bruto Nationaal Inkomen van het land dat in 2008 naar EU ging (positieve waarden), of uit Europa ontvangen werd (negatieve waarden).

FIGUUR 1. **Nettobijdrage aan het EU-budget.**

Een aantal voorgaande studies vond een verschillend effect voor de oudere en de nieuwere lidstaten. Daarom verdeelden we de lidstaten in drie categorieën om deze relatie te testen (Gabel, 1998; Hooghe & Marks, 2005; Risse, 20110). De referentie-categorie is die van de stichtende lidstaten (Verdrag van Rome in 1957). Daarnaast groepeerden we de lidstaten die tussen 1973 en 1995 toetraden en de nieuwe lidstaten zijn de landen die toetraden in of na 2004.<sup>4</sup>

Ten slotte controleren we voor euroscepticisme, omdat Faas (2007) een verschillende relatie tussen kennis en Europese identiteit vond voor lidstaten waar een verschillend beeld van de EU verspreid werd. We gebruiken informatie van Eurobarometer 72.4 (2009) waarin respondenten aangeven of ze het Europees lidmaatschap van hun land 'een goede zaak', 'noch een goede, noch een slechte zaak' of 'een slechte zaak' vinden. Dit geeft een algemeen beeld van de gangbare houding ten opzichte van de EU. In de constructie van deze schaal kenden we een waarde 0 toe aan het antwoord 'een goede zaak', 0,5 aan 'noch een goede, noch een slechte zaak' en 1 aan 'een slechte zaak' (Lubbers & Scheepers, 2005). Door deze waarden voor elke lidstaat afzonderlijk te vermenigvuldigen met de proportie respondenten die deze antwoordcategorie kozen en deze vervolgens op te tellen, verkrijgen we een geaggregeerde maat voor het gemiddelde niveau van euroscepticisme in elke lidstaat.



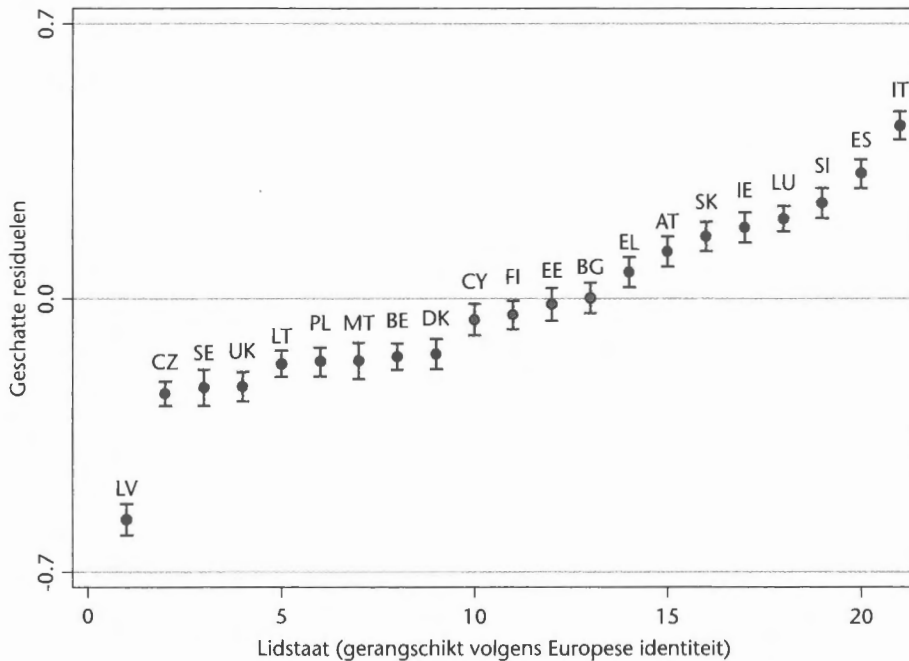
## 7. Analyse

Aangezien de afhankelijke variabele 'Europese identiteit' continu is, kunnen we een lineaire regressie uitvoeren, zij het met onafhankelijke variabelen op twee niveaus. Omdat adolescenten ( $N = 53.886$ ) genest zijn in lidstaten ( $N = 21$ ), bouwen we een multilevelmodel op met twee niveaus en *random intercepts* die rekening houden met de clustering (Hox, 2010). De analyse wordt in twee stappen uitgevoerd. In Model 1 nemen we enkel de individuele variabelen op; in Model 2 voegen we de landenvariabelen toe.

Voor de opbouw van het model verwijderden we alle respondenten uit de dataset voor wie we een waarde missen voor één of meer van de variabelen die in het finale model opgenomen worden. Wanneer we het Null-model bekijken (zie Tabel 5), dan merken we dat er een significante proportie aan variantie in Europese identiteit tussen de respondenten gelegen is op het niveau van de lidstaat. De intra-classcorrelatie (ICC) bedraagt 5,14%. Hoewel deze proportie relatief klein lijkt, toont de likelihood-ratiotest aan dat de opname van het landenniveau een significante verbetering is van het model, in vergelijking met een regressieanalyse op één enkel niveau. De variantie die aanwezig is op het landenniveau geeft aan dat de mate waarin jongeren zich Europees voelen, geclusterd is binnen de lidstaten. Figuur 2 visualiseert deze spreiding in Europese identiteit.

In Model 1 worden enkel de variabelen opgenomen die op individueel niveau gemeten werden. Zoals we verwachtten, zien we een daling in de onverklaarde variantie op het individuele niveau door de toevoeging van deze variabelen.

Wanneer we kijken naar de centrale onafhankelijke variabele, kennis over de EU, dan zien we dat er een uiterst significante positieve relatie bestaat tussen kennis over de EU en Europese identiteit. We moeten echter opletten met deze conclusie. Door de grootte van de dataset worden significantieniveaus immers snel bereikt. Daarom nemen we ook de gestandaardiseerde coëfficiënten op in de analyse (Bèta in Tabel 5). Deze waarden laten ons toe de sterkte van de gevonden relaties te vergelijken. We zien daarbij dat, ondanks de significantie, de  $\beta$ -coëfficiënt van EU-kennis eerder beperkt is (0,032). De analyse toont dus aan dat meer kennis hebben over de EU gerelateerd is aan een sterkere Europese identiteit hebben, maar dat dit een zwakke relatie is. De niet-gestandaardiseerde regressiecoëfficiënt toont dit meer concreet aan. Wanneer iemand een punt hoger scoort op de kennisvragen, dan ligt de Europese identiteit van de respondent gemiddeld 0,013 hoger. Enkele controlevariabelen hebben een (veel) sterker effect dan kennis. We zien bijvoorbeeld dat jongeren die meer geïnteresseerd zijn in politieke en maatschappelijke problemen, zich meer Europees voelen ( $\beta = 0,167$ ). Verder zien we dat jongeren die verwachten dat ze een hoger opleidingsniveau zullen behalen zich iets meer Europees voelen dan jongeren met lagere verwachtingen dan gemiddeld. Jongens voelen zich meer Europees dan meisjes. Het opleidingsniveau van de



Bron: ICCS 2009. N = 53.886. Residuëlen op landenniveau en het 95% betrouwbaarheidsinterval voor Europese identiteit in het Null-model.

FIGUUR 2. Spreiding Europese identiteit per lidstaat.

ouders heeft geen significante invloed op Europese identiteit. Vervolgens stellen we vast dat de log-likelihood stijgt in Model 1, wat erop wijst dat de inclusie van variabelen op het individuele niveau een verbetering is voor de model-fit van het model. We berekenden ten slotte de verklaarde variantie door de opname van de variabelen die op individueel niveau gemeten werden. Aangezien we een model gebruiken met twee niveaus, wordt de verklaarde variantie per niveau berekend. We gebruiken hiervoor de 'approximate  $R^2$ ' zoals berekend in Hox (2010). De opgenomen variabelen in Model 1 verklaren 3,5% van de variantie op individueel niveau. Voor het niveau van de lidstaten verklaren zij 2,0% variantie. Beide percentages zijn vrij laag, wat aanduidt dat deze variabelen bijna gelijk gespreid zijn tussen leerlingen en tussen lidstaten. Het is niet verwonderlijk dat deze individuele variabelen ook een deel van de variantie op het lidstaatniveau verklaren. Dit duidt immers aan dat er een verschillende samenstelling is van deze variabelen in de verschillende lidstaten.

We hadden een aantal verwachtingen met betrekking tot de invloed van de landenvariabelen. We nemen deze variabelen op in Model 2 en we verwachten dat ze een deel van de variantie in Europese identiteit tussen de lidstaten zullen verklaren. We zien dat de toevoeging van deze variabelen geen invloed heeft op

de reeds opgenomen individuele variabelen. Eerst nemen we de algemene impact van de inclusie van deze variabelen in acht. Ook hier stijgt de log-likelihood, hoewel de stijging meer bescheiden is dan tussen Model 1 en het Null-model. Belangrijker is de daling van 47% van de ICC. Dit duidt aan dat de opname van de landenvariabelen daadwerkelijk een groot deel van de variantie aan Europese identiteit tussen de lidstaten verklaart. Dit blijkt ook uit de berekening van de verklaarde variantie. Die blijft 3,5% voor het individuele niveau maar wordt 49,0% voor het niveau van de lidstaten. In vergelijking met de 2,0% van Model 1 toont dit aan dat de meest voorspellende kracht op het tweede niveau uitgaat van de variabelen op het niveau van de lidstaten. Deze conclusie is nog interessanter wanneer we opmerken dat enkel euroscepticisme significant gerelateerd is aan Europese identiteit tussen de lidstaten. De daling in de ICC is dus bijna uitsluitend aan deze variabele te wijten. De negatieve coëfficiënt van euroscepticisme toont aan dat jongeren die opgroeien in een lidstaat waarin men gemiddeld een meer eurosceptische houding heeft, zich minder Europees voelen dan hun leeftijdsgenoten in meer Europegezinde lidstaten. Verder zien we dat er geen significante relatie is in onze steekproef met de objectieve nettobijdrage van een lidstaat aan het EU-budget. We kunnen dus niet stellen dat adolescenten een rationele kosten-batenanalyse maken die gebaseerd is op de objectieve monetaire voordelen of verliezen die hun lidstaat maakt door lid te zijn van de EU. We vinden al evenmin een relatie tussen de duur van het lidmaatschap en de sterkte van de Europese identiteit van adolescenten. De spreiding tussen de lidstaten in elke groep is te groot om een verband waar te nemen.

## 8. Conclusie

We vertrokken deze analyse vanuit de verwachting dat meer kennis over de Europese Unie verband zou houden met een sterkere Europese identiteit. Deze hypothese werd weliswaar bevestigd, maar dit besluit moet toch genuanceerd worden. Meer kennis over het functioneren van de Europese instellingen heeft al bij al slechts een gering effect op de notie Europese identiteit. De mogelijkheden om via een rechtstreekse kennisoverdracht de Europese identiteit van jongeren te versterken blijven beperkt. Als de Europese instellingen hopen op deze wijze het gevoel van samenhang te versterken, dan levert deze analyse hiervoor een beperkte steun. Het versterken van de kennis van adolescenten over de EU levert slechts een bescheiden bijdrage tot hun Europese identiteit. Als een aanvullende hypothese voor het cognitieve pad naar Europese identiteit, testten we of er een utilitaire afweging gemaakt zou worden bij de ontwikkeling van een Europese identiteit. We namen een objectieve maat van economisch voordeel (of nadeel) in elke lidstaat op

TABEL 5. Multilevelregressie voor Europese identiteit.

	Null-model		Model 1		Model 2	
	B (SE)	Bèta	B (SE)	Bèta	B (SE)	Bèta
Intercept	0,029 (0,049)	0,006 (0,049)	-0,195 (0,054)***	0,006 (0,049)	0,381 (0,150)*	0,133 (0,098)
EU-kennis			0,013 (0,002)***	0,032 (0,004)***	0,013 (0,002)***	0,032 (0,004)***
Opleiding ouders			0,007 (0,005)	0,008 (0,005)	0,007 (0,005)	0,007 (0,005)
Politieke interesse			0,167 (0,004)***	0,167 (0,004)***	0,167 (0,004)***	0,167 (0,004)***
Gender (vrouw = 1)			-0,081 (0,008)***	-0,040 (0,004)***	-0,081 (0,008)***	-0,041 (0,004)***
Verwacht opleidingsniveau			0,025 (0,004)***	0,026 (0,005)***	0,025 (0,004)***	0,026 (0,005)***
<i>Landenvariabelen:</i>						
Bijdrage aan het EU-budget					0,061 (0,035)	0,076 (0,044)
Toegetreden 1973-1995					-0,111 (0,116)	-0,112 (0,118)
Toegetreden na 2004					-0,158 (0,111)	-0,159 (0,112)
Eurosepticisme					-1,366 (0,394)**	-0,130 (0,038)**
e(ij)	0,918	0,940	0,886	0,907	0,886	0,907
$\mu(0j)$	0,050	0,051	0,049	0,050	0,026	0,026
ICC	5,14%	5,14%	5,24%	5,22%	2,85%	2,79%
Log-likelihood	-74.208,965	-74.859,64	-73.241,941	-73.892,616	-73.235,207	-73.885,882

Bron: ICCS 2009. N(individueel niveau) = 53.886; N(landen-niveau) = 21 voor alle modellen. Standaardfouten tussen haakjes. Significantie: \* $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*\*\*  $p < 0,001$ .

in de analyse. De hypothese dat opgroeien in een lidstaat die economisch voordeel heeft aan Europees lidmaatschap leidt tot een sterkere Europese identiteit werd niet bevestigd. We kunnen concluderen dat adolescenten geen rationele economische kosten-batenanalyse maken als basis voor de mate waarin ze zich Europees voelen. In de ontwikkeling van een Europese identiteit houdt het cognitieve model – hoewel het maar een beperkte verklaring biedt – beter stand dan het utilitaristische model. We benadrukken hierbij echter dat we ons gebaseerd hebben op de objectieve cijfers van de nettobijdrage en niet op de perceptie van de respondenten. We merken reeds op dat de perceptie van deze transfers mogelijk belangrijker is dan de werkelijke geldstromen; dit is voer voor verder onderzoek. We kunnen echter wel uitsluiten dat de objectieve transfer naar de EU een invloed zou hebben op de Europese identiteit van adolescenten.

Daarnaast zien we op het niveau van de lidstaten dat, wanneer we Europese identiteit meten, de duur van het lidmaatschap geen significant effect heeft. We verwerpen daarom de hypothese dat wonen in een lidstaat die al langer tot de EU behoort samenhangt met een sterkere Europese identiteit. Voor de jongeren in onze steekproef lijkt het institutionalistische argument niet op te gaan dat een sterkere inbedding in de normen en waarden van de EU tot een sterkere identificatie met de EU zal leiden. Hoewel één hypothese ondersteund werd, zien we dat kennis slechts een beperkte bijdrage levert aan de verklaring voor de verschillende niveaus van Europese identiteit. De financiële bijdrage en de duur van het lidmaatschap hebben geen substantieel effect. In het algemeen kunnen we concluderen dat jongeren die meer geïnteresseerd zijn in politieke en maatschappelijke problemen, die meer weten over de EU, die verwachten een hoger opleidingsniveau te bereiken en die in een lidstaat wonen waar het klimaat meer Europegezind is, zich meer met de EU identificeren dan hun tegenhangers die deze karakteristieken niet delen. Opmerkelijk is ook de observatie dat de variabelen die op het individuele niveau gemeten werden minder kracht hebben om variantie binnen en tussen lidstaten te verklaren dan de landenvariabelen. De variantie die verklaard wordt door landenvariabelen is 49,0%, ten opzichte van 3,5% voor de individuele variabelen. Dit toont aan dat een meer of minder eurosceptisch klimaat een redelijk sterke indicator is voor het niveau van Europese identiteit dat in een lidstaat gemeten wordt. De ontwikkeling van een Europese identiteit wordt meer beïnvloed door de attitudecontext dan door objectieve indicatoren van economische voordelen en inbedding in de EU. Op het individuele niveau, aan de andere kant, zouden we naar andere variabelen kunnen kijken om de ontwikkeling van een Europese identiteit te verklaren.

## Noten

1. Het onderzoek werd uitgevoerd in Oostenrijk, België, Bulgarije, Cyprus, Tsjechië, Denemarken, Verenigd Koninkrijk, Spanje, Estland, Finland, Griekenland, Ierland, Italië, Litouwen, Luxemburg, Letland, Malta, Polen, Slowakije, Slovenië en Zweden. Het is van belang hierbij op te merken dat de ministeries van onderwijs van de betrokken landen zelf dienden in te staan voor de financiering van het onderzoek. Concreet betekende dit voor België dat enkel de Vlaamse Gemeenschap in het onderzoek werd opgenomen, en dat de Franse Gemeenschap hiervoor geen middelen wenste vrij te maken. In het Verenigd Koninkrijk nam enkel Engeland deel, en niet Wales, Schotland en Noord-Ierland. Nederland nam deel aan het onderzoek maar realiseerde een zeer lage responsgraad, waardoor de data uit Nederland niet werden opgenomen in de internationale dataset.

2. Hooghe en Dassonneville (2011) namen in hun onderzoek naar het effect van onderwijs over burgerschap ook variabelen op die weergeven hoe vaak jongeren naar het nieuws kijken of luisteren en over politiek praten. In ons model blijkt er multicollineariteit te bestaan tussen deze variabelen en de variabele interesse. We houden de variabele interesse in het model omdat dit meer rechtstreeks de interesse van de respondent meet dan via de omweg van mediagebruik. In een eerdere versie van deze analyse bleek politiek vertrouwen de belangrijkste determinant van Europese identiteit. We danken de anonieme reviewers van dit tijdschrift voor de suggestie om deze controlevariabele niet op te nemen in de uiteindelijke analyse.

3. De ontvangsten van het EU-budget per lidstaat bestaan uit de uitgavedomeinen duurzame ontwikkeling, behoud en beheer van natuurlijke hulpbronnen, burgerschap, vrijheid, veiligheid en justitie, de EU als een globale partner, administratie en compensaties (European Commission, 2009). De bijdrage aan het EU-budget van elke lidstaat is de som van de bijdrage op basis van het bruto nationale inkomen, de bijdrage op basis van btw-heffingen, de correctie voor het Verenigd Koninkrijk, Denemarken en Ierland en de door de EU bepaalde heffingen die lidstaten innen in hun havens, luchthavens en aan hun grenzen die ze moeten doorstorten naar de EU.

4. De originele lidstaten die in de steekproef opgenomen werden zijn België, Luxemburg en Italië. Tussen 1973 en 1995 traden Oostenrijk, Denemarken, Finland, Griekenland, Ierland, Spanje, Zweden en Engeland toe. De nieuwste lidstaten in onze steekproef zijn Bulgarije, Cyprus, Tsjechië, Estland, Letland, Litouwen, Malta, Polen, Slowakije en Slovenië.

## Bibliografie

- Andrew, M. & Hauser, R. (2011). Adoption? Adaptation? Evaluating the Formation of Educational Expectations. *Social Forces*, 90 (2), 497-520.
- Block, J. & Block, J.H. (2005). Nursery School Personality and Political Orientation Two Decades Later. *Journal of Research in Personality*, 40 (SI), 734-749.
- Bruter, M. (2003). Winning Hearts and Minds for Europe. The Impact of News and Symbols on Civic and Cultural European Identity. *Comparative Political Studies*, 36 (10), 1148-1179.
- Checkel, J.T. (Ed.) (2005). *International Institutions and Socialization in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cinnirella, M. (1997). Towards a European Identity? Interactions between the National and European Social Identities Manifested by University Students in Britain and Italy. *British Journal of Social Psychology*, 36 (1), 19-31.
- Citrin, J. & Sides, J. (2004a). More than Nationals: How Identity Choice Matters in the New Europe. In R.K. Herrmann, T. Risse & M.B. Brewer (Eds.), *Transnational Identities: Becoming European in the EU* (pp. 161-185). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Citrin, J. & Sides, J. (2004b). Can There be Europe without Europeans? Problems of Identity in a Multinational Community. In: M.G. Hermann (Ed.), *Advances in Political Psychology* (pp. 41-70). New York: Pergamon Press.
- Dejaeghere, Y. & Quintelier, E. (2008). Does European Citizenship Increase Tolerance in Young People? *European Union Politics*, 9 (3), 339-362.
- Delli Carpini, M.X. & Keeter, S. (1996). *What Americans Know about Politics and Why it Matters*. New Haven (Conn.): Yale University Press.
- Directorate-General for Communication (2011). *Programme 'Europe for citizens' 2007-2013. Programme Guide*. Retrieved from [http://eacea.ec.europa.eu/citizenship/programme/documents/2011/programme\\_guide\\_en.pdf](http://eacea.ec.europa.eu/citizenship/programme/documents/2011/programme_guide_en.pdf).
- Duchesne, S. & Frogner, A.-P. (2008). National and European Identifications: A Dual Relationship. *Comparative European Politics*, 6 (2), 143-168.
- European Commission (2001). *European Governance. A White Paper*. (COM(2001) 428 final). Retrieved from [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001\\_0428\\_en01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0428_en01.pdf).
- European Commission (2009). *European Budget 2008 Financial Report*. Retrieved from [http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2008/fin\\_report/fin\\_report\\_08\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2008/fin_report/fin_report_08_en.pdf).
- European Commission (2012) Eurobarometer 72.4 (2009) TNS OPINION & SOCIAL, Brussels [Producer]. GESIS Data Archive, Cologne. ZA4994 Data file Version 3.0.0, doi:10.4232/1.11141.
- Eveland, W.P. & Scheufele, D.A. (2000). Connecting News Media Use With Gaps in Knowledge and Participation. *Political Communication*, 17 (3), 215-237.

- Faas, D. (2007). Youth, Europe and the Nation: The Political Knowledge, Interests and Identities of the New Generation of European Youth. *Journal of Youth Studies*, 10 (2), 161-181.
- Fligstein, N. (2008). *Euroclash - The EU, European Identity and the Future of Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- Fligstein, N., Polyakova, A. & Sandholtz, W. (2012). European Integration, Nationalism and European Identity. *Journal of Common Market Studies*, 50 (SI), 106-122.
- Gabel, M. (1998). Public Support for European Integration: An Empirical Test of Five Theories. *Journal of Politics*, 60 (2), 333-354.
- Grimonprez, K. (2012). *The European Dimension in Education and the Civic Deficit: EU Competences*. Dissertation University of Luxemburg, Luxemburg.
- Habermas, J. (1992). Citizenship and National Identity: Some Reflections on the Future of Europe. *Praxis International*, 12 (1), 1-19.
- Habermas, J. (2011). *Zur Verfassung Europas. Ein Essay*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Hobolt, S. (2012). Citizen Satisfaction with Democracy in the European Union. *Journal of Common Market Studies*, 50 (SI), 88-105.
- Hooghe, M. & Dassonneville, R. (2011). The Effects of Civic Education on Political Knowledge: A Two Year Panel Survey among Belgian Adolescents. *Educational Assessment, Evaluation and Accountability*, 23 (4), 321-339.
- Hooghe, L. & Marks, G. (2005). Calculation, Community, and Cues. Public Opinion on European Integration. *European Union Politics*, 6 (4), 419-443.
- Hox, J.J. (2010) *Multilevel Analysis. Techniques and Applications*. New York: Routledge.
- Inglehart, R. (1970). Cognitive Mobilization and European Identity. *Comparative Politics*, 3 (1), 45-70.
- Jennings, M.K. & Niemi, R.G. (1981). *Generations and Politics: A Panel Study of Young Adults and Their Parents*. Princeton: Princeton University Press.
- Kerr, D., Sturman, L., Schulz, W. & Burge, B. (2010). *ICCS 2009 European Report ICCS 2009 European Report – Civic Knowledge, Attitudes, and Engagement among Lower Secondary Students in 24 European Countries*. Retrieved from [http://www.iea.nl/fileadmin/user\\_upload/Publications/Electronic\\_versions/ICCS\\_2009\\_European\\_Report.pdf](http://www.iea.nl/fileadmin/user_upload/Publications/Electronic_versions/ICCS_2009_European_Report.pdf).
- Kymlicka, W. & Norman, W. (1994). Return of the Citizen: A Survey of Recent Work on Citizenship Theory. *Ethics*, 104 (2), 352-381.
- Leconte, C. (2010). *Understanding Euroscepticism*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Levine, M. & Thompson, K. (2004). Identity, Place, and Bystander Intervention: Social Categories and Helping After Natural Disasters. *Journal of Social Psychology*, 14 (3), 229-245.
- Lubbers, M. & Scheepers, P. (2005) Political versus Instrumental Euro-Scepticism: Mapping Scepticism in European Countries and Regions. *European Union Politics*, 6 (2), 223-242.
- Marshall, T.H. (1950). *Citizenship and Social Class, and Other Essays*. Cambridge: Cambridge University Press.



- McLaren, L. (2007). Explaining Mass-Level Euroscepticism: Identity, Interests, and Institutional Distrust. *Acta Politica*, 42 (2/3), 233-251.
- Michelat, G. & Thomas, J.P.H. (1966). *Dimensions du nationalisme: enquête par questionnaire (1962)*. Paris: Colin.
- Mulhall, S. & Swift, A. (1996). *Liberals and Communitarians*. Oxford: Blackwell.
- Ollikainen, A. (2001). European Education, European Citizenship? On the Role of Education in Constructing Europeanness. *European Education*, 32 (2), 6-21.
- Painter, J. (1998). Multi-Level Citizenship, Identity and Regions in Contemporary Europe. In J. Anderson (Ed.), *Transnational Democracy* (pp. 93-110). London: Routledge.
- Philippou, S., Keating, A. & Ortloff, D.H. (2009). Conclusion: Citizenship Education Curricula: Comparing the Multiple Meanings of Supra-National Citizenship in Europe and beyond. *Journal of Curriculum Studies*, 41 (2), 291-299.
- Prior, M. (2010). You've Either Got It or You Don't? The Stability of Political Interest over the Life Cycle. *Journal of Politics*, 72 (3), 747-766.
- Risse, T. (2005). Neofunctionalism, European Identity, and the Puzzles of European Integration. *Journal of European Public Policy*, 12 (2), 291-309.
- Risse, T. (2010). *A Community of Europeans? Transnational Identities and Public Spheres*. London: Cornell University Press.
- Scharpf, F. (2009). Legitimacy in the Multilevel European Polity. *European Political Science Review*, 1 (2), 173-204.
- Schmitt, H. (2005). The European Parliament Elections of June 2004: Still Second-Order? *West European Politics*, 28 (3), 650-679.
- Schulz, W., Ainley, J. & Fraillon, J. (2011). *ICCS Technical Report*. Retrieved from [http://www.iea.nl/fileadmin/user\\_upload/Publications/Electronic\\_versions/ICCS\\_2009\\_Technical\\_Report.pdf](http://www.iea.nl/fileadmin/user_upload/Publications/Electronic_versions/ICCS_2009_Technical_Report.pdf).
- Shore, C. (2004). Wither European Citizenship? Eros and Civilization Revisited. *European Journal of Social Theory*, 7 (27), 27-44.
- Sigalas, E. (2010). Cross-Border Mobility and European Identity: The Effectiveness of Intergroup Contact during the ERASMUS Year Abroad. *European Union Politics*, 11 (2), 241-265.
- Smith, A.D. (1992). National Identity and the Idea of European Unity. *International Affairs*, 68 (1), 55-76.
- Thorpe, C. (2008). The Distinguishing Function of European Identity: Attitudes Towards and Visions of Europe and the European Union among Young Scottish Adults. *Perspectives on European Politics and Society*, 9 (4), 499-513.
- Torney-Purta, J. (2002). The School's Role in Developing Civic Engagement: A Study of Adolescents in Twenty-Eight Countries. *Applied Developmental Science*, 6 (4), 203-212.
- Turner, B.S. (1994). Postmodern Culture/Modern Citizens. In: B. van Steenbergen (Ed.), *The Condition of Citizenship* (pp. 153-168). London: Sage.

- Van Aelst, P. & Lefevere, J. (2012). Has Europe Got Anything to Do with the European Elections? A Study on Split-Ticket Voting in the Belgian Regional and European Elections of 2009. *European Union Politics*, 13 (1), 3-25.
- Van Deth, J., Abendschön, S. & Vollmar, M. (2011). Children and Politics: An Empirical Reassessment of Early Political Socialization. *Political Psychology*, 32 (1), 147-174.
- van Gunsteren, H. (1978). Notes towards a Theory of Citizenship. In P. Birnbaum, J. Lively & G. Parry (Eds.), *Democracy, Consensus & Social Contract* (pp. 9-35). London: Sage.
- Weiler, J.H.H. (1997). To Be a European Citizen: Eros and Civilization. *Journal of European Public Policy*, 4 (4), 495-519.

## Appendix 1. Gebruikte kennisvragen in het ICCS 2009-onderzoek

### *De Europese Unie (EU) en haar instellingen – Feiten*

Zijn deze uitspraken waar of niet waar?

- < land van de test > is lid van de Europese Unie.
- De Europese Unie is een economisch en politiek samenwerkingsverband tussen landen.
- Mensen krijgen nieuwe politieke rechten wanneer hun land lid wordt van de Europese Unie.

Hoe ziet de vlag van de Europese Unie eruit?



Hoeveel landen zijn lidstaten van de Europese Unie?

- 1 tot 10
- 11 tot 20
- 21 tot 30
- 31 tot 40

Geef één vereiste voor een land om lid te mogen worden van de Europese Unie?

- De EU beschouwt het land als een republiek
- De EU beschouwt het land als democratisch
- Het land moet lid zijn van de Verenigde Naties (VN)

LEIDT MEER KENNIS OVER DE EUROPESE UNIE TOT EEN STERKERE EUROPESE IDENTITEIT?

- Het land moet een geschreven grondwet hebben

In welke stad komt het Europese Parlement bijeen?

- Rome
- Berlijn
- Parijs
- Brussel

Wie stemt er in verkiezingen voor de leden van het Europese Parlement?

- De nationale (federale) regeringen van de landen van de Europese Unie
- Burgers in elk land van de Europese Unie
- De staatshoofden (presidenten, koningen, koninginnen, enz.) van de landen van de Europese Unie
- De Europese Commissie

De Europese Unie zamelt geld in van de lidstaten om aan projecten uit te geven.

Wat bepaalt hoeveel elk land moet bijdragen aan de Europese Unie?

- De vijf rijkste landen dragen al het geld bij.
- Alle landen van de Europese Unie dragen hetzelfde bedrag bij.
- Alle landen van de Europese Unie dragen bij, maar het bedrag is afhankelijk van hoe rijk ze zijn.
- Elk land kiest zelf hoeveel het bijdraagt, afhankelijk van hoe tevreden het land is over hoe de Europese Unie het geld heeft gebruikt.

Hieronder staan een aantal uitspraken over de mogelijke uitbreiding van de Europese Unie (= de mogelijkheid dat meer landen lid worden van de Europese Unie).

Welke van de volgende uitspraken is waar?

- De Europese Unie heeft beslist geen nieuwe lidstaten meer te aanvaarden.
- De Europese Unie zou in de toekomst nieuwe lidstaten kunnen aanvaarden, maar er zijn op dit moment geen landen die overwogen worden als kandidaat voor lidmaatschap.
- De Europese Unie zou in de toekomst nieuwe lidstaten kunnen aanvaarden en overweegt op dit moment om enkele specifieke landen toe te laten als lid.
- De Europese Unie heeft beslist om enkel nieuwe lidstaten te aanvaarden als een huidige lidstaat beslist om de Europese Unie te verlaten.

### *De Europese Unie (EU) – Wetten en Beleid*

Zijn deze uitspraken waar of niet waar?

- De Europese Unie bepaalt wat je op school leert over de Europese Unie.

- De Europese Unie probeert vrede, welvaart en vrijheid binnen haar grenzen te bevorderen.
- Alle landen van de Europese Unie hebben het Europese Verdrag voor de Rechten van de Mens ondertekend.
- De Europese Unie heeft wetten gemaakt om milieuvervuiling te verminderen.
- De Europese Unie betaalt geld aan boeren in haar lidstaten om milieuvriendelijke landbouwmethoden toe te passen.

Wat kunnen alle burgers van de Europese Unie bij wet doen?

- In een andere lidstaat van de Europese Unie studeren zonder daar een speciale vergunning voor nodig te hebben.
- Naar een andere lidstaat van de Europese Unie reizen zonder een identiteitsbewijs bij te hebben.
- In een andere lidstaat van de Europese Unie werken zonder daar een speciale vergunning voor nodig te hebben.
- Stemmen voor de nationale (federale) verkiezingen van om het even welke lidstaat van de Europese Unie.

### *De Europese munteenheid (betaalmiddel): de euro*

Zijn deze uitspraken waar of niet waar?

- De euro is het officiële betaalmiddel in alle Europese landen.
- De euro is het officiële betaalmiddel in alle landen van de Europese Unie.
- Eurobankbiljetten hebben hetzelfde ontwerp in alle landen waar de euro het officiële betaalmiddel is.

Welk van de volgende zaken is een voordeel voor landen die de euro gebruiken als officieel betaalmiddel?

- De prijs van goederen is dezelfde in elk land dat de euro gebruikt.
- Het kopen en verkopen van goederen tussen landen die de euro gebruiken is daardoor gemakkelijker geworden.
- Het loon van werknemers is hetzelfde in alle landen die de euro gebruiken.
- Het is moeilijker voor criminelen om valse muntstukken en biljetten te maken.

## Appendix 2. Correlatiematrix variabelen op individueel niveau

TABEL 1. Correlatievariabelen op individueel niveau.

	Europese identiteit	Kennis EU	Opleiding ouders	Politieke interesse	Gender	Verwachte opleiding
Europese identiteit	1					
EU-kennis	0.0468***	1				
Opleiding ouders	-0.0046	0.1922***	1			
Politieke interesse	0.1830***	0.1170***	0.0388***	1		
Gender	-0.0417***	-0.0539***	-0.0232***	-0.0222***	1	
Verwachte opleiding	0.0526***	0.2480***	0.3145***	0.1216***	0.1010***	1

Bron: ICCS 2009. N = 53.886. Significantie: \*\*\*  $p < 0,001$ ; \*\*  $p < 0,01$ ; \*  $p < 0,05$ .



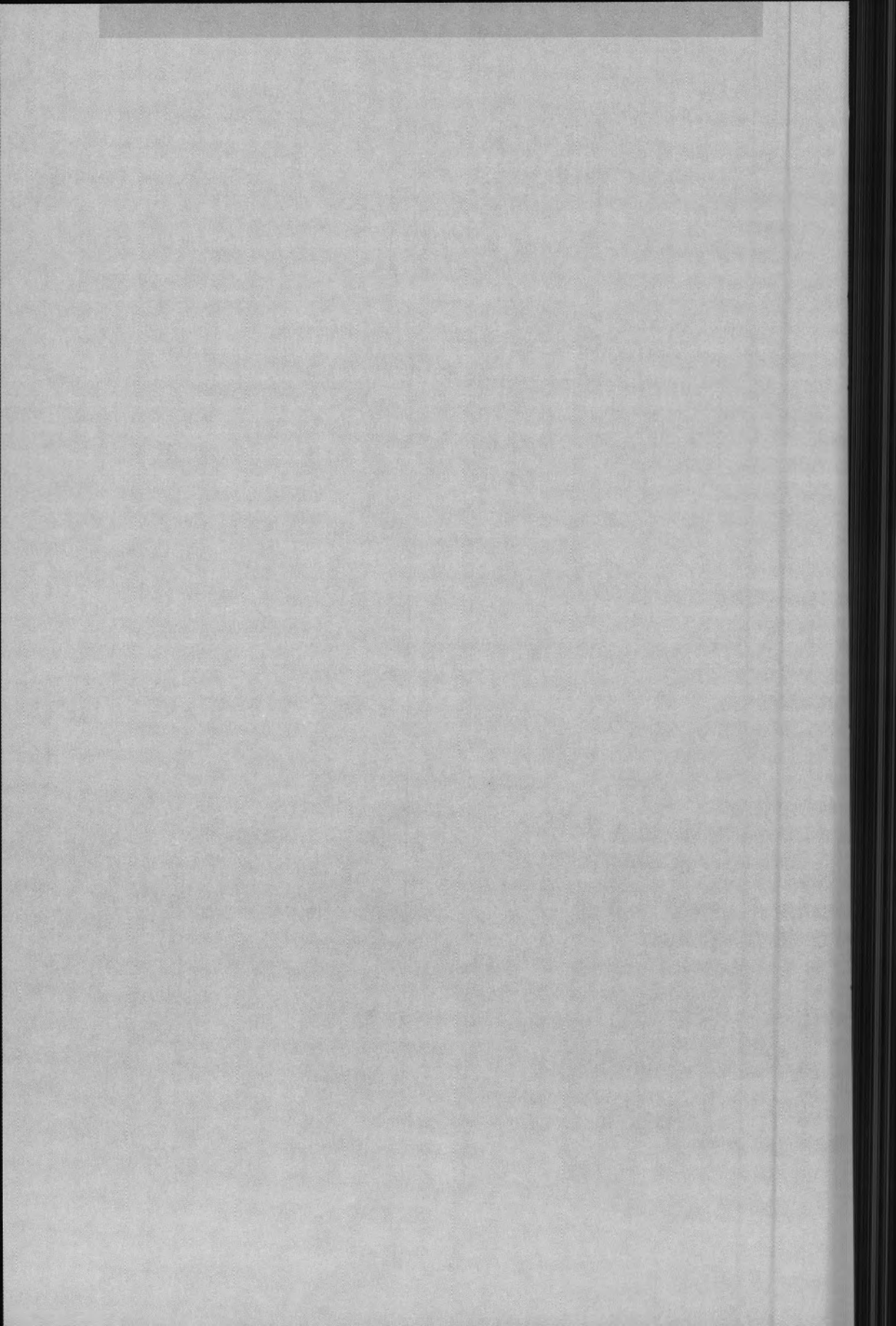
## DEEL 2

# RUBRIEKEN

## INHOUD

---

ESSAY:	
De dood van Khadaffi	495
Jorg Kustermans	
SYMPOSIUM:	
Goed voedsel en de verplaatsing van de politiek	509
Herman Lelieveldt, Klaas Breunissen, Kees de Vré en Frank de Bakker	
ONDERZOEK UITGELICHT:	
Een psycho-politiek profiel van gematigden en links- en rechts-extremisten	519
Alain Van Hiel	
Verloren in vertaling: klimaat-scepticisme en de terugkeer van het politieke	523
Gert Goeminne	
Economische elitenetwerken en Amerikaans buitenlands beleid van Clinton tot Obama	527
Bastiaan van Apeldoorn en Naná de Graaff	
AUTEURSINFO	531





# De dood van Khadaffi

Jorg Kustermans

Politieke moorden wekken onvermijdelijk belangstelling op. De maatschappij ervaart deze gebeurtenissen vaak als traumatisch. Ze doen haar nadenken over maatschappelijke spanningen (en gezwellen) of genereren een roep om rechtvaardigheid. De schuldige wordt gezocht, geanalyseerd en berecht. Indien meer structurele oorzaken vermoed worden, volgen vaak ook processen van verzoening, herinnering en heling. Een politieke moord geldt typisch als maatschappelijk-cultureel trauma; de analyse ervan – in rechtbanken, in dagbladen, in praatprogramma's, in sociologische beschouwingen – als therapie (Eyerman, 2008). Natuurlijk werkt niet elke therapie. Bovendien kent niet elke therapie dezelfde doelstelling. Zeker maatschappelijke therapeuten – *symbolische entrepreneurs* – zullen onderling al eens van mening verschillen over wie welke verantwoordelijkheid draagt voor het trauma en waaruit heling – een herorientatie op het *bonum commune* – precies bestaat (en dan zwijgen we nog over de wolven in schaapsvacht, de schijntherapeuten die een agenda van verdeling nastreven).

In dit essay poog ik een analyse te maken van de dood van Muamar Khadaffi, die van 1969 tot 2011 in verschillende min of meer formele functies leiding gaf aan de Libische republiek (1969-1977: heer-

ser over de Libisch-Arabisch Republiek; 1977-2011: broeder-leider van de Libisch-Arabisch Jamahiriya) en tot 'Koning der Koningen' gekroond werd door een verzameling traditionele Afrikaanse koningen in 2008. In 2011 werd Khadaffi gelyncht door zijn tegenstanders.

Zoals een maatschappelijk therapeut probeer ik in de eerste plaats *betekenis* te geven aan de gebeurtenis. Wat drukt deze gebeurtenis uit? Tot welke symbolisch-culturele wereld geeft ze toegang? Methodologisch betekent dit dat de hermeneutische methode gehanteerd wordt. De hermeneut – en dit zijn we allen wanneer we gebeurtenissen of toestanden interpreteren, ongeacht of we als onderzoeker, als burger of als medemens spreken – , 'wij, hermeneuten' dus, verkennen de wereld langsheen de baan van een hermeneutische cirkel, geïntegreerd door deze of gene gebeurtenis of feit. Zo'n cirkel "begint met een inschatting, een projectie van het geheel waartoe het raadselachtige deeltje – de gebeurtenis, het feit – behoort, en wanneer deze inschatting juist is, ontdekken we een deel van de betekenis van het deeltje, wat dan op zijn beurt leidt tot een betere, meer omvattende, en tegelijk specifiekere, reconstructie van de geprojecteerde totaliteit" (Bauman, 1978).

De dood van Khadaffi, zo luidt mijn analyse in dit essay, kan best begrepen

worden als een koningsmoord, en deze koningsmoord, in haar internationale aspect, vindt plaats binnen een meer omvattende praktijk – de democratische vrede. De rest van dit essay doorloopt deze hermeneutische cirkel.

## De gebeurtenissen

Op 15 februari 2011 kwamen in Benghazi, een stad in het Noordoosten van Libië, de eerste opstandelingen op straat om hun ongenoegen te uiten over het beleid van Khadaffi en meer algemeen om te protesteren tegen diens regime.<sup>1</sup> Tijdens de voorgaande jaren en decennia waren er betogingen geweest, maar de Libische leiders waren er steeds in geslaagd om de onvrede van de bevolking binnen de perken te houden. Nu echter niet: gesterkt door gelijkaardige volksoptstanden in Tunesië en Egypte, die uiteindelijk zouden leiden tot de val van, respectievelijk, president Ben Ali en Moebarak, verspreiden de Libische protesten zich snel naar steden als Ajbadiya, Bayda, Derna en Zintan. Spoedig organiseerden de opstandelingen een organisationeel centrum in Tobruk, een mediterrane kuststad nabij Egypte. Ze richtten er op 27 februari de *Nationale Overgangsraad* op, die als leiderschap van de revolutie zou fungeren. In deze *Raad* zetelden ook enkele vroege overlopers. Het regime reageerde slecht op de opstanden. In zorgvuldig geënsceeneerde toespraken, uitgezonden door de Libische openbare omroep, deed Khadaffi de opstandelingen af als agenten van Al-Qaida, als gedroegerde gekken en als

evenzoveel pionnen in een westers geopolitiek spel. Geweld bleef niet uit. Opstandelingen en burgers werden soms bloedig tot de orde geroepen. De rebellen lieten zich niet kennen en slaagden er na zeven maanden strijd in om de hoofdstad Tripoli te veroveren. Twee maanden later namen ze het Noordwesten van Libië in, inclusief Khadaffi's geboorteplek Sirte, die fel verdedigd werd door diens getrouwen.

Zonder de steun van de internationale gemeenschap zou de overwinning van de opstandelingen veel moeilijker zijn geweest. Van zodra Khadaffi gewelddadig reageerde op de volksprotesten, verbrak de internationale gemeenschap de diplomatieke betrekkingen met het regime. De Veiligheidsraad veroordeelde de onderdrukking van het protest in duidelijke bewoordingen, bevroor op 26 februari de buitenlandse financiële activa van de Libische leiders en liet op 27 juni het Internationale Gerechtshof een aanhoudingsbevel uitvaardigen (Interpol deed dit op 8 september). Op 17 maart, en dit is van het grootste belang, aanvaardde de Veiligheidsraad resolutie 1973, die een militair ingrijpen "ter bescherming van de burgerbevolking" toestond. Verder erkennen de meeste VN-lidstaten het gezag van de Nationale Overgangsraad als de (enige) legitieme vertegenwoordiging van de Libische bevolking. Het was in belangrijke mate dankzij deze internationale steun, die een belangrijke morele en politieke component kende maar overduidelijk ook een militaire dimensie had, dat de opstandelingen in staat waren blijvend weerstand te bieden aan het Libische leger en uiteindelijk ook de oorlog te winnen en hun aloude heerser omver te werpen.

De dood van Khadaffi vormde de apotheose van de revolutie. Op 28 oktober, acht dagen na Khadaffi's dood, kondigde Anders Fogh Rasmussen, secretaris-generaal van de NAVO, aan dat de militaire NAVO-operatie op 31 oktober zou eindigen. Hij verklaarde de operatie een succes. Snel volgde een resem officiële verklaringen. Sarkozy's persmededeling sprak over Khadaffi's dood als het beginpunt van een proces van "verzoening, democratisering, en eenheid". David Cameron en Barack Obama spraken in gelijkaardige termen. De Belgische Eerste Minister, toen nog Yves Leterme, "nam akte" van de gebeurtenis.

Het is belangrijk om de omstandigheden van Khadaffi's dood juist te schetsen. De man werd niet geraakt door een scherpschutter, noch kwam hij om terwijl zijn kantoren of privévertrekken, paleizen en schuilplaatsen, gebombardeerd werden (hoewel dit de expliciete bedoeling was van de NAVO-campagne). Zijn dood gebeurde relatief snel – er was geen berechting – maar niet plots. De rebellen waren Khadaffi al een hele tijd op het spoor. De revolutionaire strijd had Khadaffi reeds uit Tripoli verdreven en hem zijn toevlucht doen nemen in zijn geboortestad Sirte, waar zijn belagers hem, verstoep in een riool net buiten de stad, terugvonden. De eerste mediaberichten spraken over een tumultueus vuurgevecht, waarbij de schoten heen en weer vlogen en waarbij Khadaffi het dodelijke slachtoffer was, zo niet onverwacht dan toch onbedoeld. Dit bleek een foute inschatting, zoals de amateurbeelden van 's mans laatste momenten tonen; beelden die zich snel verspreidden via het wereldwijde web en overgenomen werden door andere meer

traditionele mediakanalen; beelden, meer bepaald, die laten zien dat Khadaffi terechtgesteld werd, ja zelfs gelyncht. Sommige interpretaties van de beelden spraken over sodomie, waarbij Khadaffi anaal zou zijn gepenetreerd met een stok of een mes. In ieder geval: wanneer het nieuws van Khadaffi's dood Tripoli en andere belangrijke steden bereikte, trok een grote menigte van uitzinnige Libiërs de straat op. Ze juichten, zongen en dansten. Ze vierden hun net veroverde vrijheid.

De beelden tonen geen trotse of tartende Khadaffi. Hij ziet er veeleer verwilderd en verward uit. Toen hij gevangengenomen werd, vroeg Khadaffi naar verluidt aan diegenen die hem gevangennamen "wat ze wilden? Wat hij hen, zijn zonen, misdaan had". Hij droeg simpele kledij. Die hing snel aan flarden. Zijn haar was niet gekamd – warrelig. Zijn hoofd bloedde. Spoedig bloedde hij over zijn hele lichaam. De beelden zijn zeer echt, zeer lichamelijk. De opstandelingen, die hem net gevangengenomen hadden, begrepen dit intuïtief. Een van hen hield een plastic zakje op, dat hij trots toonde aan de camera, en waarin, zo zei de man, een lok van Khadaffi's "vieze haar" zat. Smalend vergeleek hij de vieze lok met Khadaffi's weelderige kapsel van weleer. De beelden doen denken aan Ernst Kantorowicz' klassieke analyse van *The King's Two Bodies*, en dan met name aan diens analyse van Shakespeares *The Tragedy of King Richard II*. In het stuk dwingen zijn tegenstanders Richard zich van al zijn koninklijke kentekens te ontdoen. "Invisible his kingship, and relegated to within: visible his flesh, and exposed to contempt and derision or to pity and mockery". Wat overblijft – en

Richard is zich hier terdege van bewust – is “the banal face and insignificant physis of a miserable man, a physis now devoid of any metaphysics whatsoever” (Kantorowicz, 1957). Khadafi gedroeg zich erg koninklijk tijdens zijn leven, maar stierf als een miserabele man. Volgens bronnen stierf Khadafi “boos en teleurgesteld”. De opstandelingen doodden niet enkel een privépersoon maar ook een persona, een personage; niet enkel Muamar, maar vooral Khadafi – de broeder-leider en koning der koningen.

## Koningsmoord

Als sociale praktijk kent de koningsmoord een rijk verleden. Ze kent zowel traditionele als moderne verschijningsvormen. De terechtstelling, in 1793, van *burger* Louis Capet is het paradigmatische voorbeeld uit de moderne geschiedenis. Capet was (‘eigenlijk’) Louis XVI en had geregeerd over Frankrijk (en Navarra) van 1774 tot 1792, met een korte onderbreking in 1791. Na deze onderbreking, en niet weinig betekenisvol, heerste Louis niet langer als Koning van Frankrijk maar als Koning der Fransen. Maar deze toegift bleek geen langdurige oplossing. Naarmate de revolutie bleef duren, radicaliseerde de revolutionaire eis. Louis werd opnieuw gevangengenomen. Zijn koningschap werd hem ontnomen en ten slotte werd hij ter dood veroordeeld en omgebracht. Koningschap, en vooral dan de politieke piëteit die dit koningschap opwekte bij de onderdanen van de koning, zaten te diep ingesleten in de Franse maatschappij om vredevol te

kunnen bestaan binnen de republikeinse orde die de revolutionairen voorzaten (aldus deze revolutionairen). Het blijven voortbestaan van het koningschap zou de opkomst van een ware democratie verhinderen. Het koningschap moest uit de harten en geesten van de Franse bevolking verwijderd worden en dit vereiste een spectaculaire, symbolische *performance*. “Het vernietigen van het koningschap was een lang en moeilijk proces, en het gevoel van avontuur en gevaar dat het vaak met zich meebracht, zou nooit mogen worden vergeten [...] De vroegere onderdanen van de koning [opdat ze burgers zouden worden] moesten getuige zijn van de vernietiging van het koningschap; op een of andere manier moesten ze deelachtig zijn aan de verwerping van hun eigen lijfeigenschap” (Walzer, 1980). Het volk moest de koning doden. De jakobijnen meenden dat een proces, voorafgaand aan de terechtstelling, niet nodig was, omdat een proces het symbolische aspect van de daad zou verminderen. Louis berechten, zo meenden de jakobijnen, zou betekenen dat het burgerschap zou genieten; een status waarvoor zij een koning niet waardig achtten. De girondijnen, van hun kant, stelden wel een proces voor. Net door de voormalige koning als een burger te bejegenen, luidde hun argument, nam men hem zijn koningschap af. Beide strekkingen deelden natuurlijk de mening dat een democratie maar kon bloeien indien het koningschap uitgeroeid werd. De koningsmoord zou de nieuwe republiek van start schieten. Ze waren het er ook over eens dat een expressieve daad noodzakelijk was. Hun onenigheid verliest enigszins aan belang in het licht van deze gedeelde

overtuiging. Ook de jakobijnen geloofden in het belang van recht, rechtmatigheid en geoorloofde procedures, opdat de nieuwe republiek niet doodgeboren zou zijn. Omdat de koning zich steeds buiten het recht had geplaatst en het recht geminacht had, zo beargumenteerden de jakobijnen, zou een executie buiten de grenzen van de wet niet in strijd zijn met de wet. Aldus, zo dient herhaald, de jakobijnen.

In het licht van deze opmerkingen geldt de moord op Khadaffi (misschien) niet enkel als de 'barbaarse' en 'onrechtmatige' daad waarvoor sommige ze houden,<sup>2</sup> maar ook als een jakobijnse koningsmoord. Ondanks het feit dat zeer praktische bekommernissen het oorspronkelijke protest in Benghazi motiveerden (namelijk vertragen bij een bouwproject), verzetten de Libische opstandelingen zich zeer duidelijk ook tegen de koninklijke persona van hun leider, getuige de vele cartoons die de ronde deden onder de opstandelingen tijdens de betogingen en de militaire operaties. Deze verzinnebeelden steeds Khadaffi's theatrale persoonlijkheid en kledij. De opstandelingen wilden Khadaffi niet meer als koning en konden hem moeilijk aanvaarden als medeburger. Er bleef weinig anders over dan hem te herleiden tot loutere fysis. Het was dan ook gepast, vanuit dit perspectief tenminste, dat na zijn dood vele duizenden mensen aanschoven om zijn lichaam te aanschouwen wanneer het, zonder pracht of praal, opgebaard lag in een kleine supermarkt in Sirte. Later zou het lijk verplaatst worden naar een anonieme plek in de Libische woestijn (na een korte tussenstop in een kleine anonieme, lokale moskee). Wanneer de Libiërs de beelden bekeken van Khadaffi's doodstrijd, of zijn

lichaam inspecteerden in de supermarkt, vertolkten ze een symbolische performance en namen ze "deel aan de verwerping van hun eigen lijfeigenschap".

Dit was, in ieder geval, de vermeende hoop van westerse politici als Nicholas Sarkozy en David Cameron wanneer ze pleitten voor de NAVO-interventie. Na zeven maanden strijd vlogen de twee lieden naar Tripoli om de gang van zaken op het terrein beter te kunnen inschatten en om hun steun te betuigen aan de opstandelingen. De oorlog was nog gaande, maar Khadaffi was reeds verdwenen uit de hoofdstad. In een korte redevoering legde Cameron uit waarom hij de Nationale Overgangsraad steunde. "People have consistently underrated and underestimated the National Transition Council. People said they couldn't unite, that they were just representing only one part of Libya. People said they were tribal and that they were only Islamist. All of this I think they have consistently proved people wrong. I hope they go on proving people wrong by the breadth and generosity of their vision of what a free and democratic Libya will look like."<sup>3</sup>

Een girondijnse uitkomst ware wellicht mooi geweest, maar een jakobijns resultaat lag binnen de grenzen van het aanvaardbare. Westerse politici en commentatoren interpreteerden de gebeurtenissen graag in die zin.

## Vrede en straf

Zelfs indien Khadaffi moest sterven omdat hij te veel koning was, en indien deze ko-

ningsmoord als een daad van jakobijnse symboliek kan gelden (en dus, vermeend, een noodzakelijke aanzet tot een duurzame Libische democratie), dan nog rest de vraag hoe dit alles zich verhoudt tot wat ik in de inleiding de democratische vrede noemde. Dit concept verwijst naar een idee, en ook wel een praktijk, van vrede die verder reikt dan een louter gewelddoos samenleven, een vrede die gemeenschapsvorming nastreeft onder klassiek-republikeins leiderschap en waarbij intimiteit, quasi-religiositeit en strijdvaardigheid centraal staan. Onder democratieën, zo veronderstelt men, is de totstandkoming van dit soort 'ware vrede' of 'oprechte vrede' – de toespelingen op Augustinus en Aquinas maken via Kant (en, minder bekend, ook Novalis) intrinsiek deel uit van het discours van de democratische vrede – een reële mogelijkheid, zo niet reeds een realiteit.<sup>4</sup> Op het eerste gezicht heeft de dood van Khadaffi niets met deze vrede te maken. De beelden tonen een groep misnoegde Libiërs die hun oude leider ter dood brengen. Zijn dood was een lokale gebeurtenis.

Ik meen dat zijn dood meer was dan dat. Elke gebeurtenis neemt potentieel deel aan een meervoud van processen en praktijken in verschillende maatschappelijke sferen en niveaus. Zo ook de dood van Khadaffi. Zij was evenzeer een mondiale als een lokale gebeurtenis. En volgens mij geldt zijn dood ook op dit mondiale niveau als een koningsmoord; zij het een andere soort koningsmoord dan op lokaal niveau, een niet-jakobijnse koningsmoord, een koningsmoord die uitdrukking geeft aan de aspiraties en frustraties van de democratische vrede. Dit vergt enige uitleg.

Gebeurtenissen gebeuren maar ze bestaan enkel als een interpretatie van het gebeurde. Verschillende toeschouwers op verschillende locaties interpreteren de gebeurtenis op soms verschillende wijze, waardoor ze niet één maar meerdere gebeurtenissen wordt. In het geval van Khadaffi's dood was een van deze locaties het internationale domein, en dit op twee manieren. Ten eerste was er de receptie van zijn dood als een globaal media-evenement. De beelden van Khadaffi's dood verspreidden zich snel over de internationale media en op een resem websites en blogs. De belangrijkste internationale dagbladen drukten zijn bebloede gezicht en verminkte lichaam af op hun voorpagina. Ten tweede was er de meer directe deelname van de internationale gemeenschap aan zijn dood door haar steun aan de rebellen in de burgeroorlog; een steun zonder dewelke de overwinning veel moeilijker was geweest. Het waren bovendien met name de westerse leiders die zijn dood als een moment van jakobijnse bevrijding duiden, al voor Khadaffi zijn dood vond. "Libië's weg naar de vrede", zo stelden Obama, Sarkozy en Cameron in een gezamenlijk schrijven van 14 april 2011, "veronderstelt dat Khadaffi voorgoed verdwijnt". En zoals eerder gesteld, was het een expliciet doel van de bombardementen van de NAVO om Khadaffi uit te schakelen. (De laatste berichten benadrukken de rol van Franse inlichtingendiensten in het opjagen van Khadaffi. Zij zouden de opstandelingen tot Khadaffi's schuilplaats hebben geleid.) In het licht van deze gegevens wordt het minder opmerkelijk dat de westerse leiders berusten in de slachtpartij, dat ze er "akte van

namen”, zonder de onwettelijkheid van de daad te thematiseren of te veroordelen. Meer nog, Obama las Khadaffi's lot als een waarschuwing aan het adres van de resterende dictators. Khadaffi was gestraft en dit lot wachtte ook hen indien ze niet van koers veranderden (Obama, Sarkozy & Cameron, 2011; Posner, 2011). Het weze duidelijk dat de dood van Khadaffi een betekenis werd toegeschreven die verder reikte dan het louter lokale.

Dit soort waarschuwingen kent een langere traditie. Doorheen de geschiedenis werden vrede en straf vaak aan elkaar gekoppeld. Denk, bijvoorbeeld, aan Lloyd Georges fantasierijke suggesties met betrekking tot het lot van de Duitse keizer tijdens de vredesbesprekingen van Versailles (1919). Bij voorkeur zag de Britse premier de Duitse keizer dood of verbannen en hij fantaseerde over het vooruitzicht om de keizer opgeknoopt te zien, of ten minste publiek berecht, aan de oevers van de Thames. Wat een spektakel! Maar geen spektakel zonder betekenis: de performance zou bijdragen, zo geloofde Lloyd George, aan de restauratie en het versterken van de vrede. Het Britse volk had eerder een gelijkaardig sentiment tot uitdrukking gebracht. “The boys are marching for peace and democracy”, zo klonk een populair Brits oorlogsslied, waarin de keizer de volgende waarschuwing mee kreeg: “We'll trim his moustache nice and neat / and then we'll cut off his retreat / and hang him under the linden tree, tree”.<sup>5</sup>

Uiteindelijk werd de daad niet bij het woord gevoegd. Keizer Willem vluchtte naar de Nederlandse provincie Utrecht waar hij veilig en ongestoord verbleef tot aan zijn natuurlijke dood in 1941.

Toch wijst Lloyd Georges fantasie op een belangrijke verschuiving in het politiek-intellectuele klimaat die wel degelijk zijn weerspiegeling kende in de praktijk. In het verdrag van Versailles ontbrak immers, voor het eerst in de moderne geschiedenis, een amnestieclausule. Schuld en verantwoordelijkheid slopen terug in het vredesdenken. Na de Tweede Wereldoorlog werden twaalf hooggeplaatste nazi's opgeknoopt na het proces van Nürnberg. Ook Saddam Hoessein werd gevangen, berecht en terechtgesteld. Osama Bin Laden moest het zonder proces stellen. Hij werd uitgeschakeld door Special Forces van het Amerikaanse leger terwijl hij zich verschool in een compound in Pakistan. (Aan de lijst, die het bestaan van een weliswaar jonge traditie suggereert, kan men het lot van Ceausescu en Mussolini toevoegen (Manow, 2010).)

Tijdens de middeleeuwen bestond een gelijkaardige traditie. De middeleeuwse vrede draaide rond het herstellen van een morele band of verhouding. Het was in belangrijke mate een retorische praktijk. Rondtrekkende predikanten – ‘vredesmakers’ – trokken van stad naar stad, vaak op aanvraag van lokale notabelen, om de vrede te herstellen. Hiertoe preekten ze over de wortels van conflict – zonde – en over de voorwaarden voor vrede – deugdzzaamheid. Ze enceneerden ook meer zinnebeeldige performances: vredesprocessies, religieuze vieringen, massale verzoeningen, het laten uitwisselen van de vredeskus, en, misschien minder tastbaar, de encenering van spirituele bekeringen. Dit waren de positieve performances. Vaak werden deze voorafgegaan door een reeks negatieve rituelen: een kampvuur

dat symbolisch alle zonden verbrandde en vaak ook de publieke bestraffing van de grootste zondaars. San Bernardino, een bekende, laat-middeleeuwse, Italiaans vredespredikant waarschuwde zijn toehoorders dat ze beter gehoor gaven aan zijn discours: "Indien jullie me geloven is dit zowel goed voor jullie als voor mij. Maar als jullie me niet geloven, heb ik toch mijn best gedaan, en zullen jullie geschaad worden" (Polecritti, 2000).

Loze dreigementen waren niet aan Bernardino besteed. De franciscaan uit Siena liet niet na om tijdens zijn preekessies de ergste zondaars – met name de sodomieten – te laten vierendelen of verbranden. Hij geloofde dat zo'n handeling een morele zuivering zou teweegbrengen en dat ze zijn gehoor voorbereidde op een werkelijke verzoening. Publieke bestraffingen, hoe gruwelijk ook, hielpen een nieuwe vrede tot stand brengen. Het geweld verstoortte de vrede niet, maar bevestigde en versterkte haar. Deze overtuiging deelde Lloyd George met Bernardino. Beide heren waardeerden het vredestichtende karakter van symbolisch geweld. Wel vinden we bij Bernardino geen enkele bezorgdheid om koningen of keizers. Waar de middeleeuwse vrede zicht richtte op zondaars, richt de democratische vrede zich op (overdrachtelijke) koningen, omdat het koningschap (in zijn oorspronkelijke betekenis, niet in zijn huidige uitgeholde vorm) antithetisch is aan de mores die het belichaamt. Koningschap is niet prestigieus, vanuit het perspectief van de democratische vrede, maar schurkachtig.

Khadaffi, deze koning der koningen, was een schurk, de leider van een schurkenstaat. In belangrijke mate was hij een

schurk net omdat hij een koning was. De democratische vrede pleegde een koningsmoord om zich te beschermen tegen deze schurk.

## Schurk en koning

Een korte bespreking van de notie 'schurkenstaat' kan een en ander verduidelijken. De gemene deler van de verschillende invullingen van het begrip 'schurkenstaat' is dat schurkenstaten op een of andere manier de internationale vrede en veiligheid verstoren of bedreigen. Zo'n breed begrip laat vele invullingen toe, van zeer eng tot zeer breed. De meest enge definitie spreekt enkel over een schurkenstaat wanneer een staat systematisch mensenrechten schendt, massavernietigingswapens nastreeft en/of terroristische groeperingen steunt. Een bredere definitie spreekt al over een schurkenstaat wanneer een staat bewust de regels van het democratische spel aan zijn laars lapt als ook de regels van het internationale recht en de internationale moraal. Er bestaat een nog vagere definitie van het begrip, waarbij schurkenstaten geassocieerd worden met "een lage culturele status" en met een niet nader bepaald "gebrek aan raffinement" (O'Reilly, 2007). Men neemt het Noord-Koreaanse leiderschap kwalijk dat het "ongehoord persoonlijke kritiek naar het hoofd van de Amerikaanse president slingert". De Iraanse president Ahmadi-nejad krijgt het verwijt de alternatieve kerstlezing van BBC4 te hebben "gegijzeld" met antitsemitiesche "vuilspuierij". Westerse vertegenwoordigers reageerden



verontwaardigd op de *Durham Review Conference* (waar de VN haar strijd tegen het racisme zou evalueren), omdat de uitzettingen van de vertegenwoordigers van Libië, Iran en Cuba hen “deden walgen.” De Verenigde Staten en Canada hadden de conferentie op voorhand geboycot; verschillende Europese landen verlieten de zaal wanneer Ahmadinejad zijn “wantsmakelijke” toespraak hield. Op gelijkaardige manier waren ze gechoqueerd toen Khadaffi een kopij van het Handvest van de Verenigde Naties aan flarden scheurde tijdens een zitting van de Algemene Vergadering in 2009. Deze *schurkenleiders* gedroegen zich slecht en dit wekte bij het internationale gehoor wrevel op.<sup>6</sup>

Men moet deze reactie in een bredere historische context plaatsen. De specifieke woordkeuze – schurkenstaat, of *rogue state* – wijst in de richting van die context.

Het is niet met zekerheid te zeggen welke de etymologische oorsprong is van het concept ‘*rogue*’. Niettemin is er een dominante hypothese die stelt dat het woord afgeleid is van ‘*roger*’, een zeldzaam zestiende-eeuws woord. Een *roger* was “een rondtrekkend bedelaar die zich voordeed als een arme geleerde, of beursstudent, uit Oxford of Cambridge”. *Rogers* toonden zich sluw. Ze bewoonden een wereld van list en illusie. Het woord ‘*rogue*’ verwees oorspronkelijk naar “een ijdele zwerver of landloper” en naar “een oneerlijk, weinig-principiële persoon; een schelm, een schurk. *Rogues* waren even listig als *rogers* maar ze vormden een bredere categorie. Tegen het midden van de zestiende eeuw geraakte het woord wijdverbreid.<sup>7</sup> Vanaf de zeventiende eeuw, en definitief in de achttiende eeuw, ontstond

er een nieuw literair genre, de ‘schurkenbiografie’, waarvan Daniel Defoes *Moll Flanders* (1772) wellicht het bekendste voorbeeld is. Deze boeken verhaalden (met al dan niet gespeelde weerzin) het leven van een resem schurken: een reeks onbetrouwbare figuren die zowel angst als opwinding inboezemden bij hun lezers. De schurkenbiografie was een middel om betekenis te geven aan de bonte groep verpauperde en gemarginaliseerde figuren die de kop opstaken in een snel industrialiserend Engeland – en aan wie de rijkere zich onmogelijk volledig fysiek konden onttrekken. De schurken maakten de rijkere bang, beschaamd en zij deden hen vaak walgen. Deze rijken identificeerden armoede met een neiging tot criminaliteit en met een gebrek aan morele ruggegraat. Schurken toonden zich, in de perceptie van de rijken, onwelvoeglijk; ze waren een schande en bedreiging voor de deftige goegemeente (*polite society*).

Deze achttiende-eeuwse maatschappelijke bezorgdheid om goede manieren en beleefdheid mag men niet uitsluitend begrijpen als een strategie van de machtigen om hun dominantie te legitimeren. Ze kende ook een reflexieve dimensie. De context is er een van modernisering, van een snelle ontwikkeling van een markteconomie en een toenemende populariteit van liberale politieke ideeën. Belangrijke denkers uit de achttiende eeuw maakten zich grote zorgen om de ethische ‘leegte’ en de politieke ‘onduurzaamheid’ van deze trends, van een ongebonden liberalisme. De vrees bestond, op politiek vlak, dat liberale gemeenschappen op den duur zouden verzanden in een onverdraagbare anarchie of zouden aangetrokken geraken

door de verleidingen van een monarchie en dat ze hun politieke vrijheid dus zouden verliezen. Op ethisch vlak vreesden ze dat liberale economieën ‘feminiene’ persoonlijkheden zouden kweken, dat mensen geen degelijke persoonlijkheid zouden kunnen ontwikkelen, laat staan dat ze als volwaardige burgers zouden kunnen fungeren (Kalyvas & Katznelson, 2008). Om dit probleem het hoofd te bieden, grepen deze denkers terug op het antieke en florentijnse republikanisme, met name op haar verwijzing naar de ‘deugden’ (Pocock, 1981), maar ze begrepen wel onmiddellijk dat het antieke deugdenbegrip – dat met name moed en soberheid voorstond – ondertussen een anachronisme was. Geconfronteerd met dit dilemma ontwikkelde een denker als Shaftesbury de innovatieve idee dat beleefdheid – gepolijste manieren, raffinement, een verfijnd discours – niet moest worden weggelachen als frivoliteit of feminiteit, maar beter kon worden gewaardeerd als originele deugd, als deugdzaam op zich. Shaftesbury “versmolt de taal van de beleefdheid met de republikeinse traditie” (Klein, 1989), wanneer hij argumenteerde dat beleefdheid een voorwaarde was voor een vrije omgang en dus ook voor een vrije politieke gemeenschap. Hij definieerde beleefdheid als een cruciale ethische en politieke deugd. Onbeleefd zijn stond nu geboekstaafd als ondeugdzaam, als een zonde, en vroeg om bestraffing. Beleefdheid werd geassocieerd met burgerschap; ruwheid en gebrek aan terughoudendheid met het lage gespuis, enerzijds, maar ook met de vaak exuberante koningen van weleer. In het licht van deze culturele en politieke ontwikkelingen krijgt ons onge-

mak met de vaak ruwe schurkenstaten (een deel van) zijn betekenis. Deze context wijst erop dat meer dan materieel gewin en meer dan materiële veiligheid op het spel staat. De context werpt ook enig licht op de specifieke casus-Khadaffi.

Het Libië van Khadaffi werd door velen als een schurkenstaat beschouwd, zodat zijn dood in internationaal opzicht de dood van een schurk is. Tijdens de jaren 1980 beschuldigde men Libië ervan terroristen te steunen en te trachten illegale wapens aan te schaffen. Amerikaans president Ronald Reagan noemde Khadaffi “de dolle hond van het Midden-Oosten”.<sup>8</sup> Brits premier Margaret Thatcher vond de Libische staat “walgelijk, absoluut walgelijk”. Bill Clinton bevestigde deze inschattingen. Naar het einde van de jaren 1990 normaliseerden de betrekkingen enigszins. Dit verzoeningsproces versnelde wanneer Khadaffi de aanslagen van 11 september 2001 ondubbelzinnig veroordeelde en de Libische regering in 2002 de intentie uitsprak om haar nucleair wapenprogramma te staken. De bijdrage die Libië leverde aan de (zogenaamde) oorlog tegen het terrorisme werd gewaardeerd als een belangrijke bijdrage aan de wereldvrede. De status van het land als schurkenstaat werd opgeschort. Strategische en economische kansen werden gegrepen en geëxploiteerd. Zoals een analist echter recentelijk stelde “Libië werd niet zozeer bejegend als een volwaardig medeburger in de internationale samenleving, maar eerder als een crimineel die vrij is op borgtocht”. Onderhuids leefde er wantrouwen. In 2009 veroordeelde Obama de vrijlating van de ‘Lockerbie bomber’, ooit gesponsord door de Libische regering, als

“bijzonder verwerpelijk” en “erg teleurstellend.” Wanneer Khadaffi in 2011 op de volksofstand reageerde op een manier die de meeste commentatoren als volkomen onredelijk beschouwden, was hij terug de schurk die hij eigenlijk altijd was geweest. Er bestond geen twijfel, vanuit dit perspectief, dat met Khadaffi een schurk van het toneel verdween.

De Libiërs doodden hun koning. De internationale gemeenschap doodt een schurk. Ook dit laatste geldt als koningsmoord. Schurkenstaten kennen, tenminste volgens het discours over schurkenstaten, weinig of geen terughoudendheid, een kenmerk dat republikeinen reeds lange tijd associëren met het koningschap. De ijdelheid van een koning, de extravagantie die eigen is aan het oorspronkelijke koninklijke instituut, vloekt met de zeden van een democratische samenleving, op dezelfde manier waarop de meer basale ruwheid van de lagere klassen vloekte met de aspiraties van de opkomende achttiende-eeuwse hoge burgerij. Koningen werden schurken.

Khadaffi was wel degelijk een koning – officieel, zoals gezegd, de koning der koningen. Let maar op zijn voorkeuren op gebied van kledij. Te allen tijde kon men koningen herkennen aan hun kleren. In het Oude Testament, bijvoorbeeld, duidt Jacob Jozef aan als zijn opvolger door hem “een veelkleurige mantel aan te bieden [...] de mantel stelde hem aan als de gekozen koning”. Louis IX van Frankrijk (1214-1270) had de gewoonte door zijn tuinen te wandelen “dressed in a camel’s-hair coat, a surcoat of linsey-woolsey without sleeves, a black silk cloak without a hood, and a hat trimmed with peacocks’

feather”. De beleefde goegemeente ergert zich aan dit soort extravaganza: de achttiende eeuw bracht een “certain flattening of stylistic variation, a restraint on upper-class sartorial sumptuousness” (Isaacs, 1969; Klein, 2002). Een BBC-journalist gaf uitdrukking aan precies deze opvatting naar aanleiding van een ontmoeting met Khadaffi: “One day he was a Motown backing vocalist with wet-look permed hair and tight pants. The next, a white-suited comic operetta Latin American admiral, dripping with braid. When I saw him, he had chosen the robes of a Berber tribesman, and what he presumably imagined to be the instrutable gaze of a desert mystic” (Connolly, 2011).

Bernard-Henry Lévy, Frans publiek intellectueel en rechtstreeks contactpersoon tussen de Nationale Overgangsraad en president Sarkozy tijdens de burgeroorlog, herinnert zich op gelijke wijze Khadaffi in termen van diens weinig conventionele kledij en lichamelijkeheid: “Je revois Khadafi, assis dans la salle des conférences, le visage bouffi et figé, un turban étrangement féminin sur la tête, les mains jointes, non pour prier, mais pour exprimer la distance et le dédain”. Lévy, zelf een amateur-diplomaat – steeds netjes getooid – waagt zich dan aan een boeiende hypothese. Zou het kunnen, schrijft hij, dat “C’était le ridicule qui avait tué Khadafi? Ses lunettes noires? ses extravagances? son visage déformé par le Botox et envahi par une pâleur jaunâtre? ses poses? ses frasques?”. Zou het kunnen, zou zou ik Lévy parafraseren,<sup>9</sup> dat Khadaffi moest sterven omdat hij te veel een koning was? Lévy geeft een lokale interpretatie aan zijn hypothese. Hij schat in dat

de Libische bevolking Khadaffi's façade doorprikt had en dat ze zijn gezag niet langer kon aanvaarden. Maar een internationale interpretatie suggereert dat de internationale gemeenschap zich steeds meer ergerde aan zijn pocherige gedrag. Dat ze zich eraan stoorde en erdoor gekwetst was. Khadaffi's theatrale capriolen werden gezien als kwaadaardige streken en als moedwillige provocaties. Met zijn gedrag doorbrak Khadaffi niet enkel het diplomatieke protocol, en niet enkel de letter van het internationale recht, maar meer nog de geest ervan. Zijn provocatieve gedrag werd gepercipieerd als een ethisch probleem. Voor vele commentatoren was Khadaffi's extravagante kledij een weerspiegeling van zijn dictatoriale leiderschap. De diplomatieke onbezonnenheid van deze schurk herbergde en voorspelde zijn internationale misdaden. "The fact that he was a howling buffoon did not form part of the reporting of foreign news in those days [de jaren 1980], but of course it turned out to be the most important thing of all" (Connoly, 2011).

Khadaffi's bonte gedrag was niet louter irritant vanuit dit perspectief. Men moest het niet minimaliseren als ijdele grootspraak of als anachronistische extravagantie. Veeleer werd het gezien als een moedwillige provocatie, die onze morele unie tartte. Khadaffi's theatrale persoonlijkheid daagde de 'vredesunie' te zeer uit. Hij was te trots op zijn koninklijke zonden; te zelfbewust zondig. Hiervoor zou hij uiteindelijk gestraft worden. De koning moest gedood worden, opdat de vrede onaangetast zou blijven. Of, een meer cynische Shakespeare:

"*Bolingbroke*: Go, some of you, convey him to the Tower.

*Richard*: O, good! Convey: Conveyors are you all, that rise thus nimbly by a true king's fall".

## Noten

1. Voor deze reconstructie steun ik voornamelijk op de verslaggeving in *De Standard*, *The New York Times*, *The Global Post* en op de website van *Al Jazeera*.
2. Brems, 2011; Buruma, 2011. Voor een analyse die stelt dat tiranicide rechtmatig is, zie Brincat (2009)..
3. Beschikbaar op Youtube. Cameron and Sarkozy Bring Message of Support to Tripoli.
4. Voor een uitgebreide analyse van de 'democratische vrede als praktijk', zie J. Kustermans (2013). Dit essay is in sterke mate gebaseerd op hoofdstuk vijf van dit proefschrift.
5. 'We're going to hang the kaiser under the linden tree'. Muziek en tekst door Kendis en Brockman.
6. Ahmadinejad's Christmas Speech Raises Ruckus' [http://www.truthdig.com/ear-totheground/item/20081225\\_ahmadinejads\\_christmas\\_speech\\_raises\\_ruckus/](http://www.truthdig.com/ear-totheground/item/20081225_ahmadinejads_christmas_speech_raises_ruckus/).
7. *Oxford English Dictionary*. Een derde betekenis luidt: 'ondeugend persoon, iemand wiens gedrag men afkeurt, maar niet-temin graag heeft en aantrekkelijk vindt'.

'It's a pretty little rogue; she is my mistress', aldus de Hertog van Buckingham in 1672.

8. Deze paragraaf bouwt op een nog te verschijnen paper van Michal Onderco, *De-Roguing a Rogue: Reading the Rapprochement with Libya*, Mimeo, 2012. Alle citaten in deze paragraaf komen uit deze tekst. (mijn vertaling).

9. Lévy, B.-H. (2011): Ik herinner me hoe Khadaffi in een conferentieruimte zat, het aangezicht gezwollen en star, op zijn hoofd een ongewoon vrouwelijke tulband, zijn handen gevouwen, niet zoals iemand die bidt, maar om afstand en misprijzen tot uitdrukking te brengen. Zou het kunnen dat zijn belachelijkheid Khadaffi doodde? Zijn donkere bril? Zijn extravagantie? Zijn gezicht vervormd door de Botox en aangetast door een geelachtige bleekheid? Zijn poses? Zijn fratsen?

## Bibliografie

- Ahmadinejad's Christmas Speech Raises Ruckus. [http://www.truthdig.com/ear-totheground/item/20081225\\_ahmadinejads\\_christmas\\_speech\\_raises\\_ruckus/](http://www.truthdig.com/ear-totheground/item/20081225_ahmadinejads_christmas_speech_raises_ruckus/).
- Bauman, Z. (1978). *Hermeneutics and Social Science: Approaches to Understanding*. London: Hutchinson & Co.
- Brems, E. (2011). 'Rechten van dictators. *De Standaard*, 23 november 2011.
- Brincat, S. (2009). The Legal Philosophy of Internationally Assisted Tyrannicide. *Australian Journal of Legal Philosophy*, 34 (1), 151-192.
- Buruma, I. (2011). Saïf al-Islam kan nog iets doen voor Libië. *De Morgen*, 19 november 2011.
- Connolly, K. (2011). Colonel Gaddafi: The Last of the Buffoon Dictators. BBC News, 22 October 2011.
- Eyerman, R. (2008). *The Assassination of Theo Van Gogh: From Social Drama to Cultural Trauma*. Durham: Duke University Press.
- <http://www.middle-ages.org.uk/medieval-kings-clothing.htm>.
- <http://www.reuters.com/article/2011/10/20/us-libya-gadaffi-whitehouse-idUSTRE79J6WJ20111020>.
- Isaacs, N. (1969). Royal Robes and Regicide: A Preliminary Study of Literary Vestiges of Rule Rituals. *Folklore*, 80 (3), 202.
- Kalyvas, A. & Katznelson, I. (2008). *Liberal Beginnings: Making a Republic for the Moderns*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kantorowicz, E. (1957). *The King's Two Bodies: A Study in Medieval Political Theology* (pp. 37-40). Princeton: Princeton University Press.
- Klein, L. (1989). Liberty, Manners, and Politeness in Early Eighteenth-Century England. *The Historical Journal*, 32 (3), 603-604.
- Klein, L. (2002). Politeness and the Interpretation of the British Eighteenth Century. *The Historical Journal*, 45 (5), 883.
- J. Kustermans (2013). *Democratic Peace as Practice*. Doctoraatsthesis aan de Universiteit Antwerpen.
- Lévy, B.-H. (2011). *La guerre sans l'aimer: Journal d'un écrivain au cœur du printemps libyen*. Paris: Grasset.
- Manow, P. (2010). *In the King's Shadow: The Political Anatomy of Democratic Repres-*

- entation (hoofdstuk 4). Cambridge: Polity Press.
- Obama, B., Sarkozy, N. & Cameron, D. (2011). Libya's Pathway to Peace. *The New York Times*, 14 april 2011.
- Onderco, M. (2012). *De-Roguing a Rogue Reading the Rapprochement with Libya*, Mimeo.
- O'Reilly, K. (2007). Perceiving Rogue States: The Use of the Rogue State Concept in U.S. Foreign Policy Elites. *Foreign Policy Analysis*, 3 (4), 299.
- Pocock, J. (1981). Virtues, Rights, Manners: A Model for Historians of Political Thought. *Political Theory*, 9 (3), 353-368.
- Polecritti, C. (2000). *Preaching Peace in Renaissance Italy: Bernardino of Siena & His Audience*. (p. 28). Washington, D.C.: The Catholic University of America Press (mijn vertaling).
- Posner, E. (2011). Outside the Law. *Foreign Policy*, 2 december 2011.
- Walzer, M. (1980). *Regicide and Revolution: Speeches at the Trial of Louis XVI* (pp. 88-89). Cambridge: Cambridge University Press (mijn vertaling).

# Goed voedsel en de verplaatsing van de politiek

Herman Lelieveldt, Klaas Breunissen, Kees de Vré en Frank de Bakker

## Inleiding

Herman Lelieveldt

(Roosevelt Academy Middelburg)

Opeens was daar de plofkip. Begin 2012 startte de Nederlandse actiegroep Wakker Dier (vergelijkbaar met het Vlaamse Gaia) een multimediale campagne om consumenten bewust te maken van de slechte omstandigheden waaronder vleeskuikens groot worden gebracht. Treinreizigers zagen op billboards een door zijn poten gezakt vleeskuiken naast een kip met normaal gewicht, radioluisteraars hoorden bekende Nederlanders klagen over de 'foute' kipnuggets van McDonalds, en krantenlezers lazen in paginagrote advertenties iedere dag weer over een ander bedrijf dat plofkip gebruikte. De acties van Wakker Dier waren niet alleen opmerkelijk, maar ook bijzonder effectief: een jaar later hebben veel bedrijven toegezegd de plofkip in de ban te doen.

De campagne van Wakker Dier is niet alleen interessant voor duurzaamheidsdeskundigen, maar ook verplichte kost voor politicologen. Het werpt de vraag op in hoeverre beleid wellicht ook buiten de overheid tot stand kan komen en wat de sterktes en zwaktes van deze benadering zijn. Alweer twintig jaar geleden stortten politicologen zich en masse op dit onder-

werp in de discussies over de verschuiving van 'government' naar 'governance'. Juist nu het wetenschappelijk discours hierover enigszins is uitgedoofd, lijken we in de maatschappij meer dan ooit een trend te zien waarbij zeker de nationale overheid op veel terreinen weinig meer in de melk te brokken heeft, en maatschappelijke gewenste doelstellingen zoals de verduurzaming van de voedselketen via andere kanalen moeten worden verwezenlijkt. Een van die alternatieve kanalen bestaat uit pressie van belangengroepen op bedrijven, vaak in combinatie met publiekscampagnes om zo de druk op te voeren. De bijdragen in dit symposium onderzoeken of dit inderdaad een recente trend is en wat de rol van overheid, burgerorganisaties en bedrijven in dit nieuwe krachtenveld is.

In de eerste bijdrage van dit symposium toont Klaas Breunissen, campagneleider duurzaam voedsel bij Milieudefensie – een Nederlandse ngo die zich inzet voor een beter milieu – zich kritisch over de hierboven gesignaleerde trend. Hij betoogt dat belangengroepen altijd al zowel overheid als bedrijven in het vizier hebben, omdat beide een vitale rol spelen bij verduurzaming. Kees de Vré, redacteur duurzaamheid bij het Nederlandse dagblad *Trouw*, laat in zijn bijdrage zien dat

vragen over verduurzaming zich niet eenvoudig tot een verhaal voor of tegen de plofkip laten reduceren. Vaak gaat verbeterd dierenwelzijn namelijk gepaard met een grotere milieubelasting en dat maakt het nodig dat bedrijven en consumenten hun gedrag ook op andere manieren aanpassen. Frank de Bakker, universitair hoofddocent strategisch management aan de Vrije Universiteit, gaat in zijn bijdrage ten slotte in op de reikwijdte van campagnes zoals die van Wakker Dier en plaatst die in de context van het debat over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daar waar het gaat om heldere, herkenbare aansprekende producten zal het makkelijker zijn om via publiekscampagnes bedrijven tot gedragsverandering te dwingen. Maar duurzaamheid gaat ook over onderwerpen die zich veel minder makkelijk laten vertalen in flitsende publiekscampagnes en juist in die gevallen hebben we de overheid nodig die bedrijven een maatschappelijk gewenste kant opduwt.

## Niet of of, maar en en

Klaas Breunissen  
(Milieudefensie)

Politicoloog Herman Lelieveldt beweerde onlangs dat de plofkip-campagne laat zien dat beleid steeds vaker door de markt en het middenveld 'gemaakt' wordt, terwijl de formele politiek er niet veel meer over te zeggen heeft (Lelieveldt, 2012). Maar is dit zo? Hebben maatschappelijke organisaties daarom hun aandacht verlegd van overheid naar bedrijfsleven? Mijns inziens niet. Ik geloof niet dat maatschappelijke

organisaties zich vroeger meer richtten op de overheid als doelgroep en tegenwoordig vaker het bedrijfsleven daarvoor uitkiezen. De strategie van maatschappelijke organisaties is niet zo afhankelijk van het actuele politieke klimaat. Dat is maar één van de factoren waarmee zij rekening houden. In ieder geval geldt dat voor Milieudefensie.

Zolang Milieudefensie bestaat, heeft de organisatie zich óók gericht op het bedrijfsleven. Ook toen het geloof in de maakbaarheid van de samenleving en de Haagse politiek nog groot was, richtte de milieuorganisatie zich niet alleen op die overheid om bijvoorbeeld de opening van de kerncentrale in Borssele en de uitbreidingsplannen van Schiphol met een vijfde baan te verhinderen. In de jaren zeventig van de vorige eeuw voerde Milieudefensie campagne tegen Zwitserse en Duitse bedrijven die het water van de Rijn vervuilden. In de jaren tachtig ageerde zij tegen Heineken dat giftig cadmium in zijn gele bierkratjes verwerkte en in het decennium daarna tegen aardappeltelers die veel te veel bestrijdingsmiddelen gebruikten. In 2001 mobiliseerde Milieudefensie consumenten om groentenconservenfabrikant HAK te dwingen biologische appelmoes te gaan produceren. Met succes.

En nu, nu er een liberale wind waait en de overheid zich terugtrekt, keert Milieudefensie zich niet af van de overheid. Bedrijven zijn nog steeds het doelwit van campagnes (van supermarkten die 'fout vlees' verkopen tot Shell dat er in Nigeria een bende van maakt), maar óók de overheid. Zo voert Milieudefensie campagne voor een wettelijk verbod op megastallen, eist ze dat Nederland de Europese regelgeving voor luchtverontreiniging naleeft



(en dus auto's minder en minder hard laat rijden) en wil ze dat de regering illegaal tropisch hout van de markt weert. Logisch, want politiek Den Haag heeft een verantwoordelijkheid en moet die nemen. Het kan die niet gemakzuchtig en vrijblijvend neerleggen bij anderen.

In oktober 2011 verweet de directeur van Milieudefensie in dagblad *Trouw* (Berkhuizen, 2011) het kabinet-Rutte inzake zijn net gepresenteerde Green Deal "ongelooflijke naïviteit". "Bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en burgers mogen, geheel vrijblijvend, de [duurzaamheid]ambities gaan realiseren", terwijl de overheid zwijgend en een beetje "belemmeringen wegnemend" aan de kant staat. Maar dat is volstrekt niet genoeg om het milieu te redden. De ozonlaag herstelde zich pas nadat de overheid cfk's had verboden. "Dat was met wat vrijblijvende afspraken nooit gelukt, want bedrijven zijn er nu eenmaal om winst te maken. Het gaat bij een duurzame toekomst niet (alleen) om het wegnemen van belemmeringen, maar juist om het herinrichten van de economie", aldus de Milieudefensie-directeur. "Er moeten dus keuzes gemaakt worden. Dat zal lastig zijn voor burgers of bedrijven en misschien zelfs verzet oproepen. Maar dan is de overheid er om over kortetermijnbelangen heen te kijken en impasses te doorbreken."

Milieudefensie ziet het als haar taak milieuproblemen te signaleren, oplossingen te agenderen en die, waar mogelijk, te helpen verwezenlijken of ervoor te zorgen dat anderen dat doen. Daarbij is het mobiliseren van grote groepen mensen om draagvlak te laten zien en druk te zetten een belangrijk hulpmiddel. Die mobilisa-

tie van mensen, dat wil zeggen het zichtbaar maken dat veel mensen iets willen, is naast inhoudelijke argumentatie voor Milieudefensie de belangrijkste onderbouwing en legitimatie van haar lobby.

Welke milieuproblemen Milieudefensie aanpakt, wordt bepaald door de visie en het meerjarenbeleidsplan van de milieuvereniging. Het hangt van het concrete onderwerp af of Milieudefensie haar pijlen richt op de overheid of op het bedrijfsleven. Verschillende overwegingen spelen daarbij een rol.

Als een onderwerp al lang en breed op de agenda staat en er knopen moeten worden doorgehakt, ligt het stellen van concrete eisen aan de overheid voor de hand. Zoals met de discussie over megastallen. De discussie daarover woedt al jaren en het is duidelijk dat de meerderheid van de bevolking geen verdere schaalvergroting en industrialisering van de veehouderij wenst. Tijd dus om de politiek onder druk te zetten om concrete stappen te ondernemen en megastallen wettelijk te verbieden.

Als iets een nieuw onderwerp is, als het nog geagendeerd moet worden, ligt het stellen van eisen aan de overheid minder voor de hand. Dan moet er eerst een maatschappelijk draagvlak gecreëerd worden door mensen (als consumenten of als burgers) te informeren en te mobiliseren en betrokken bedrijven met vragen en wensen te bestoken. Zoals over soja. Milieudefensie wil dat Zuid-Amerikaanse soja in veevoer wordt vervangen door in Europa geteelde gewassen, omdat het gebruik van die soja leidt tot kap van het regenwoud in Zuid-Amerika en tot mestoverschot in Nederland. Om de politiek

tot vervangingsbeleid aan te zetten, is het goed dat er vanuit de samenleving signalen komen dat consumenten dat willen en dat bedrijven daartoe bereid zijn.

Of we bedrijven aanspreken op hun verantwoordelijkheid, hangt ook af van de mate waarin bedrijven gevoelig zijn voor de publieke opinie en voor media-aandacht. Een winkelier heeft direct contact met klanten en is dus gevoelig voor de mening van een klant. Dat is een bank ook, al is een rekeninghouder honkvaster dan een winkelende consument. *Business to business*-bedrijven (bv. een fabrikant van veevoeringrediënten die levert aan een veevoerproducent) hebben geen contact met het grote publiek en individuele burgers kunnen daarom moeilijker met hun eigen gedrag zo'n bedrijf onder druk zetten.

Hoe dan ook, de gevoeligheid van een bedrijf voor de publieke opinie is een belangrijk wapen van de actievoerder. Youp van 't Hek heeft bewezen dat één cabaretier een merk kan breken (Buckler bier). Toen Wakker Dier met zijn plofkip-campagne startte "hebben we de problematiek in twee, drie dagen geanalyseerd en ons toen achter de campagne geschaard", aldus de directeur duurzaamheid van Unilever in een interview (Ariëns & van Genugten, 2012). "Daardoor waren we onderdeel van de *namings* in plaats van de *shaming*". Een bedrijfsbelang.

In de praktijk gaan marktorientatie en overheidsoriëntatie hand in hand. Zowel bedrijven als overheden moeten aan de slag. Voor beide ontwikkelt Milieudefensie een eisenpakket. Afhankelijk van onderwerp en kansen richt Milieudefensie zich meer op overheid of op bedrijven.

Het politieke klimaat is daarbij een van de factoren, maar zeker niet de belangrijkste, want na het ene politieke klimaat volgt altijd weer een ander. Soms loopt de samenleving voorop. De introductie van het stersysteem voor dierenwelzijn door de Dierenbescherming, vleesfabrikanten en winkelketens is daarvan een voorbeeld. Maar om stappen vooruit te zetten, impasses te doorbreken, gelijk speelveld te creëren en goede voorbeelden algemeen te maken is overheidsbeleid nodig. Wetgeving tegen de invoer van illegaal hout is keihard nodig om de stappen die consumenten en sector hebben gezet algemeen en toekomstvast te maken. Milieudefensie gaat niet mee in het liberale gedachtegoed dat de markt het beste regelmechanisme is. Zij schrijft de overheid niet af als initiator en regulerende instantie van maatschappelijke verandering. Markt en overheid zijn beide belangrijk. Afhankelijk van waar een onderwerp in de beleidscyclus zit, zal Milieudefensie de overheid en het bedrijfsleven aanspreken.

## Duurzame dilemma's

Kees de Vré  
(Trouw)

De plofkip is explosief materiaal gebleken in de maatschappelijke discussie van de afgelopen maanden. Allereerst haalde Wakker Dier met harde mediaboodschappen grote bedrijven als Unilever over om geen opgepepte kip meer te gebruiken in hun producten. Niet veel later verbande Deen als eerste supermarkt in Nederland (groot in Noord-Holland) de plofkip van

zijn schappen. Heel slim besteedde Wakker Dier duizenden euro's aan radiospotjes om Deen te prijzen. Dierenwelzijn is in in Nederland. Consumenten laten zich er bij de aankoop van een stukje vlees steeds meer door leiden, al of niet onder regie van Wakker Dier. Sinds kort echter zijn er tegengeluiden te horen die de kipliefhebber voor een groot dilemma stellen. Promovenda Sanne Dekker onderzocht de duurzaamheid van leghennen (voor de eieren) en concludeerde dat de batterijkip duurzamer is dan haar vrank en vrij uitlopende biologische zus. Ze legt minder beslag op ruimte en bovendien leeft ze korter, waardoor ze minder eet en drinkt. Daardoor poept ze ook minder, wat eveneens het milieu minder belast. Analoog daaraan geldt voor de vleeskip die in krappe stallen wordt opgefokt dezelfde productie-efficiëntie en is zij dus het meest milieuvriendelijke stukje kip.

Wat later gooide Aalt Dijkhuizen, voorzitter van de Raad van bestuur van de Wageningen Universiteit, de knuppel in het hoenderhok door te stellen dat de landbouw in Nederland en daarbuiten nog veel intensiever zou moeten dan hij al is. Alleen op die manier kunnen we op duurzame wijze de groeiende wereldbevolking, die ook steeds meer vlees gaat eten, voeden, was Dijkhuizens prikkelende conclusie. De plofkip, als icoon van de intensieve landbouw, is eigenlijk zo gek nog niet, zegt hij eigenlijk. Hij haalde daarbij onder meer het proefschrift van Sanne Dekker als onderbouwing aan.

Daar sta je dan als kipliefhebber. Denk je goed te doen door een stukje vlees te kopen van een beest dat een prima leven heeft gehad, blijkt die vermaledijde

plofkip juist het meest duurzaam te zijn. Dierenwelzijn lijkt zo lijnrecht tegenover duurzaamheid te staan. Dat hoeft echter niet het geval te zijn. Het verzoenen van die twee schijnbare uitersten vergt stappen van alle spelers in de voedselketen. Producenten en verwerkers enerzijds en consumenten anderzijds zullen moeten bewegen, het liefst in dezelfde richting. Daarbij zullen ze ongemakkelijke vragen onder ogen moeten zien.

Dijkhuizen richt zich op de productiekant van voedsel. Met name op de technische verworvenheden ervan. Die strakke focus op techniek, leidend tot optimale efficiëntie van de productieketen, heeft echter vragen opgeroepen over het ethisch gehalte van de landbouw. De omgang met dieren is hier het meest in het oog lopende onderwerp, maar zeker niet het enige. Over het algemeen kan worden gesteld dat de economie, de kostprijs van de productie, te lang centraal heeft gestaan. De op industriële leest geschoeide landbouw blijkt een overmaat aan fossiele brandstoffen, schaarse grondstoffen als water en fosfaat, en antibiotica te hebben gebruikt. De landbouw, en daarvan de veeteelt in het bijzonder, is de grootste veroorzaker van klimaatverandering, stelde de Voedsel- en Landbouworganisatie van de Verenigde Naties (FAO) jaren geleden in haar geruchtmakende rapport *Livestock's Long Shadow* vast. Lang heeft men daar de ogen voor gesloten, maar uiteindelijk kunnen de producenten en verwerkers van voedsel er niet omheen. Meer oog voor de biologische realiteit (wat kan en moet) en de moraal (wat is goed) is hier de boodschap. De economie moet maar even op de achterbank plaatsne-

men, zoals de econoom Keynes dat eens zo treffend formuleerde.

Dat wil niet zeggen dat er taboes moeten worden uitgesproken. De verschillende, nog vaak heftig opponerende, werelden kunnen van elkaar leren. Daar zijn al voorbeelden van. De gangbare, intensieve landbouw is de laatste jaren – met de biologische landbouw als voorbeeld – steeds diervriendelijker gaan werken. Wetenschappers zijn steeds beter in staat om te begrijpen hoe landbouwhuisdieren zich voelen in hun onderkomens. Koeientuinen, comfortstallen voor varkens en rondelstallen voor kippen, met veel oog voor dierenwelzijn, zijn daarvan onder meer het resultaat.

Anderzijds kan de diervriendelijke biologische landbouw wel wat moderne technologie gebruiken. Biologische landbouwers zijn doorgaans nogal huiverig voor moderne technologie, omdat het in hun ogen vaak staat voor hogere productie en lagere kostprijs, economie dus. Moderne technologie ingestoken vanuit een andere houding – mensen voeden in plaats van geld verdienen – zou hen wellicht over de streep kunnen trekken. Het opkomende fenomeen van de stadslandbouw kan hierin een rol spelen. Bij deze kleinschalige landbouw komt soms *high-tech* om de hoek kijken. Kleine oppervlakten geven met een uitgekende aanpak hoge opbrengsten, maar de techniek staat altijd in dienst van de duurzaamheid, wederzijds respect, eerlijke handel en vertrouwen. Zo kunnen moraal, biologie en economie met elkaar in lijn komen en de nodige verandering teweegbrengen.

En dan is er nog de consument. Je zou hem bijna vergeten, maar zijn rol is mo-

gelijk van doorslaggevend belang. In de loop van de afgelopen vijf decennia is zijn menu steeds meer vlees en zuivel gaan bevatten. Dat zijn juist de producten die een grote milieudruk veroorzaken. In haar proefschrift (2006) constateert de Groningse milieu-onderzoeker Willy Gerbens-Leenes dat elke consument, ongeacht cultuur of religie, die meer dan 5000 dollar per jaar gaat verdienen zijn menu gaat veranderen, vooral meer vlees gaat eten. Die constatering is echter geen natuurwet. De consument die steeds vaker kritisch de wereld inkijkt zal ook zijn eigen handelingen onder diezelfde loep moeten gaan leggen en dan constateren dat hij zijn menu moet aanpassen. Dat is niet alleen goed voor de gezondheid van de aarde; ook zijn eigen gezondheid heeft baat bij de inname van minder calorieën. Dat vraagt niet echt om grote offers of belangrijke veranderingen in de levensstijl. Een paar dagen per week geen vlees eten biedt al veel soelaas.

Velen stellen, zoals ook Aalt Dijkhuizen, dat zo'n gedragsverandering lastig te realiseren is. Dat is zo, maar dat constateren en je verder alleen bezighouden met slimme productietechnieken is een onderschatting van wat nodig is. Je kunt de consument een zetje geven om de kant op te gaan die de biologie en de moraal vereisen. 'Edited choice' heet dat in voedselland. Zo zijn er supermarkten die zogenoemd hybride vlees op de schappen leggen. Dat is bijvoorbeeld gehakt of worst waarin 30 procent plantaardige ingrediënten zijn bijgemengd. Culinaire journalisten proeven geen verschil, zo bleek begin dit jaar uit een blinde proef. In sommige gevallen werd de hybride variant zelfs lekkerder gevonden. Unilever denkt er

nu ook over om zijn Unox-rookworst op die manier te gaan maken. Dat zou een grote stap zijn. Er zijn daarnaast al producten op de markt, geheel gemaakt van plantaardige ingrediënten en die de smaak en de *bite* van vlees dicht benaderen. De technieken daarvoor staan nog in de kinderschoenen, dus dat wordt allengs beter.

Het gat tussen duurzaamheid en dierenwelzijn, waarop de plofkip ons heeft gewezen, is op vele manieren aan te pakken. Of het ooit geheel wordt gedicht is lastig te voorspellen, gezien de groei van de wereldbevolking en haar veranderende menuwensen, maar een stuk kleiner kan het zeker worden.

## Maatschappelijk ondernemen: met en zonder de overheid

Frank de Bakker

(Vrije Universiteit Amsterdam)

Een Kitkat-parodie van Greenpeace waarin Nestlé via een *viral* op internet onder druk werd gezet geen palmolie in te kopen van een Maleisisch bedrijf dat oerbos zou kappen om plantages te bouwen, leidde begin 2010 in korte tijd tot reacties van bevlogen consumenten en van diverse concurrerende voedingsmiddelenbedrijven. Opgeroepen door Greenpeace gebruikten consumenten sociale media als Facebook en Twitter om hun onvrede met het beleid van Nestlé kenbaar te maken; concurrenten gaven snel aan hun inkoopbeleid te zullen aanpassen, mogelijk uit angst op een vergelijkbare manier negatief in de publiciteit te komen. Na enige tijd ging

ook Nestlé overstag. De druk die Greenpeace op deze manier uitoefende op een grote speler in een industrie lokte dus snel reacties uit en leidde in betrekkelijk korte tijd tot toegezegde koerswijzigingen in het inkoopbeleid van diverse grote ondernemingen in de voedingsmiddelenindustrie. Daar kwam geen regelgeving aan te pas. Wat is hier aan de hand?

In toenemende mate worden bedrijven, groot en klein, geacht verantwoording af te leggen over de wijze waarop zij opereren, niet alleen financieel-economisch maar ook in sociaal en ecologisch opzicht. Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) is een ingeburgerd begrip geworden, al wordt die term op veel verschillende manieren geïnterpreteerd. Dat biedt ruimte voor diverse betrokkenen om hun eigen invulling te propageren. Een categorie organisaties die zich op dit vlak nadrukkelijk roert zijn actiegroepen. Hoewel ze bekend staan onder diverse namen, zoals secundaire *stakeholders*, non-gouvernementele organisaties of 'groepen uit het maatschappelijk middenveld', geef ik hier de voorkeur aan de term 'actiegroep', omdat die benadrukt dat dergelijke organisaties actief proberen invloed uit te oefenen op andere partijen. Ten aanzien van de invulling van het begrip MVO doen ze dat steeds nadrukkelijker in de richting van bedrijven. Dat is opvallend, omdat de traditionele route voor dergelijke groepen veelal in de richting van de overheid leidde, vaak resulterend in een roep om nieuwe regelgeving, strengere handhaving of nieuwe stimuleringsregelingen om ongewenst gedrag van bedrijven te voorkomen of gewenst gedrag te bevorderen. De overheid bepaalde zo het speelveld en ac-

tiegroepen probeerden, net als bedrijven, die overheid daarbij te beïnvloeden om ontwikkelingen in de door hen gewenste richting te laten verlopen. Op veel deelgebieden van MVO is de rol van de overheid minder prominent geworden. Overheden laten in veel landen bewust meer over aan de markt en zijn daarmee minder direct betrokken bij de precieze vormgeving van MVO. 'Het maatschappelijke middenveld is aan zet', zo heet het.

Actiegroepen en bedrijven hebben die handschoen opgenomen en kijken in tal van thema's rondom MVO directer naar elkaar, soms in samenwerking, soms in conflict. Dat ligt niet alleen aan een terugtrekkende overheid. Globalisering en steeds complexere productieketens maken het immers ook moeilijker voor een nationale overheid om effectief op te treden tegen eventuele misstanden in ketens die zich grotendeels buiten hun jurisdictie bevinden. Tegelijkertijd is het voor zowel actiegroepen als bedrijven ingewikkeld om met allerlei verschillende nationale overheden in zo'n internationale keten te moeten interacteren over een thema als MVO. Ze zijn op elkaar aangewezen om vorm te geven aan MVO; regelgeving vormt daarbij vooral een kader waarbinnen de verdere invulling van MVO plaats moet vinden. Dat de gekozen tactieken daarbij uiteenlopen ligt voor de hand. Actiegroepen willen bedrijven vaak tot meer actie aanzetten dan waartoe zij bereid zijn en beide partijen hebben hun eigen belangen in de precieze invulling van MVO. Toch kan een dergelijke directe interactie in complexe ketens als in de voedingsmiddelenindustrie een effectief middel zijn om gewenste veranderingen te realiseren.

In overleg zijn bijvoorbeeld diverse standaarden en keurmerken ontwikkeld waarvan sommige een redelijk breed draagvlak genieten onder zowel bedrijven als actiegroepen, terwijl conflicten soms tot radicalere koerswijzigingen hebben geleid, bijvoorbeeld i.v.m. palmolie. Daarbij oefenen sommige actiegroepen nadrukkelijk druk uit op bedrijven, waarna andere groepen in overleg met bedrijven tot een oplossing komen. Bij het afdwingen of vastleggen van die oplossingen is de overheid vaak weer van belang.

In zulke processen speelt natuurlijk nog een andere partij een belangrijke rol: de invulling van MVO kan ook ten dele worden gezien als een slag om de gunst van de consument. Bedrijven proberen consumenten te overtuigen van hun oprechte intenties en gerealiseerde prestaties, bijvoorbeeld door een keurmerk te hanteren, terwijl actiegroepen consumenten wijzen op misstanden om druk uit te oefenen of soms op geslaagde initiatieven van bedrijven om aan te tonen dat alternatieven mogelijk zijn. Een scala aan tactieken, waaronder *namings*, *shaming* en *faming*, wordt dan ingezet om bedrijven ertoe te bewegen tegemoet te komen aan de wens van actiegroepen om meer te doen dan het wettelijke minimum op MVO-onderwerpen. Daarbij worden overheden aangespoord dat wettelijke minimum vast te leggen of te versterken. De inzet van dergelijke tactieken wordt versterkt doordat door de snelle ontwikkelingen op ICT-gebied eventuele misstanden in de productieketens veel sneller bekend kunnen worden gemaakt, terwijl tegelijkertijd het belang van een goede reputatie, zeker voor bedrijven die actief zijn in

consumentenmarkten, flink is gestegen. Dat biedt aanknopingspunten voor actiegroepen en vormt een potentiële bedreiging voor bedrijven. De snelle reacties van Nestlé's concurrenten duiden daar ook op – de angst om in een kwaad daglicht te worden gesteld is groter geworden, omdat dat meer effect kan hebben op de financiële prestaties van een bedrijf.

De invulling van MVO in interactie tussen bedrijven en actiegroepen is aldus een complex proces waarin een veelheid aan tactieken wordt ingezet door beide partijen en waarin de overheid minder nadrukkelijk een rol speelt dan voorheen. Is deze werkwijze dan ook effectiever om beleidsverandering te bereiken dan de route via de overheid? Ten dele wel, denk ik. Vooral bedrijven die zichtbaar zijn op de consumentenmarkt, waarvoor reputatie van groot belang is of die actief zijn in productieketens waarin MVO-problemen regelmatig worden belicht, zoals de voedingsmiddelenindustrie, zijn een geschikt doelwit voor acties. Daarbij zullen actiegroepen zich vaak richten op ofwel achterblijvers of koplopers op MVO-gebied in een branche. Achterblijvers worden opgeroepen en onder druk gezet om aansluiting te zoeken bij de overige ondernemingen (“zij kunnen het, dus jullie ook”), terwijl koplopers worden gestimuleerd om te laten zien dat nóg meer mogelijk is dan ze al doen. Actiegroepen proberen zo de MVO-normen in een branche te beïnvloeden en de lat geleidelijk hoger te leggen. Tegelijkertijd blijft de overheid daarbij van belang om regelgeving te ontwikkelen, handhaving te bestendigen, of om gewenst gedrag te stimuleren. Waar bedrijven meer buiten beeld van de con-

sument opereren en geen bekende merken voeren, of waar tussenproducten worden gemaakt of verhandeld, is het echter vaak moeilijker voor actiegroepen om direct met bedrijven te interacteren. Juist daar zullen overheden, nationaal of internationaal, met stimuleringsmaatregelen of regelgeving een belangrijke prikkel moeten blijven geven, al dan niet daartoe aangezet door actiegroepen.

Hoewel deze ontwikkeling vragen oproept over het mandaat van de betrokken organisaties – wie vertegenwoordigen ze nu eigenlijk? – zorgt ze ervoor dat de aard van de discussie over MVO verandert. De rol van de consument is nog nadrukkelijker in beeld gekomen, evenals de roep vanuit de maatschappij om verantwoording af te leggen over de wijze waarop betrokken organisaties, zowel bedrijven als actiegroepen, opereren. Transparantie wordt meer en meer de norm. Actie verschuift naar de markt: de overheid bepaalt de grenzen van het speelveld, maar in interactie tussen bedrijven en actiegroepen wordt de maatschappelijke verantwoordelijkheid ingevuld.

## Bibliografie

- Ariëns, H. & van Genugten, L. (2012). We gaan de consument opvoeden. Interview met Annie Mauser. *Oneworld*, juli 2012.
- Berkhuizen, H. (2011). Naïeve Green Deal leidt niet toekomstbestendige economie. *Trouw*, 13 oktober 2011.
- Lelieveldt, H. (2012). Den Haag heeft niets te zeggen over plofkip. *NRC Handelsblad*, 5-6 mei 2012, p. 13 (Opinie en debat).





## Een psycho-politiek profiel van gematigden en links- en rechts-extremisten

Alain Van Hiel

---

### SAMENVATTING VAN:

Van Hiel, A. (2012). A Psycho-Political Profile of Moderates and Left-Wing and Right-Wing Extremists. *European Journal of Political Research*, 51 (2), 166-203.

---

Kunnen wij ooit politiek extremisten echt begrijpen? Of is er iets dat hen 'heel anders' maakt, nauwelijks te begrijpen voor de gewone ziel, hoe hard we ook ons best zouden doen om 'extreem' te denken? Wij trachten deze vraag te beantwoorden door gebruik te maken van de *European Social Survey* – een tweejaarlijkse enquête die in representatieve steekproeven in een 20-tal Europese landen afgenomen wordt. In een tweede studie analyseren wij een kleine steekproef van extremisten verzameld in Vlaanderen.

### Wie is 'extremist'?

Volgens het woordenboek is een 'extremist' iemand die extremen aanhangt, zeker voor politieke onderwerpen, of iemand die extreme doctrines aanhangt. Dit kan op twee wijzen bekeken worden. Extremisme kan enerzijds betekenen dat

men extreem lage en hoge scores behaalt op een voor ideologie relevante variabele. Anderzijds zijn er ideologieën die men als extreem bestempelt, zoals communisme en anarchisme. Men dient eveneens rekening te houden met het feit dat extremisme afhangt van de sociale en culturele context. Bijvoorbeeld, iemand die twee eeuwen geleden vond dat seks voor het huwelijk moest kunnen, zou toen als een extremist zijn afgeschilderd, terwijl dit nu door het merendeel van de bevolking als normaal wordt beschouwd. Nochtans was het heel moedig om in die tijd zo tegen het geldende gedachtegoed in te gaan.

### Onderzoeksvraag

In dit onderzoek gaan we na of gematigden en extremisten van de linker- en rechterkant verschillend zijn. Vroeger onderzoek heeft uiteraard gemiddelde ver-

schillen aangetoond tussen deze groepen met betrekking tot, bijvoorbeeld, hun autoritairismescores en de vooroordelen die ze koesteren. Wij wilden een stap verder gaan door niet enkel te focussen op kwantitatieve tussengroepverschillen, maar in plaats daarvan op kwalitatieve verschillen en meer bepaald op de wijze waarop deze groepen politieke thema's bekijken. We baseren ons op een model dat gebruikt wordt in de forensische en klinische psychologie, waarbij aandacht gaat naar verschillende kwalitatieve niveaus. Deze niveaus hebben betrekking op de correlaties tussen items en/of schalen. Kort gesteld komt het erop neer dat een concept betekenis krijgt in de mate dat het gerelateerd is aan andere concepten. Laat me hiervan een eenvoudig voorbeeld geven. Indien we de aanwezigheid van een stoel associëren met een tafel en ander meubilair, dan zullen we er wellicht op gaan zitten. Indien echter een stoel enkel aan warmte doet denken, is de kans groot dat we het hout ervan in de kachel gooien. Toegepast op ons onderzoek: als groepen dezelfde wijze van politieke perceptie delen, dan dienen items soortgelijk te laden op schalen (interne consistentie) en dienen de schalen op eenzelfde wijze aan elkaar gerelateerd te zijn.

### Studie 1. Zevenduizend partijleden nader bekeken

In een eerste onderzoek gebaseerd op de *European Social Survey* analyseerden we de scores van leden van politieke partijen. Deze deelden we in op basis van hun sco-

res op een schaal die varieerde tussen 0 ('Links') en 10 ('Rechts'). Diegenen die deze extreme waarden invulden, werden als extremisten beschouwd en vergeleken met de groepen die in het midden scoorden. Anders dan men zou verwachten, bleek dat er binnen de extreme groepen flink wat variatie was aan opinies, zoals omtrent immigratie en thema's zoals veiligheid, traditie en conformiteit. Met andere woorden, extreme individuen denken niet allemaal 'hetzelfde'. Een ander resultaat was dat in beide extremistische groepen de items keurig op de schalen laadden. Wel werden er verschillen geconstateerd voor de correlaties tussen politiek relevante concepten zoals 'immigratie' en 'veiligheid', wat erop duidt dat men in de verschillende politieke groepen een andere betekenis verleent aan dergelijke concepten.

### Studie 2. Een studie onder communisten, anarchisten, gematigden en rechts-extremisten in Vlaanderen

In deze studie werd extremisme geconcipeerd als lidmaatschap aan extreme politieke groeperingen. De steekproef was klein met slechts 20 communisten, 21 anarchisten, 17 gematigden en 11 aanhangers van een extreem-rechtse partij. Ondanks deze kleine steekproeven, werden analoge resultaten verkregen als in Studie 1. Het bleek dat er flink wat variatie was in de ideologische groepen en dat er eveneens kwalitatieve verschillen tussen de groepen waren. Anders dan in Studie 1, werden

deze kwalitatieve verschillen eveneens verkregen wanneer we de items binnen de schalen analyseerden. Eveneens interessant was dat vooral de anarchisten en de extreem-rechtse groep afweken van de gematigde groep en de communisten, terwijl de twee laatstgenoemde groepen meer gelijkenissen vertoonden.

## Conclusies

De conclusie van beide onderzoeken is dat er heel wat variatie aanwezig is in groepen van extremisten, waarbij extremisme werd gedefinieerd in termen van extreme scores op een links-rechtsdimensie of in termen van extreme ideologieën. Bijvoorbeeld, in een extreem-rechtse groep constateert men gemiddeld hogere niveaus van anti-immigratieattitudes, maar dit betekent niet dat iedereen in deze groep dezelfde hoge scores behaalt. Integendeel, de variatie binnen extremis-

tische groepen neigt in het algemeen zelfs hoger te zijn dan onder gematigden. De resultaten wijzen er eveneens op dat het niet gemakkelijk is om zich als gematigd individu in de denkwereld van de extremist in te leven. Anders gesteld: 'Ze zijn anders'. Dit heeft een aantal implicaties. Ten eerste, hoe gematigd linkse of rechtse individuen denken over politiek is weinig informatief om extremisme te bestuderen. Nochtans is de meeste 'kennis' over extremisme gebaseerd op degelijke extrapolaties. Ten tweede, omdat de systematische vergelijking van extremisten en gematigden moeilijk is, niet in het minst omdat extremisten een moeilijk bereikbare groep is, zijn historisch materiaal, informatie verkregen uit interviews en dergelijke de enige realistische weg om hen te leren kennen. Hopelijk leidt dit soort materiaal tot een beter begrip van extremisme in het algemeen, alsook van anderen die minder eerbare doelstellingen nastreven, zoals bommenleggers en religieuze fanatici.



# Verloren in vertaling: klimaatscepticisme en de terugkeer van het politieke

Gert Goeminne

---

## SAMENVATTING VAN:

Goeminne, G. (2012). Lost in Translation: Climate Denial and the Return of the Political. *Global Environmental Politics*, 12 (2), 1-8.

---

In de afgelopen decennia heeft klimaat-scepticisme – het in twijfel trekken of rondit ontkennen van de opwarming van de aarde en de rol die de mens daarin speelt – de vorm aangenomen van een goed gecoördineerde campagne die vooral vanuit Amerika gefinancierd wordt door de industrie en neoliberale denktanks. De zogenaamde 'Climategate'-affaire eind november vormt hierin een voorlopig hoogtepunt. Volgens klimaatsceptici zou uit uitgelekte documenten van de Climatic Research Unit van de Universiteit van East Anglia blijken dat wetenschappelijke gegevens door de betrokken wetenschappers werden veranderd of achtergehouden. Wetenschappers die in de controverse betrokken waren verdedigden zich en argumenteerden dat Climategate was opgezet om de op handen zijnde klimaat-top in Kopenhagen te saboteren.

Deze focus op het waarheidsgehalte van de wetenschap binnen het politieke landschap valt goed te begrijpen vanuit het model van rationele besluitvorming waarbinnen het huidige klimaatbeleid is

vormgegeven. Hierbij wordt er immers van uitgegaan dat de objectiviteit van de wetenschap kan omgezet worden in een dwingend rationeel keurslijf dat ideologische verschillen uitvlakt. Dat geloof in een inclusieve consensus is heel sterk aanwezig in de internationale klimaatonderhandelingen, waar op basis van de door het IPCC-klimaatpanel vastgestelde consensus met betrekking tot de klimaatwetenschap een globaal akkoord aangaande de vereiste emissiereducties wordt nagestreefd. Maar hoezeer de klimaatwetenschap de duimschroeven ook aandraait, de internationale onderhandelingen over de verdeling van de nodig geachte CO<sub>2</sub>-reducties lopen telkens weer spaak.

Volgens politiek geograaf Erik Swyngedouw moet de oorzaak hiervan gezocht worden in wat hij het postpolitieke karakter van het klimaatbeleid noemt (Swyngedouw, 2010). Met de term 'postpolitiek' geeft Swyngedouw, in navolging van Chantal Mouffe (2005), uiting aan zijn ongenoe-gen over het onderdrukken van antagonistische noties zoals exclusie, tegenstander

en contestatie binnen de politieke sfeer. Hierbij wordt politiek volgens hem herleid tot een louter instrumenteel concept dat gericht is op de consensuele administratie van milieu, economie en andere domeinen. Swyngedouw ziet in het internationale klimaatbeleid een treffend voorbeeld van een dergelijke technocratische aanpak, die hij karakteriseert als post-politiek populisme: onder dreiging van een wetenschappelijk gekaderd doemscenario verlamt het de politieke strijd tussen verschillende en tegengestelde sociaal-ecologische maatschappijvisies, waardoor iedereen in het neoliberale gareel wordt gehouden.

In dit artikel leg ik een fundamenteel hiaat bloot van een dergelijke postpolitieke aanpak die erin bestaat om een wetenschappelijke consensus te vertalen in een politieke. Op basis van een postpositivistische wetenschapsvisie beargumenteer ik dat de constructie van wetenschappelijke objectiviteit relationeel is in de zin dat haar mogelijkheidsvoorwaarde de afirmatie van een exclusie inhoudt (Goe-minne, 2011). In haar specifieke gerichtheid op haar thema, brengt wetenschap immers altijd een scheiding aan tussen wat in rekening wordt gebracht en wat niet, of, met andere woorden, tussen de zogenaamde internaliteiten en externaliteiten van een bepaald wetenschappelijk paradigma. Dit inzicht problematiseert uiteraard de postpolitieke vertaalslag van wetenschap naar beleid, omdat die gefundeerd is op het vermeende universele, niet-uitsluitende karakter van feitelijk-wetenschappelijke kennis. Zo is er vanuit ontwikkelingslanden reeds overtuigend beargumenteerd dat de poging om een globale emissiehandel op touw te zet-

ten die gefundeerd is op de universele feitelijk-wetenschappelijke eigenschappen van broeikasgasemissies (hun zogenaamde 'global warming potential') in wezen de historische oorsprong van die emissies uitwist, waardoor bijvoorbeeld het verschil tussen luxe-emissies en overlevingsemissies aan het politieke debat wordt onttrokken.

Het inzicht dat de vertaalslag van wetenschap naar consensusbeleid voorbijgaat aan het niet-neutrale, verdelende karakter van wetenschap biedt ook een nieuw perspectief op de brede bijval die het klimaatscepticisme vandaag de dag geniet. Veeleer dan het te zien als de oorzaak van een falend klimaatbeleid zie ik het als een symptoom van het postpolitieke onvermogen om het democratische conflict vorm te geven. Hierin volg ik Chantal Mouffes analyse van het succes van populistisch rechts in Europa (Mouffe, 2005). Eerder dan die te zien als drijvende kracht in de toenemende ondermijning van de democratie, diagnosticeert Mouffe de brede bijval van populistisch rechts als een symptoom van de verlamdende "consensus van het midden" die het kiezers onmogelijk maakt werkelijk te kiezen tussen duidelijk verschillende partijprogramma's. Door de kanalen weg te nemen via welke uiting kan gegeven worden aan het politieke meningsverschil, zo argumenteert ze, is de consensus van het midden, waarbij alle klassieke partijen onder druk van een geglobaliseerde, neoliberale orde naar het centrum zijn opgeschoven, gedoemd om te leiden tot conflicten in het antagonistische register. Met andere woorden, elke poging om een maatschappelijk probleem te depolitiseren, zelfs al is die

gebaseerd op een wetenschappelijke basis, zal uiteindelijk leiden tot een terugkeer van het politieke.

En zo concludeer ik dat de publieke bijval die het klimaatscepticisme geniet kan begrepen worden als een symptomatische uitbarsting van het politieke in een volledig gedepolitiseerd landschap. In een context waarin het dominante discours verkondigt dat er geen alternatief is voor een *cap and trade*-emissieschema en dat we de dictaten ervan moeten accepteren, willen we de klimaatapocalyps afwenden, is het immers niet verwonderlijk dat een groeiend aantal mensen luistert naar degenen die verkondigen dat er alternatieven bestaan, zelfs al dragen die een rechts

signatuur en zijn ze gebaseerd op een flagrante ontkenning van wetenschappelijke argumenten.

## Bibliografie

- Goeminne, G. (2011). Heeft het klimaat nood aan consensus? Pleidooi voor een politiek van het denkbare. *Res Publica*, 53 (4), 453-466.
- Mouffe, C.I (2005). *Over het Politieke*. Kampen: Uitgeverij Klement.
- Swyngedouw, E. (2010). Apocalypse Forever? Post-Political Populism and the Spectre of Climate Change. *Theory, Culture & Society*, 27 (2-3), 213-32.





# Economische elitenetwerken en Amerikaans buitenlands beleid van Clinton tot Obama

Bastiaan van Apeldoorn en Naná de Graaff

---

## SAMENVATTING VAN:

van Apeldoorn, B. & de Graaff, N. (2012). Corporate Elite Networks and US Post-Cold War Grand Strategy from Clinton to Obama. *European Journal of International Relations*, Online first, June 22, 27, p. DOI: 10.1177/1354066111433895.

---

Met de Amerikaanse presidentsverkiezingen dringt zich onder andere de vraag op of een wisseling van de wacht in het Witte Huis een ander Amerikaans buitenlands beleid met zich zal meebrengen. Hoewel politiek zich nooit goed laat voorspellen, laten wij aan de hand van een vergelijking van de regeringen-Clinton, -Bush en -Obama zien dat de Amerikaanse buitenlandse politiek zich sinds het einde van de Koude Oorlog kenmerkt door een sterke continuïteit wat betreft de doelen van het beleid. Tegelijkertijd is er een beperkte maar significante variatie in de middelen. Wij stellen ons tot doel bij te dragen tot een verklaring van zowel deze continuïteit als van de verschuivingen binnen wat in de Engelstalige literatuur *grand strategy* – oftewel een omvattende visie op de kernbelangen van een staat en hoe die het beste te dienen – heet.

Ondanks de groeiende hoeveelheid literatuur over de *grand strategy* van de VS blijft zowel de geconstateerde variatie

als de sterke onderliggende continuïteit een puzzel vanuit het perspectief van de dominante theorieën en benaderingen binnen de leer der internationale betrekkingen en *foreign policy analysis*. Terwijl volgens het dominante neorealisme (en in mindere mate het neoliberalisme) de Amerikaanse buitenlandpolitiek sinds begin jaren negentig een anomalie is – omdat zij veel expansionistischer, interventivistischer en unilateralistischer (volgens de liberalen) is dan de theorie voor rationeel houdt – zijn verklaringen voor deze aberratie veelal *ad hoc* of blijven ze steken in de op zich juiste maar beperkte constatering dat Amerikaanse beleidsmakers kennelijk geleid worden door ideeën die hen (ten onrechte) laten geloven dat deze koers de juiste is.

De vraag is natuurlijk waarom beleidsmakers beïnvloed worden door juist deze ideeën en *beliefs*. Probleem hierbij is dat conventionele benaderingen te veel de staat en zijn beleidsmakers abstraheren

van de maatschappij en van de daaruit voortkomende belangen. In plaats hiervan ontwikkelen wij een in de kritische politieke economie gewortelde benadering die de maatschappelijke oorsprong (*social sources*) van geopolitieke strategie tracht bloot te leggen. Uitgangspunt hierbij is dat we beleidsmakers, in dit geval diegenen die verantwoordelijk zijn voor de uiteindelijke formulering en implementatie van de *grand strategy*, moeten plaatsen binnen de sociale context die hun handelen vorm geeft. Buitenlands beleid wordt niet gemaakt door de staat als een rationale en unitaire actor, maar altijd door concrete personen met een bepaalde sociale achtergrond, ideeën en in een bredere structurele context.

Uitgaande van het samenspel van structuur en handeling onderscheiden wij in het bijzonder twee structurele elementen waarin de *agency* van Amerika's *grand strategy-makers*, plaatsvindt: enerzijds de veranderende mondiale context en anderzijds wat hier aangeduid wordt als de sociale positie van Amerika's top buitenlandbeleidsmakers. Uit de analyse blijkt dat deze beleidsmakers voor een heel groot deel gerekruteerd worden uit de top van het Amerikaanse bedrijfsleven, terwijl ze tegelijkertijd sterk verbonden zijn met het Amerikaanse netwerk van denktanks, stichtingen en andere *policy planning bodies* waarin het Amerikaanse beleid mede voorbereid wordt. Daar dit laatstgenoemde netwerk sterk verbonden is met het Amerikaanse bedrijfsleven, dient er zich een mogelijke alternatieve verklaring aan voor het ook door de conventionele benaderingen geconstateerde sterk expansionistische en interventionis-

tische karakter van de *grand strategy* van de VS, ook in de periode na het wegval- len van de Sovjet-Unie. In deze verklaring wordt gesteld dat het buitenlandse beleid mede wordt vormgegeven door Amerika's economische elite of *corporate elite*.

Niet alleen sinds het einde van de Koude Oorlog maar teruggaande tot het einde van de negentiende eeuw kenmerkt Amerika's *grand strategy* zich door een expansionisme dat in de eerste plaats economisch in plaats van territoriaal is, ook al vergt de economische expansie dat de VS als territoriale macht probeert controle te krijgen en te houden over concrete gebieden en bevolkingen. Dit expansionisme gaat sinds 1945 gepaard met de creatie en instandhouding van een liberale wereldorde en daarbijhorende instituten. De door de VS gedomineerde liberale orde dient niet alleen primair de belangen van het Amerikaanse transnationale kapitaal, maar berust ook in een belangrijke mate op de economische, politieke en *last but not least* militaire macht van de VS. Het bevorderen en beschermen van deze liberale orde; het openen en verdiepen van markten en de promotie van wat de Clinton-regering 'market democracies' noemde, vormen de kerndoelstellingen van wat hier, in navolging van historici als Williams en LaFeber, 'Open Door Imperialism' wordt genoemd. Deze *Open Door*-visie komt terug in de *grand strategy* van de drie onderzochte presidentschappen maar telkens in een andere variant: van een neoliberale globaliseringsstrategie, met de nadruk op *global governance*, onder Clinton via de *War on Terror* van Bush gericht op een 'preventieve' aanpak van de vijanden van de *Open Door* en de

daarop geënte Amerikaanse hegemonie, tot en met het beleid van de Obama-regering, die probeert niet alleen de economische groei te herstellen maar ook de focus verschuift naar het opkomende Azië.

De continuïteit in de *Open Door*-oriëntatie laat zich mede verklaren door de 'sociale positie' van een meerderheid van Amerika's relevante beleidsmakers. Een uitgebreide Sociale Netwerk Analyse van de 30 top buitenland beleidsmakers van elke van de drie regeringen (van de president en zijn adviseurs tot de belangrijkste ministers en bijvoorbeeld de directeur van de CIA) laat zien dat de helft tot tweederde vóór toetreding tot de regering een oppositie in het Amerikaanse bedrijfsleven bekleedde, dat wil zeggen op het niveau van *de board of directors*. Bijdragend aan de cohesie van wat als een machtselitenetwerk kan worden geïdentificeerd, keren, in een permanente draaideur, velen ook terug naar de private sector. Deze op deze wijze nauw met de politiek verweven economische elite wordt bovendien, zo laat de analyse zien, gedomineerd door

de grote multinationals, Wall Street en andere bedrijven, zoals internationale advocatenkantoren, die sterk gelieerd zijn aan het transnationale kapitaal.

Tegelijkertijd zijn deze top beleidsmakers sterk ingebed in het Amerikaanse *policy-planning netwerk* via links met invloedrijke denktanks. De netwerken laten hier zowel continuïteit als variatie zien waarbij naast een aantal in elke regering terugkerende links (zoals met de zeer centrale *Council on Foreign Relations*), het netwerk van elk van de drie regeringen ook een aantal onderscheiden verbindingen toont, waarbij met name het neoconservatieve profiel van het Bush-netwerk opvalt. Wij betogen dat deze verschillen, in interactie met de veranderende mondiale context, mede een verklaring bieden voor de geconstateerde variatie binnen de *Open Door*-strategie. Intussen is één ding duidelijk. Alle retoriek ten spijt zullen zowel bij een overwinning van Romney als van Obama de belangen van Amerika's *corporate elite*, ook qua buitenlands beleid in veilige handen zijn.



**Bastiaan van Apeldoorn** is universitair hoofddocent internationale betrekkingen aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Zijn onderzoek richt zich op de politieke economie van de Amerikaanse geopolitiek en de internationale politieke economie van het Europese integratieproces. In beide gevallen staat de rol van economische elites centraal. Hij is de auteur van onder meer *Transnational Capitalism and the Struggle over European Integration* (Routledge, 2002) en *Neoliberalism in Crisis* (geredigeerd met Henk Overbeek, Palgrave, 2012). E-mail: e.b.van.apeldoorn@vu.nl.

**Frank de Bakker** is universitair hoofddocent strategisch management aan de Vrije Universiteit van Amsterdam. E-mail: f.g.a.de.bakker@vu.nl.

**Klaas Breunissen** is campagneleider voedsel bij Milieudefensie. E-mail: klaas.breunissen@milieudefensie.nl.

**Yves Dejaeghere** is doctor in de politieke wetenschappen, verbonden aan het Center for Citizenship and Democracy van de KULeuven. Hij was medeverantwoordelijk voor de Belgian Political Panel Study (BPPS, 2006-2011). E-mail: Yves.Dejaeghere@soc.kuleuven.be.

**Gert Goeminne** is als postdoctoraal onderzoeker van het FWO-Vlaanderen verbonden aan het Centrum Leo Apostel (VUB) en het Centrum voor Duurzame Ontwikkeling (UGent). Als doctor in de natuurkunde bestudeert hij momenteel de politieke dimensie van wetenschap en technologie en dit met een bijzondere focus op de klimaatproblematiek. E-mail: gert.goeminne@vub.ac.be.

**Naná de Graaff** is universitair docent internationale betrekkingen aan de Vrije Universiteit Amsterdam. Haar onderzoek richt zich op de veranderende globale energie-relaties door de opkomst van nieuwe machten/economieën zoals China en Rusland en de expansie van staatsenergiebedrijven. Daarnaast doet ze onderzoek naar de politieke economie van de Amerikaanse geopolitiek. In beide onderzoeksprojecten staan de rol van economische elites en de sociale netwerken waarvan zij deel uitmaken centraal. E-mail: n.a.de.graaff@vu.nl.

**Alain Van Hiel** is hoogleraar aan de Universiteit Gent, Vakgroep Ontwikkelings-, Persoonlijkeids- en Sociale Psychologie. Hij bestudeert sociale en politieke psychologie, met een bijzondere interesse voor het ontstaan en de reductie van vooroordelen. Hij bestudeert eveneens sociale attitudes en rechtse ideologie. E-mail: alain.vanhie@UGent.be.

**Marc Hooghe** is gewoon hoogleraar aan de KULeuven en visiting professor aan de Université Lille-II en de Universität Mannheim. Hij bekleedt dit jaar de Francqui-leerstoel aan de Vrije Universiteit Brussel. E-mail: Marc.Hooghe@soc.kuleuven.be.

**Jorg Kustermans** is als mandaatassistent verbonden aan het Departement Politieke Wetenschappen van de Universiteit Antwerpen. E-mail: [Jorg.Kustermans@ua.ac.be](mailto:Jorg.Kustermans@ua.ac.be).

**Tom Louwerse** is als postdoctoraal onderzoeker en docent verbonden aan het Instituut voor Politieke Wetenschap van de Universiteit Leiden. Zijn onderzoek richt zich voornamelijk op politieke representatie, politieke partijen en het parlement. E-mail: [TLouwerse@FSW.leidenuniv.nl](mailto:TLouwerse@FSW.leidenuniv.nl).

**Philip van Praag** is universitair hoofddocent Politicologie bij de afdeling Politicologie van de Universiteit van Amsterdam. Hij houdt zich met name bezig met politieke partijen, verkiezingscampagnes en de relatie tussen de media en politiek. E-mail: [p.vanpraag@uva.nl](mailto:p.vanpraag@uva.nl).

**Soetkin Verhaegen** is onderzoeker aan het Center for Citizenship and Democracy van de KULeuven. Zij is verbonden aan de Parent Child Socialization Study en bereidt een doctoraat voor over de ontwikkeling van Europese identiteit. E-mail: [Soetkin.Verhaegen@soc.kuleuven.be](mailto:Soetkin.Verhaegen@soc.kuleuven.be).

**Kees de Vré** is redacteur duurzaamheid bij het dagblad *Trouw*. E-mail: [cdevre@trouw.nl](mailto:cdevre@trouw.nl).

**Annemarie Walter** is als universitair docent verbonden aan de afdeling Communicatiewetenschap van de Vrije Universiteit van Amsterdam. Zij houdt zich vooral bezig met verkiezingscampagnes, politieke partijen en media. E-mail: [a.s.walter@vu.nl](mailto:a.s.walter@vu.nl).

# Auteursrichtlijnen *Res Publica*

**I.** Voor ALLE BIJDRAGEN, zowel voor de wetenschappelijke artikelen als voor de rubrieken, gelden volgende voorschriften:

- Publicatie in het **Nederlands**.
- Auteurs geven aan of ze hun **bijdrage insturen** als wetenschappelijk artikel, dan wel als rubrieksbijdrage (essay, symposium, boekbespreking), naar [res.publica@acco.be](mailto:res.publica@acco.be).
- **APA-referentiesysteem**, zowel in de **tekst** als in de **bibliografie op het einde** van de bijdrage.

**II.** Voor de TWEE DELEN AFZONDERLIJK gelden voorts volgende voorschriften:

- **Wetenschappelijke artikelen:**
  - maximum 10.000 woorden, inclusief abstract, referenties, voetnoten en bibliografie
  - bestaan uit 4 onderdelen: titel, Engelstalig abstract en titel, corpus en bibliografie
  - Engelstalig abstract en titel: 100-150 woorden
  - Engelstalige keywords: maximum 6
  - corpus: In de inleiding worden doel, motivatie en context van het artikel uitgelegd.
  - enkel literatuur met rechtstreekse relevantie voor het onderwerp van het artikel dient te worden opgenomen, uitgebreide empirische details worden beter niet in de tekst zelf opgenomen
  - titels en tussentitels: 5 niveaus mogelijk, gebruik Arabische cijfers
    - niveau 1: gecentreerd en standaard lettertype
    - niveau 2: *gecentreerd en cursief*
    - niveau 3: *links uitgelijnd en cursief*
    - niveau 4: *linkse insprong, cursief, eindigt met punt*. Tekst volgt meteen.
    - niveau 5: GECENTREERD EN HOOFDLETTERS
  - het aantal voet- en eindnoten moet tot een minimum worden beperkt
  - tabellen en figuren worden in de tekst ingevoegd en aangeduid met Arabische cijfers
  - artikels worden in Word-versie ingediend
  - auteurs verklaren in begeleidende e-mail dat het ingezonden artikel in deze vorm niet bij een ander tijdschrift werd ingediend of gepubliceerd
  - aantal woorden van het artikel wordt in begeleidende e-mail meegegeven
  - auteursgegevens: naam, correspondentie- en e-mailadres worden in afzonderlijk document bij het artikel gevoegd

- **Rubrieken**

- **Politiek essay: maximum 7.000 woorden**
  - In 'het politiek essay' publiceren we artikelen die belangwekkende bijdragen leveren tot het publieke debat. Het politiek essay is een opiniërend artikel waarin auteurs, gehinderd door en gebaseerd op hun wetenschappelijke kennis, duidelijk stelling nemen ten aanzien van een maatschappelijk relevant onderwerp.
- **Symposium: verschillende bijdragen - samen maximum 7.000 woorden**
  - In 'het symposium' nemen academische en praktijkpoliticalogen stelling in over actuele dossiers. Discussiepunten kunnen zowel het academische politieke bedrijf tot voorwerp hebben, als thema's die in het bredere politieke leven beroering wekken.
  - Van de publicatietaal van politicalogen tot het gebruik van opiniepeilingen door de massamedia: al die onderwerpen waar politicalogen iets over te melden hebben, maar het er doorgaans niet over eens zijn.
  - *Res Publica* zoekt het debat op en brengt er verslag over uit. Verschillende auteurs nemen positie in tegen resp. voor een centrale stelling die door de rubriekverantwoordelijken van de redactie kort wordt ingeleid.
- **Onderzoek uitgelicht: maximum 1000 woorden**
  - In 'Onderzoek uitgelicht' wordt interessant, prestigieus en belangwekkend politicalogisch onderzoek van Vlaamse en Nederlandse bodem in de spotlight geplaatst. Auteurs vatten een recent gepubliceerd wetenschappelijk artikel samen op een toegankelijke manier in 750 tot 1000 woorden. Voorwaarde voor selectie van bijdragen is recente publicatie in een gerenommeerd internationaal politicalogisch tijdschrift (maximaal twee jaar geleden) en een eerste of tweede auteur dan wel een meerderheid van co-auteurs die verbonden zijn aan een Vlaamse of Nederlandse academische instelling. Lezers van *Res Publica* blijven hiermee op de hoogte van belangrijke theoretische en methodologische ontwikkelingen in het bredere vakgebied.
  - De klemtoon ligt op een samenvatting van het oorspronkelijke artikel. Desgewenst kan dit gekaderd worden in het bredere onderzoek dat aan het artikel ten grondslag ligt. Voor figuren en tabellen wordt best naar het oorspronkelijke artikel verwezen; noten worden best gemeden.

**Voor een uitgebreide beschrijving van de auteursrichtlijnen:**

**[www.respublica.be](http://www.respublica.be)**



vlaams.  
vredesinstituut



## 14-18 van dichtbij

Inspiratiegids voor lokale projecten  
over de Grote Oorlog

Giselle Nath & Maarten Van Alstein

acco

Giselle Nath en Maarten Van Alstein

## 14-18 van dichtbij

*Inspiratiegids voor lokale  
projecten over de grote oorlog*

ISBN 978 90 334 8974 7  
240 blz.

€ 22,00 (excl. verzendingskosten)

De honderdste verjaardag van de Eerste Wereldoorlog in 2014-2018 zal ook lokaal niet onopgemerkt voorbijgaan. Tientallen steden en gemeenten maken zich klaar om hun oorlogsverleden uit te pluizen en te presenteren. Maar wat valt er eigenlijk te herdenken? Wat weten we over dat vreemde conflict in onze achtertuin? Hoe vertellen we een bezettingsgeschiedenis naar projecten voor een breed publiek?

Dit boek is geen klassiek geschiedenisboek over bezet België, maar nodigt de lezer uit om zelf creatief aan de slag te gaan met het lokale oorlogsverleden. Het brengt prikkelende vragen en methodes van de academische geschiedschrijving naar het brede publiek. Zo kunnen cultuurbeleidscoördinatoren, leerkrachten, erfgoedwer-

kers en al wie geïnteresseerd is in het vaak exotische lokale verleden, zelfstandig het traject afleggen van idee

naar tentoonstelling, van archiefvondst naar toeristische wandelroute.

GISELLE NATH is wetenschappelijk medewerker bij het Instituut voor Publieksgeschiedenis en verbonden aan de Universiteit Gent, onderzoeksgroep sociale geschiedenis na 1750. Zij behaalde in 2011 een master in de Geschiedenis aan de Universiteit Gent met een scriptie over bezet België tijdens de Eerste Wereldoorlog.

MAARTEN VAN ALSTEIN is onderzoeker bij het Vlaams Vredesinstituut. Binnen het onderzoeksprogramma 'Vrede & samenleving' van het Vredesinstituut werkt hij over de herdenking van de Eerste Wereldoorlog. Het Vlaams Vredesinstituut is een onafhankelijk instituut voor vredesonderzoek bij het Vlaams Parlement.



Filip Coussée en Lieve Bradt

## Jeugdwerk en sociale uitsluiting

*Handvatten voor emanciperend jeugdbeleid*

ISBN 978 90 334 8981 5

248 blz.

€ 20,00 (excl. verzendingskosten)

De maatschappij zet zwaar in op toeleiding naar de arbeidsmarkt, ook van jongeren. In een samenleving die concurrentie en individuele prestatie en consumptie vooropstelt, haken steeds meer mensen af. De samenleving tolereert dat niet. Ook niet van kinderen en jongeren. Zoeken naar structurele factoren bij het afhaken, krijgt geen prioriteit. Eerder neigt men naar het behandelen en bijschaven van afhakers via opvoeding, therapie, medicatie of straf. Van mensen die rechtstreeks met kinderen en jongeren werken, verwacht men inspanningen om problemen te detecteren en toe te leiden naar deskundigen voor verdere behandeling. Ook jeugdwerkers voelen de druk om zich in te schakelen in de ketting van preventie, detectie, diagnose en behandeling. Hebben zij een andere keuze? Dit boek

geeft duiding bij mechanismen die sociale problemen vertalen in individuele problemen met en van kinderen en jongeren. Het gaat om mechanismen die de achterstelling van kinderen, jongeren en gezinnen onderaan de sociale ladder versterken. In

het tweede deel belicht het boek hoe jeugdwerkers en lokale beleidsmakers afstand kunnen nemen van die marginaliserende mechanismen door samen met kinderen en jongeren een emancipatorische praktijk te ontwikkelen.

FILIP COUSSÉE is studiemedewerker bij Uit De Marge vzw en verbonden aan de vakgroep sociale agogiek van de Universiteit Gent.

LIEVE BRADT is verbonden aan de vakgroep sociale agogiek van de Universiteit Gent.

---

# RES PUBLICA

politiek-wetenschappelijk tijdschrift  
van de Lage Landen

Driemaandelijks tijdschrift  
Overzicht volume 54 – 2012

---

## Nummer 1

### Deel 1 — Wetenschappelijke artikelen

---

Waar en wanneer praten mannen en vrouwen over politiek? – *Didier Caluwaerts* 5

### Themanummer: SUBSIDIARITEIT IN DE EU EN VERDER

Gasthoofdredactie: *Ferdi De Ville en Jan Loisen*

Inleiding: Subsidiariteit in de EU en verder – *Ferdi De Ville en Jan Loisen* 27

Strijden voor of om de publieke omroep? Hoe subsidiariteit de Europese  
Commissie en de lidstaten verdeelt in het staatssteunbeleid – *Karen Donders* 39

De impact van *multi-level governance* op de democratische input in het  
EU-handelsbeleid onder het Verdrag van Lissabon – *Fabienne Bossuyt* 63

### Deel 2 — Rubrieken

---

Essay: Radicale subsidiariteit – *Hugo Durieux* 87

Symposium: Internationale politieke economie in de Lage Landen: afwezig in  
tijden van crisis? – *Angela Wigger, Bastiaan van Apeldoorn en Stijn Oosterlynck* 99

#### Onderzoek uitgelicht

Tegen het establishment of onderdeel van het establishment?  
Anti-politieke-establishmentpartijen en de prijs van meeregeren in  
gevestigde democratieën – *Joost van Spanje* 115

De eliminatie van kernwapens: de rol van raketafweersystemen – *Tom Sauer* 118

Gendermainstreaming in ontwikkelingshulp van de Europese Unie:  
conservatieve Europeesheid? – *Petra Debusscher* 121

## Nummer 2

### Deel 1 — Wetenschappelijke artikelen

---

Politieke participatie: Wat doet dat met een mens? Een panelstudie van  
Belgische lokale data – *Peter Thijssen en Didier Dierckx* 141

Tweede Orde Personalisering: Voorkeurstemmen in Nederland – *Joop J.M.  
Van Holsteyn en Rudy B. Andeweg* 163

- Is *gender bias* een mythe? Op zoek naar verklaringen voor de beperkte aanwezigheid van vrouwelijke politici in het Vlaamse televisienieuws – *Debby Vos* 193

## Deel 2 — Rubrieken

- 
- Essay: Drie decennia populistisch radicaal-rechtse politiek in West-Europa: *So What?* Stein Rokkan Lezing, ECPR Joint Sessions of Workshops, Antwerpen 2012 – *Cas Mudde* 221
- Symposium: Het nut van internationale congressen – *Marcel Wissenburg, Patrick Stouthuysen en Hans Keman* 239
- Onderzoek uitgelicht
- Sociaal kapitaal dwingt politieke verantwoordelijkheid af – *Dimi Jottier en Bruno Heyndels* 249
- De sociale basis van politieke rekrutering. Een vergelijkende studie van gemeenteraadsleden in Europa – *Herwig Reynaert, Tom Verhelst en Kristof Steyvers* 253
- Multi-stakeholder*bestuur en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Legitimatiestrategieën in de private regulering van transnationale arbeids- en milieustandaarden – *Luc Franssen* 257

## Nummer 3

### Themanummer: PARTICIPATIE EN REPRESENTATIE

*Gasthoofdredactie: Rudy B. Andeweg en Kris Deschouwer*

#### Deel 1 — Wetenschappelijke artikelen

- 
- Electorale competitie en het contact met de bevolking – *Audrey André en Sam Depauw* 269
- De selectie van verkiesbare kandidaten. Een analyse van de Belgische Kamerverkiezingen 1999-2010 – *Gert-Jan Put en Bart Maddens* 289
- Vertegenwoordiging van oude en nieuwe breuklijnen in de Lage Landen – *Karen Celis en Bram Wauters* 309
- Ontzuiling van kiesgedrag. Een proces van generationele vervanging gedreven door cognitieve mobilisatie? – *Ruth Dassonneville* 331

#### Deel 2 — Rubrieken

- 
- Essay: Peter Mair en de vertegenwoordigende democratie – *Rudy B. Andeweg* 361
- Symposium: Tussen representatie en deliberatie – *Kris Deschouwer, Didier Caluwaerts, Henk van der Kolk, Kristof Jacobs en Jean-Pierre Rondas* 371

**Onderzoek uitgelicht**

- Het governancenetwerk van de Europese voetbalsport: Het introduceren van nieuwe governancebenaderingen om voetbal te sturen op EU-niveau – *Arnaut Geeraert, Jeroen Scheerder en Hans Bruyninckx* 383
- Iet, wiet, waait, ... weg? De afname van partijlidmaatschap in hedendaags Europa – *Ingrid van Biezen, Peter Mair en Thomas Poguntke* 387
- Bronnen en legitimiteit van financiële liberalisering – *Brian Burgoon, Panicos Demetriadis en Geoffrey Underhill* 391

**Nummer 4****Deel 1 – Wetenschappelijke artikelen**

- Het democratisch mandaat van Nederlandse politieke partijen: crisis of continuïteit? – *Tom Louwerse* 413
- Een gemiste kans? De rol van YouTube in de verkiezingscampagne van 2010 – *Annemarie S. Walter en Philip van Praag* 443
- Leidt meer kennis over de Europese Unie tot een sterkere Europese identiteit? Een vergelijkend onderzoek bij adolescenten in 21 lidstaten – *Soetkin Verhaegen, Marc Hooghe en Yves Dejaeghere* 465

**Deel 2 – Rubrieken**

- Essay: De dood van Khadaffi – *Jorg Kustermans* 495
- Symposium: Goed voedsel en de verplaatsing van de politiek – *Herman Lelieveldt, Klaas Breunissen, Kees de Vré en Frank de Bakker* 509
- Onderzoek uitgelicht**
- Een psycho-politiek perspectief van gematigden en links- en rechts-extremisten – *Alain Van Hiel* 519
- Verloren in vertaling: klimaatscepticisme en de terugkeer van het politieke – *Gert Goeminne* 523
- Economische elitenetwerken en Amerikaans buitenlands beleid van Clinton tot Obama – *Bastiaan van Apeldoorn en Naná de Graaff* 527

---

**EXTERNE REVIEWERS RES PUBLICA 2012**

*Res Publica* dankt de externe reviewers  
die in 2012 één of meerdere teksten deskundig beoordeelden:

---

*Adrie Dassen*  
*Cynthia van Vonno*  
*Didier Caluwaerts*  
*Frank de Zwart*  
*Hans Keman*  
*Hendrik Vos*  
*Henk Dekker*  
*Hilde van den Bulck*  
*Jacobus Delwaide*  
*Jean-Benoit Pilet*  
*Johan Ackaert*  
*Jonas Lefevre*  
*Kris Deschouwer*  
*Kristof Jacobs*  
*Kristof Steyvers*  
*Maarten Loopmans*  
*Marcel Maussen*  
*Martin Rosema*  
*Nicolas Bouteca*  
*Peter Reynaert*  
*Peter Van Aelst*  
*Sebastiaan Princen*  
*Silvia Erzeel*  
*Sofie Marien*  
*Tanja Aalberts*  
*Tom Louwerse*  
*Tom van der Meer*  
*Tonny Krijnen*

### Richtlijnen voor auteurs

- Deel 1: max. 3 wetenschappelijke artikelen van elk max. 10 000 woorden
- Deel 2: 3 rubrieken
  - Politiek essay: max. 7000 woorden
  - Symposium: verschillende bijdragen – samen max. 7000 woorden
  - Onderzoek uitgelicht: max. 1000 woorden

**Res Publica is abstracted in the following journals:** ABC POL SCI. Advanced Bibliography of Contents. Political Science and Government; International Political Science Abstracts. Documentation politique internationale; International Bibliography of Political Science. Bibliographie internationale de science politique; International Bibliography of the Social Sciences. Bibliographie internationale des sciences sociales; International Bibliography of Economics. Bibliographie internationale de science économique; Social Sciences Citation Index. An International Multidisciplinary Index to the Literature of the Social, Behavioral and Related Sciences; Sociological Abstracts; Bulletin analytique de documentation politique, économique et sociale contemporaine; United Nations. Monthly Bibliography. Selected Articles. Nations Unies. Bibliographie mensuelle. Articles sélectionnés; Bulletin de renseignements documentaires. Communauté Européennes. Documentation bulletin. European Communities.



Wordt uitgegeven met de steun van de Universitaire Stichting België

## Inhoud

### Deel 1 — Wetenschappelijke artikelen

Het democratisch mandaat van Nederlandse politieke partijen:  
crisis of continuïteit?

*Tom Louwerse*

Een gemiste kans? De rol van YouTube in de verkiezingscampagne  
van 2010

*Annemarie S. Walter en Philip van Praag*

Leidt meer kennis over de Europese Unie tot een sterkere Europese  
identiteit? Een vergelijkend onderzoek bij adolescenten in 21 lidstaten

*Soetkin Verhaegen, Marc Hooghe en Yves Dejaeghere*

### Deel 2 — Rubrieken

Essay: De dood van Khadaffi

*Jorg Kustermans*

Symposium: Goed voedsel en de verplaatsing van de politiek

*Herman Lelieveldt, Klaas Breunissen, Kees de Vré en Frank de Bakker*

Onderzoek uitgelicht:

Een psycho-politiek perspectief van gematigden en links- en  
rechts-extremisten

*Alain Van Hiel*

Verloren in vertaling: klimaatscepticisme en de terugkeer van  
het politieke

*Gert Goeminne*

Economische elitenetwerken en Amerikaans buitenlands beleid  
van Clinton tot Obama

*Bastiaan van Apeldoorn en Naná de Graaff*