



Pas op de plaats

De Provinciale Statenverkiezingen in het nieuws

Onderzoekers

Joep Schaper
Kasper Welbers
Nadia Ismaïli

Otto Scholten

→ 06 51 513 921
→ o.scholten@uva.nl

Nel Ruigrok

→ 06 27 588 586
→ nel@nelruigrok.nl

Internet

→ www.nieuwsmonitor.net
→ Twitter: [@Nieuwsmonitor](https://twitter.com/Nieuwsmonitor)

“Rutte waarschuwt voor Belgische toestanden”, kopte De Pers op 18 februari 2011. Mark Rutte zette met die opmerking de campagne voor de Provinciale Statenverkiezingen op scherp. Door het beeld te scheppen dat Nederland onregeerbaar zou worden als het kabinet samen met de gedoogpartner geen meerderheid in de Eerste Kamer zou krijgen, probeerde hij zetels binnen te halen voor de coalitie VVD-CDA en PVV.

Vooraf

Nu de stemmen geteld zijn, de verhoudingen in de provincies duidelijk zijn en er druk gelobbyd wordt om de zetelverdeling in de Eerste Kamer vallen twee zaken op: 1) de opkomst voor de Provinciale Statenverkiezingen lag uitzonderlijk hoog en 2) in vergelijking met de uitslag van de Tweede Kamerverkiezingen van 2010 veranderde er weinig. De Nederlandse kiezer lijkt massaal en stabiel in haar verdeeldheid. Maar hoe was dat in het nieuws in aanloop naar de Provinciale Statenverkiezingen? Leek de campagneberichtgeving op die van de campagne voorafgaand aan de Tweede Kamerverkiezingen? Was het een keiharde, messcherpe campagne omdat ‘Belgische toestanden’ op het spel stonden? En kwamen de provincies er nog aan te pas in het nieuws of ging het alleen maar over de verhoudingen in Den Haag? In dit onderzoek gaan we in op deze vragen.

→ Data en methode

Om de berichtgeving omtrent de Provinciale Statenverkiezingen te meten zijn alle politieke krantartikelen van 1 januari tot en met 2 maart gecodeerd. Van *de Volkskrant*, *NRC Handelsblad*, *De Telegraaf*, *Trouw*, *Sp!ts*, *Metro* en *De Pers* hebben we de koppen en leads geanalyseerd volgens de NET-methode, waarbij iedere zin wordt omgezet tot een of meerdere relaties tussen actoren en/of issues. Dit resulteert per artikel in een netwerk van actoren en issues en hun onderlinge relaties (zie voor een toelichting op de methode www.nieuwsmonitor.net). In totaal zijn 3028 artikelen gecodeerd, resulterend in 17.842 statements. Statements uit artikelen die vooraan in de krant staan of statements die voortkomen uit de kop van een artikel, worden zwaarder gewogen dan statements dieper in de krant of in de lead van een artikel.

Resultaten

→ Soorten nieuws

Op zinsniveau analyseren we het campagnenieuws. Zowel onderwerpen als actoren (personen of partijen) kunnen centraal staan. We onderscheiden de volgende soorten nieuws.

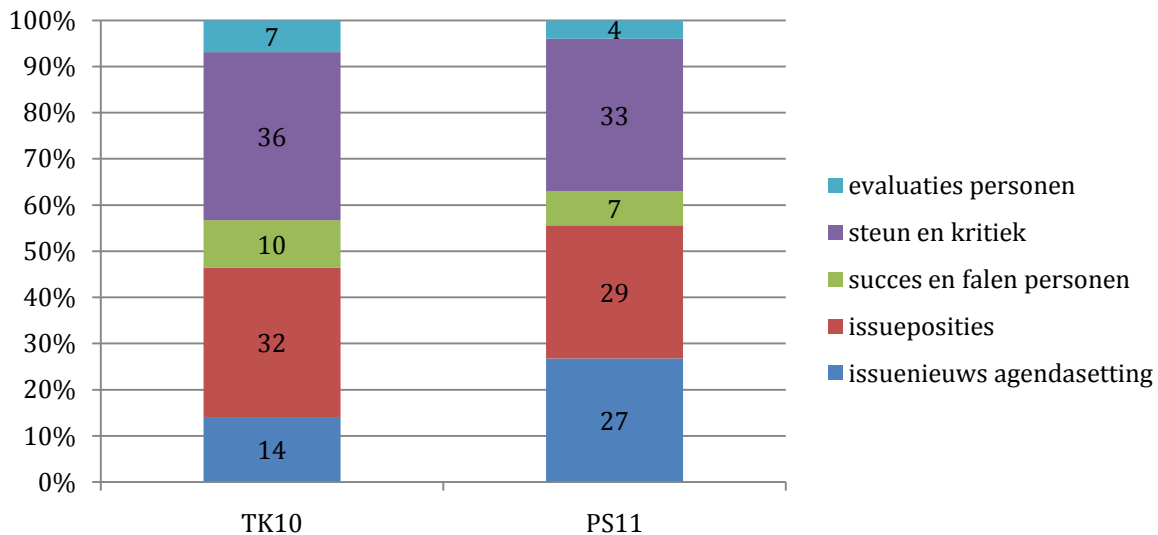
- Issuenieuws agendasetting: feitelijk nieuws over een onderwerp
- Issueposities: standpunt van een actor over een onderwerp
- Succes en falen personen/wedstrijdnieuws: feitelijk nieuws over een actor
- Steun en kritiek: standpunten van actoren over elkaar
- Evaluaties: normatief oordeel over een actor

Je zou kunnen zeggen dat issuenieuws en issueposities meer inhoudelijk zijn en de andere drie genres, over actoren, meer gericht zijn op de campagne tussen de poppetjes.

→ Inhoudelijker en milder

In vergelijking met de campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen zien we een aantal opvallende verschillen in de berichtgeving. Waar tijdens de verkiezingscampagne voor de Tweede Kamer de personen meer centraal stonden in het nieuws dan de onderwerpen (respectievelijk 53% en 46%) zien we dat tijdens de Provinciale Statenverkiezingen juist de onderwerpen meer centraal stonden dan de personen (respectievelijk 56% en 44%).

Figuur 1 Vergelijking frameverdeling tussen Tweede Kamerverkiezingen en Provinciale Statenverkiezingen in procenten, totaal nieuws (PS11 N=17.842 statements)



**Vanwege het afronden van de getallen komen de percentages van de Tweede Kamerverkiezingen niet helemaal op 100 uit.*

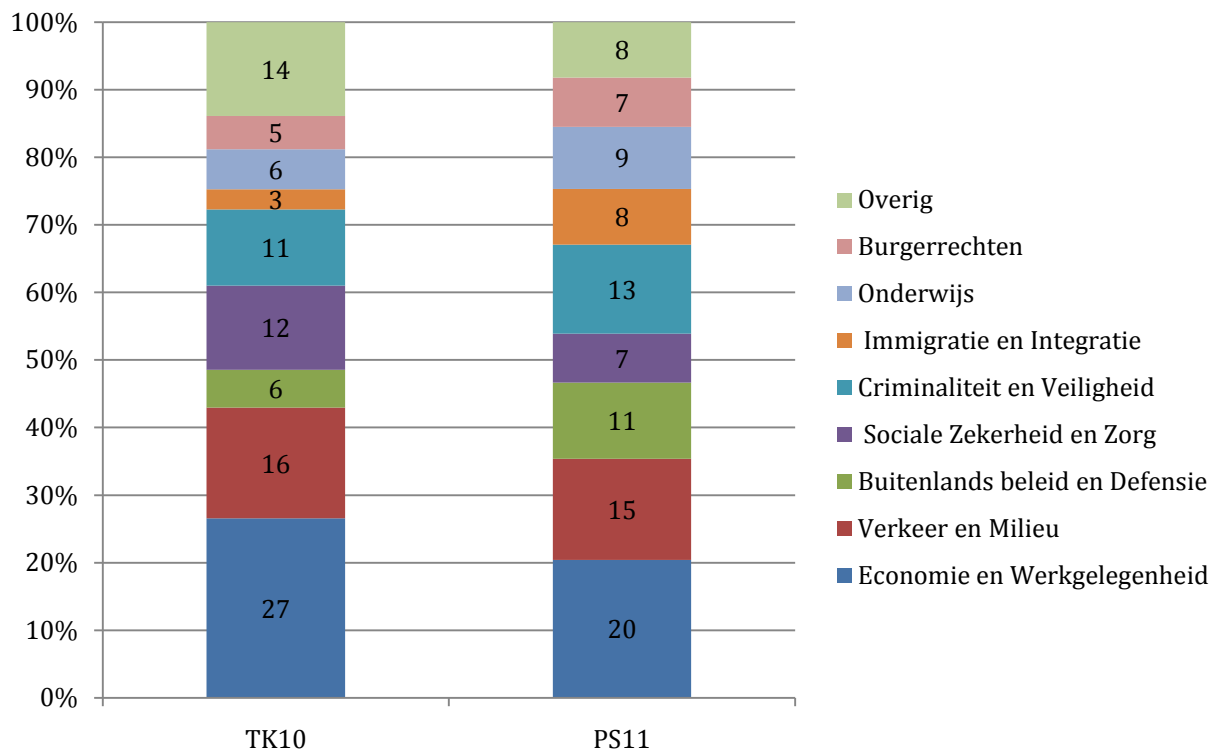
Vooraf het 'gewone' issuenieuws, waarin de feitelijke situatie rond een onderwerp wordt behandeld, kwam in de afgelopen campagne meer naar voren. Dergelijk nieuws representeerde 27% van het totale nieuws tijdens de afgelopen campagne, terwijl dit percentage vorig jaar niet boven de 14% uitkwam. Tijdens de verkiezingscampagne daarentegen waren de meningen rondom een issue (de issuesposities) belangrijker in het nieuws dan bij de laatste campagne. Bijna een derde van de het nieuws betrof issueposities. Evaluatieve uitingen van de krant vormden een nog kleiner deel van de berichtgeving dan tijdens de campagne van vorig jaar. Gezien het feit dat er meer ruimte is voor issues dan voor personen en partijen en de kranten minder oordelend schreven was het nieuws voorafgaand aan de Provinciale Statenverkiezingen van 2 maart 2011 inhoudelijker en milder van karakter dan het nieuws over de verkiezingscampagne voor de Kamerverkiezingen van 9 juni 2010 .

→ Onderwerpen

De Tweede Kamerverkiezingen van vorig jaar werden beheerst door een thema: de economie. Verkeer en milieu, sociale zekerheid en zorg en criminaliteit en veiligheid volgden in aandacht van de Nederlandse dagbladen. Ook in aanloop naar de Provinciale Statenverkiezingen kwam economie het meest naar voren, maar tijdens deze campagne was dit thema minder dominant. Waar vorig jaar 27 procent van de berichtgeving over de economie ging, was dat nu slechts 20 procent. Opvallend is ook dat het thema buitenlands beleid en defensie een grotere rol speelde dan in 2010 (6% in 2010, nu 11%). Dat is vooral veroorzaakt door de discussie over de Kunduz-missie en de zaak Bahrami die in de maanden voorafgaand aan de verkiezingen van 2 maart de Haagse gemoederen bezighielden. Ook immigratie en integratie was in verhouding een belang-

rijker thema dan vorig jaar. Dit thema betreft vooral het uitzettingsbeleid van de nieuwe regering, verpersoonlijkt in de dreigende uitzetting van het meisje Sahar naar Afghanistan. In onderstaande figuur een overzicht van de onderwerpen zoals gevonden in beide verkiezingscampagnes.

Figuur 2 Vergelijking onderwerpverdeling tussen Tweede Kamerverkiezingen en Provinciale Statenverkiezingen in procenten, totaal nieuws (PS11 N=10.531 statements)

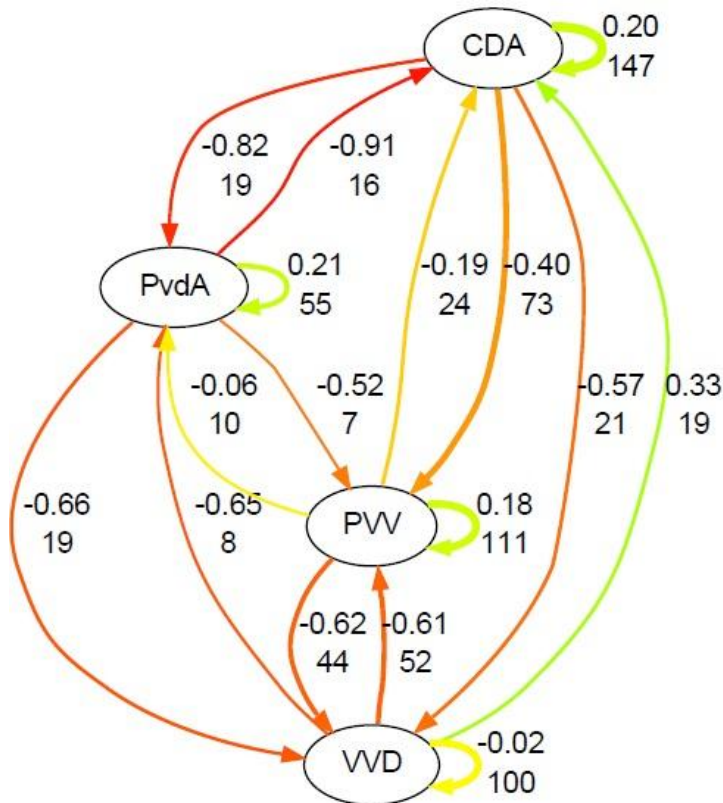


→ Steun en kritiek

Conflictnieuws is tijdens een verkiezingscampagne altijd van belang. Het laat zien welke partijen zich tegen elkaar afzetten en welke partijen samen optrekken. Hoe meer en negatiever het conflictnieuws, des te harder de campagne.

Als we het conflictnieuws tussen de Tweede Kamerverkiezingen en de Provinciale Statenverkiezingen vergelijken, valt op dat het CDA de afgelopen campagne een stuk positiever over de eigen partij was dan tijdens de Tweede Kamerverkiezingen. Toen werd er in het openbaar getwijfeld aan de kandidatuur van Jan Peter Balkenende. Na de verloren verkiezingen en de formatie van gedoogkabinet Rutte I heerste onrust onder de christendemocraten. Hiervan was in de mediaberichtgeving niets te merken tijdens de campagne voor de Provinciale Statenverkiezingen. Van de vier grote partijen was het CDA in deze campagne de partij van de meeste interne steunbetuigingen (147 uitingen met een gemiddelde waarde van 0,2 op een schaal van -1 (uiterst negatief tot +1 (uiterst positief)). De PVV was een geliefd doelwit voor de andere partijen. Uiteraard van oppositiepartij PvdA, maar meer nog van de coalitiepartners VVD en CDA. De relaties van VVD en CDA naar PVV waren overigens wel minder negatief. Vooral het CDA met 73 uitingen en een gemiddelde waarde van -0,4 zette zich het sterkst van de partij van Geert Wilders af.

Figuur 3 Steun en kritiek tussen de vier grote partijen tussen 1 jan. 2011 en 2 mrt. 2011 (N=725 statements)



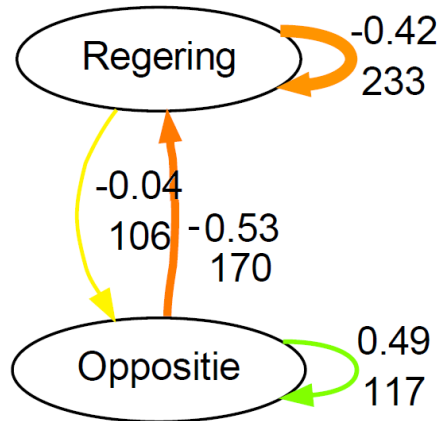
**Leesvoorbeeld: De pijl van de PvdA naar de VVD geeft aan dat de PvdA in 19 uitingen kritiek had op de VVD met een gemiddelde waarde van -0,66 op schaal van -1 (uiterst negatief) tot +1 (uiterst positief). In vergelijking met andere pijlen is er dus niet veel conflictnieuws van PvdA naar VVD, maar is die wel vrij sterk negatief.*

Dat laatste is vooral interessant. Om niet afhankelijk te zijn van de steun van oppositiepartijen in de Eerste Kamer was het voor VVD, CDA en PVV noodzakelijk een meerderheid te halen bij de Provinciale Statenverkiezingen. Premier Rutte deed om die reden een oproep in het weekblad Elsevier: “maakt niet uit wat u stemt. Als het maar op CDA, PVV of VVD is” (Elsevier, 15 december 2010). NRC Handelsblad berichtte later in de campagne - op basis van anonieme bronnen - dat de VVD van plan was het CDA te ontzien (NRC Handelsblad, 10 februari 2011). Dat laatste is uiteindelijk ook gebeurd; de VVD stond in de media neutraal ten aanzien van het CDA (0,03 in 18 uitingen). Toch kwam de coalitie niet eensgezind naar voren in de berichtgeving over de campagne. Dit is duidelijk te zien in Figuur 4. In de figuur zijn de steun en kritiek-uitingen van de regeringspartijen en die van oppositiepartijen bij elkaar opgeteld, exclusief de uitingen ten aanzien van de eigen partij. VVD, CDA en PVV hebben niet gehandeld naar een niet-aanvalsverdrag. In 266 uitingen met een gemiddelde waarde van -0,39 was er voornamelijk kritiek ten aanzien van de collega-(gedoog)partijen. Het grootste deel van die kritiek kwam de PVV ten deel. Een goed voorbeeld hiervan is de uitspraak van CDA-staatssecretaris Henk Bleker op een partijbijeenkomst van 23 februari waarop hij zei dat hij ‘niets van de PVV moet hebben’.

Binnen de gedoogpartners was ook nog een ruzietje tussen de PVV en VVD en CDA een week voor de verkiezingen. Geert Wilders vond dat zijn coalitiepartijen niet genoeg campagne voer-

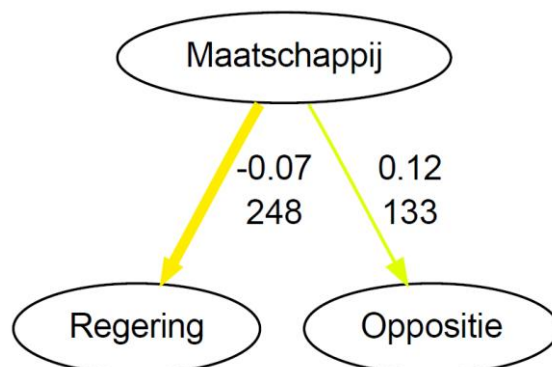
den. Rutte noemde de opmerkingen van Wilders ‘belachelijk’ (NOS.nl, 23 februari). Ondanks de oproep van Wilders en de kwalificatie van Rutte is deze woordwisseling ook te zien als steun voor elkaar. De partijen verweten elkaar immers niet genoeg te doen om de gezamenlijke meerderheid veilig te stellen. De oppositiepartijen hebben elkaar meer gespaard. De 164 uitingen zijn gemiddeld behoorlijk positief. Zo meldde *de Volkskrant* op 18 januari: ‘GroenLinks en PvdA gaan de meeste lijstverbindingen aan’. De pijlen waren gericht tegen kabinet Rutte I (252, gemiddeld -0,61). Al met al was het toch een vrij milde campagne tussen de partijen gezien op landelijk niveau.

Figuur 4 Steun en kritiek (gedoog)regeringspartijen vs. Oppositiepartijen (N=626 statements)



Steun vanuit de samenleving is voor politieke partijen goede reclame. Nieuws over hoe tevreden burgers met het kabinet zijn kan nog meer steun aanwakkeren. Nieuws over ontevreden burgers, die bijvoorbeeld geraakt worden door bezuinigingen, kan de regering niet gebruiken in campagnetijd. Ook de steun of kritiek van maatschappelijke actoren ten aanzien van regering en oppositie laat zien hoe de partijen in het nieuws kwamen. Maatschappelijke actoren zijn burgers, belangengroepen en bedrijven en vormen en kunnen met steun of kritiek zorgen voor positieve of negatieve beeldvorming in het campagnenieuws.

Figuur 5 Steun en kritiek maatschappij ten aanzien van regering en oppositie (N=381 statements)



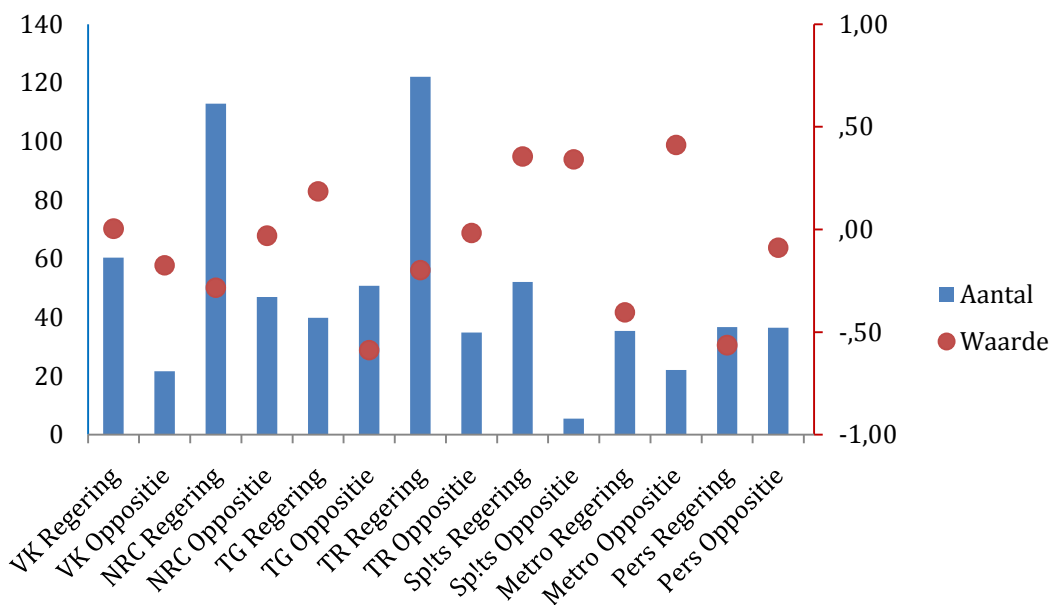
Figuur 5 weerspiegelt de tendens van het afgelopen jaar: oppositie en regering houden elkaar in evenwicht. Er was lichte steun vanuit de maatschappij voor de oppositie en de houding ten aanzien van het kabinet was neutraal. Zo bereikten medisch specialisten en het kabinet een ak-

koord over een vast budget (*NRC Handelsblad*, 18 januari), maar berichtte onder andere *Sp!ts* over anti-Wildersdemonstraties in Arnhem, Den Haag en Leeuwarden.

→ Wedstrijdnieuws

Het succes- en falennieuws, of wedstrijdnieuws, laat zien of de partijen als winnaars of als verliezers in het nieuws komen. Welke lijsttrekker doet het goed in een debat, en welke partij keldert in de peilingen? Wetenschappelijke literatuur over dit soort nieuws wijst uit dat kiezers liever op een partij stemmen die er goed voor staat in het nieuws dan een verliezende partij: het *bandwagon effect*¹. Evenals in eerdere figuren is in Figuur 6 onderscheid gemaakt tussen regeringspartijen (VVD, CDA en gedoogpartner PVV) en oppositiepartijen (de andere landelijke partijen, inclusief 50Plus).

Figuur 6 Wedstrijdnieuws regering versus oppositie per dagblad (N=677 statements)



*De blauwe balk geeft het aantal uitingen weer, af te lezen aan de linkerzijde. De rode stip staat voor de waarde en is af te lezen aan de rechterzijde. In de Volkskrant hadden 60 uitingen betrekking op het de situatie van de regering met een gemiddelde waarde van 0.

De meeste kranten berichtten vrij neutraal en evenwichtig over het wedstrijdnieuws van regering en oppositie. De waarde schommelt rond de 0. In *NRC Handelsblad* was het nieuws over de oppositie iets positiever ten opzichte van het nieuws over de regering ('Weer probleem Leers met beleid vreemdelingen', 13 januari). In *De Telegraaf* was dit precies andersom en het verschil een stuk groter ('Goede start voor Rutte. Kabinet beloofd met 7- na eerste honderd dagen', 21 januari). De oppositie deed het slecht in de krant van wakker Nederland, terwijl de regeringspartijen gemiddeld aan de winnende hand waren. Bij de gratis kranten hielden in *Sp!ts* de regering en oppositie elkaar in evenwicht. In *Metro* en *De Pers* ging het vooral goed met de oppositie. Bij de gratis kranten ging het echter om minder uitingen.

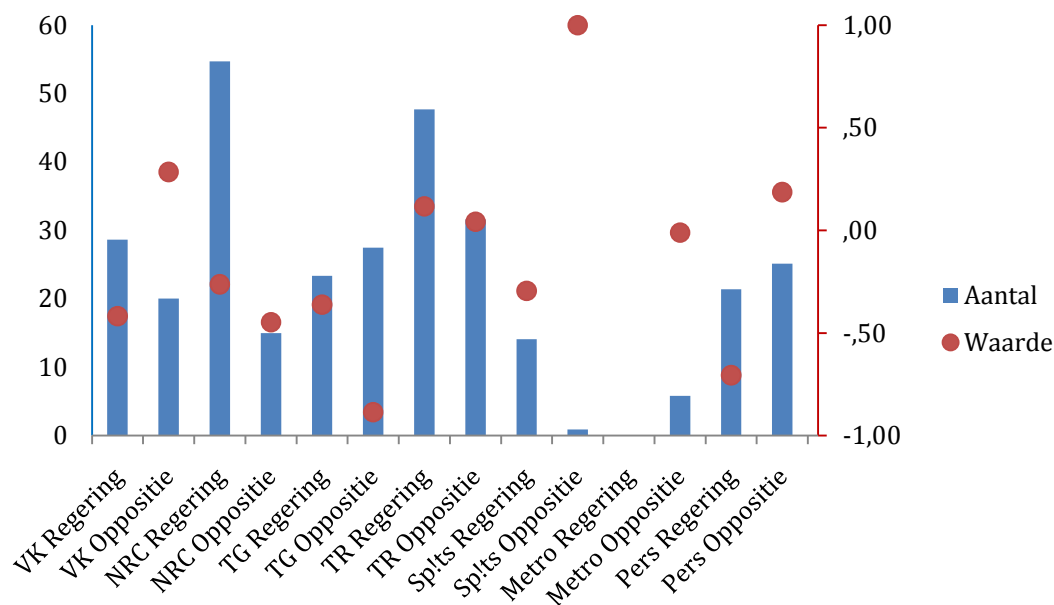
→ De mening van de dagbladen

Naast onderwerpen, steun en kritiek en wedstrijdnieuws is ook het evaluatieve nieuws een indicator van het beeld dat de kranten tijdens de campagne het publiek voorschotelden. Het gaat hierbij om zinnen waarin de redactie een uitspraak doet die evaluatief van karakter is (positief

¹ Zie bijvoorbeeld Kleinnijenhuis et al. (2007). Nederland Vijfstromenland. Amsterdam: Bert Bakker.

of negatief) ten aanzien van een partij of partijlid. Omdat nieuws en opinie doorgaans strikt gescheiden worden gehouden, komen deze uitspraken voornamelijk voor op de opiniepagina en in het hoofdredactioneel commentaar. Evaluatieve uitspraken kunnen gezien worden als de steun en kritiek van de krant zelf. In onderstaande figuur bekijken we de evaluatieve uitspraken in aanloop naar de provinciale statenverkiezingen. Zoals we eerder zagen waren de kranten de afgelopen campagne minder scherp en opiniërend dan tijdens de Tweede Kamerverkiezingen waarin een stuk meer evaluatieve uitspraken in de dagbladen te vinden waren.

Figuur 7 Evaluaties regering versus oppositie per dagblad (N=316 statements)



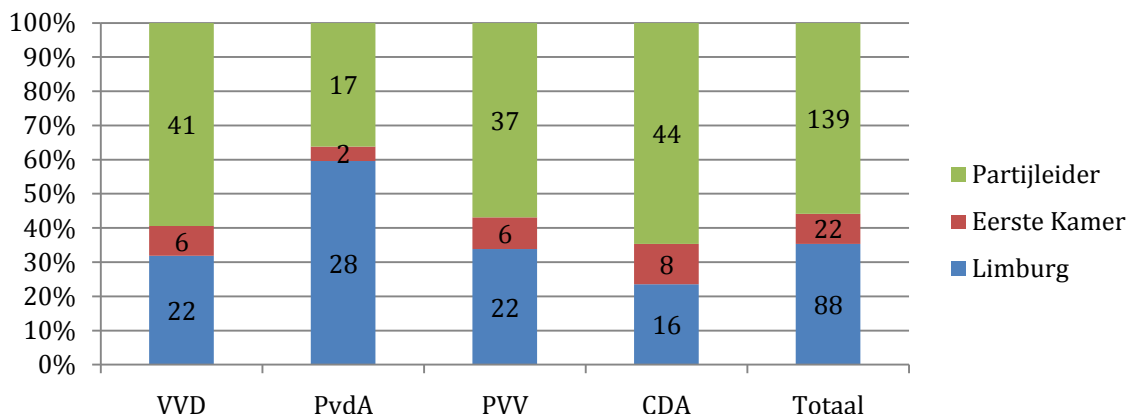
In *Trouw* en *NRC Handelsblad* kwamen de meeste evaluatieve uitingen voor. In beide kranten gingen die met name over de regeringspartijen. *NRC Handelsblad* was gemiddeld kritisch, *Trouw* licht positief. Daarbij moet de kanttekening gemaakt worden dat de oppositie in beide kranten gemiddeld ongeveer even positief als negatief in het nieuws kwamen. In *de Volkskrant* en *De Telegraaf* was wel een duidelijk verschil tussen regering en oppositie te zien: *de Volkskrant* oordeelde gemiddeld positief over de oppositie en negatief over de regering en in *De Telegraaf* kwam de oppositie er een stuk slechter vanaf dan de regering. Zo schreef redacteur Martin Sommer een opbeurend stuk voor Job Cohen nadat hij in zijn ogen wel erg veel kritiek te verduren kreeg met de kop: 'Zet hem op, Job!' (*de Volkskrant*, 15 januari). *De Telegraaf* beschreef een plan van oppositiepartijen om in de campagne meer samen op te trekken onder de kop: 'Linkse poppenkast' (*De Telegraaf*, 17 januari). Bij *Splits* en *Metro* valt er weinig te zeggen over de evaluaties vanwege het lage aantal uitingen. *De Pers* tenslotte, schreef positiever over de oppositie dan over de regeringspartijen.

→ Landelijk versus regionaal

Door al het nieuws over landelijke onderwerpen en wel of geen meerderheid voor het kabinet in de Eerste Kamer zou je haast vergeten dat het om verkiezingen op provinciaal niveau ging. Dit was dan ook een van de kritiekpunten op de campagne zoals die gevoerd werd. Die kritiek kwam voornamelijk van de regionale partijen. Zo stelde Annigje Toering, lijsttrekker van de Fryske Nasjonale Partij in *Trouw*: "Het is te gek dat deze verkiezingen weer overschaduwd worden door de landelijke mensen en items. Grote politieke partijen halen grote namen hierheen. Wilders was hier, met zijn gepantserde auto. Hij was ook zo weer weg. Wij denken vanuit wat goed is voor de provincie, wij willen de campagne liever zuiver houden" (*Trouw*, 29 januari). In hoeverre werd er nog over de provinciale politiek geschreven in de kranten?

Om dit te onderzoeken hebben we in *Dagblad De Limburger* geanalyseerd wie van de verschillende partijen in artikelen die over de Provinciale Statenverkiezingen gaan het meest genoemd wordt: de provinciale lijsttrekker, de eerste kandidaat voor de Eerste Kamer, of de partijleider. Provinciale kandidaten kregen in vergelijking met hun landelijke collega-politici ongeveer een derde van de aandacht. Dit is te zien in Figuur 8. Meer dan de helft van de aandacht ging uit naar de partijleiders en de lijsttrekkers voor de Eerste Kamer moesten het doen met iets minder dan 10 procent.

Figuur 8 Verdeling aandacht tussen regionale kandidaten, Eerste Kamer kandidaten en partijleiders van grote vier partijen in De Limburger per partij (N=249 artikelen)



*De Figuur is tot stand gekomen door middel van automatische inhoudsanalyse. In artikelen waarin de Provinciale Statenverkiezingen genoemd zijn is van de vier grote partijen gezocht op de voor- en achternamen van de lijsttrekker van de betreffende provincie, de lijsttrekkers voor de Eerste Kamer en partijleiders. De cijfers in de grafiek staan voor het absolute aantal artikelen waarin de persoon genoemd is.

Er zijn in deze meting grote verschillen tussen de partijen. In de berichtgeving over de Provinciale Statenverkiezingen ging het bij de PvdA in 60 procent van het nieuws over de Limburgse lijsttrekker Bert Kersten en ‘slechts’ in iets meer dan een derde over Job Cohen. Bij het CDA lag die verhouding andersom. Hier stond Maxime Verhagen meer in het middelpunt en ging het veel minder over Martijn van Helvert.

Conclusie

→ Kortom

De vrees voorafgaande aan de campagne voor de Provinciale Statenverkiezingen was dat het inhoudelijk vooral over de strijd tussen het kabinet en de oppositie zou gaan. Wie haalt de meerderheid in de Senaat? Daarmee zouden belangrijke (provinciale) onderwerpen geen ruimte krijgen in de berichtgeving en zouden media zich vooral richten op de tweestrijd tussen coalitie en oppositie. Uit het onderzoek blijkt dat deze zorg deels terecht is. De verkiezingen kenden vooral een landelijk karakter. Van de meeste partijen kreeg de provinciale kandidaat een stuk minder aandacht dan zijn collega’s in Den Haag. De strijd tussen gedoogregering en oppositie kwam echter niet sterk naar voren.

In de afgelopen campagne was er aanzienlijk minder conflictnieuws dan in de maanden voor de Tweede Kamerverkiezingen. Wel is er een duidelijke verschuiving te zien qua inhoud. Waar de partijen zich vorig jaar nog afzetten tegen alle andere partijen was het bij de laatste campagne vooral een strijd tussen oppositie en coalitie. Om niet afhankelijk te zijn van de steun van oppositiepartijen in de Eerste Kamer was het voor VVD, CDA en PVV noodzakelijk een meerderheid te halen bij de Provinciale Statenverkiezingen. Premier Rutte deed om die reden een oproep in het weekblad Elsevier: “maakt niet uit wat u stemt. Als het maar op CDA, PVV of VVD is” (*Elsevier*, 15

december 2010). Toch kwam verwachte samenwerking van coalitiepartijen minder van de grond dan die van de oppositie, die meer samen optrokken. Een zware botsing tussen regering en oppositie bleef uit. Wel werd de provinciale campagne in het nieuws ondergesneeuwd door de landelijke belangen. De campagne werd ook meer gedomineerd door politici uit Den Haag dan door de provinciale kandidaten.

Wat betreft de voorkeuren van de kranten zien we vooral het aloude verschil tussen *de Volkskrant* en *De Telegraaf* wat betreft oordeel over regering en coalitie: *de Volkskrant* oordeelde gemiddeld positief over de oppositie en negatief over de regeringspartijen en in *De Telegraaf* kwam de oppositie er een stuk slechter vanaf dan de regering. In de gratis dagbladen *Metro* en *Sp!ts* vonden we veel minder oordelen over regering en oppositie. In *Trouw* en *NRC Handelsblad* kwamen de meeste oordelen voor waarbij *NRC Handelsblad* gemiddeld kritisch was over de coalitie, *Trouw* licht positief. In beide kranten was het oordeel over de oppositie neutraal.

In de media voltrok zich een inhoudelijke, landelijke campagne die misschien nooit echt een verkiezingscampagne is geweest. Partijen hielden zich rustig, opereerden vooral voorzichtig ten opzichte van elkaar. De media en de kiezer leken ook nog op adem te moeten komen na de lawine van vorig jaar. Al met al resulteerde het in een uitslag die dichtbij de uitslag lag van juni 2010 en daarmee de verkiezingen van aanstaande maandag des te spannender maken.