



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Principes, politiek en politici: De dimensies van de imago 's van de vier grote politieke partijen
Pröpper, S.; Bouwman, H.

Citation

Pröpper, S., & Bouwman, H. (1994). Principes, politiek en politici: De dimensies van de imago 's van de vier grote politieke partijen. *Acta Politica*, 29: 1994(2), 199-216. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3450189>

Version: Publisher's Version

License: [Leiden University Non-exclusive license](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3450189>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Onderzoek

Principes, politiek en politici

De dimensies van de imago's van de vier grote politieke partijen

S. Pröpper
H. Bouwman

1. Inleiding

In de politiek gaat het om de inhoud, niet om de vorm. Althans, zo zou het moeten zijn. Maar de tegenwoordig veel gehoorde kritiek is dat partijen eigenlijk geen 'inhoud' meer hebben en alleen nog gericht zijn op de 'vorm'. De 'vorm' als doel op zich zelf. Politieke partijen zouden meer en meer van marketing-technieken gebruik maken, waarbij het vooral gaat om het verkopen van de politiek in het algemeen en van de eigen politici in het bijzonder. Er zou sprake zijn van een veramerikanisering – en dus verpersoonlijking – van de politiek. Politieke partijen zouden zich in hun contact met de kiezers meer dan voorheen richten op vorm, stijl en uiterlijkheden. De inhoud, dat wil zeggen de principes en de gevoerde politiek komen op de tweede plaats.

Mensen zouden steeds minder op een partij stemmen op grond van rationele overwegingen over de inhoud van de gevoerde politiek, maar vooral afgaan op de affectieve gevoelens ten aanzien van, met name vertegenwoordigers van, die partij. Bestaat er bij kiezers een imago van een politieke partij dat vooral wordt gevormd door 'vormkenmerken' als 'politici', 'communicatie' (Public Relations) en 'stereotiep partijbeeld' of door inhoudelijke kenmerken als 'principes' en 'gevoerde politiek'? Ofwel, komt een imago van een politieke partij vooral tot stand door affectieve en stereotiepe gevoelens (in termen van Petty en Cacioppo (1986) de perifere route van informatieverwerking)? Of komt een imago vooral tot stand door rationele overwegingen over principes en standpunten ten aanzien van issues van die partij (de centrale route van informatieverwerking)?

De vraagstelling in ons onderzoek luidt: *door welke dimensies (vorm c.q. inhoud) wordt het imago van respectievelijk het CDA, de PvdA, de VVD en D66 gevormd?* De vraag komt daarnaast op of betrokkenheid bij een politieke partij leidt tot het noemen van andere dimensies die ten grondslag liggen aan het imago van die partij. Immers, Petty en Cacioppo vonden dat naarmate iemand meer betrokken is bij een onderwerp hij of zij informatie over dit on-

derwerp eerder zal opnemen via de centrale route. Naarmate iemand actief is in een politieke partij, is de verwachting dat het imago van deze partij in de ogen van deze persoon meer wordt bepaald door 'inhoudelijke' dimensies, dan wanneer iemands betrokkenheid minder is. Naarmate men minder betrokken is zal het oordeel van het imago eerder afhangen van vormdimensies. Het leidt tot de volgende deelvraag: *onderscheiden mensen die meer betrokken zijn bij de politiek andere dimensies die ten grondslag liggen aan het imago van een politieke partij, dan mensen die minder betrokken zijn?*

De mate van betrokkenheid bij een politieke partij hebben we geoperationaliseerd door een onderscheid te maken tussen actieve leden en niet-leden. Omdat leden ook wel 'zomaar' lid kunnen zijn is gekozen voor leden die actief zijn binnen een afdeling van hun partij: bestuursleden op afdelingsniveau. Niet-leden zijn personen die alleen op een partij stemmen.

2. Beperkingen bij imago-onderzoek door middel van surveys

Het doen van betrouwbaar en valide onderzoek naar imago's is vaak problematisch. De meeste kiezers- en verkiezingsonderzoeken naar imago's van politici en partijen bestaan uit een vragenlijst met open dan wel gesloten vragen die wordt voorgelegd aan een a-selecte steekproef van de onderzochte populatie. Het voordeel hiervan is dat we de resultaten van het onderzoek kunnen generaliseren naar de populatie en we vrij nauwkeurig weten hoeveel mensen ergens iets van vinden.

Is het gebruik van vragenlijsten bij imago-onderzoek over politieke partijen wel aan te bevelen? Aan zowel het gebruik van gesloten vragen, als het stellen van open vragen kleven nadelen. Bij imago-onderzoek gaat het om percepties, indrukken en meningen met daaraan gekoppeld houdingen van mensen ten aanzien van – in dit geval – politieke partijen. Het is bijzonder moeilijk dergelijke aspecten te meten zonder respondenten te sturen in een bepaalde denkrichting. Wanneer gesloten vragen worden gebruikt is dit gevaar het grootst. De vragen zijn immers opgesteld door de onderzoeker, waarbij hij of zij die vragen heeft geformuleerd waarvan hij of zij denkt dat ze de verschillende dimensies die ten grondslag liggen aan het imago van een bepaalde partij representeren. De vragen kunnen zeer uiteenlopend zijn en betrekking hebben op 'politici', 'communicatie', 'gevoerde politiek' enzovoort. Van de verschillende dimensies wordt daarbij verondersteld dat ze alle hetzelfde gewicht hebben.

Het is echter de vraag door welke dimensies het imago in de ogen van de respondent wordt bepaald. Misschien is de ene dimensie belangrijker dan de andere. Een vraag als 'hoe betrouwbaar vindt u het CDA' is op zich zelf heel

interessant. We zien bijvoorbeeld dat een bepaald percentage van de bevolking het CDA meer of minder betrouwbaar vindt. Het geeft echter niet aan of de betrouwbaarheid van het CDA in de ogen van de respondenten een belangrijke dimensie is van het imago van het CDA. Er kunnen factoren/dimensies zijn die meer op de voorgrond treden bij het beeld dat mensen hebben van het CDA. Ook vragen als 'wat vindt u belangrijker' ondervangen het probleem niet, omdat dan de kans aanwezig is dat respondenten 'sociaal wenselijk' antwoorden.

Anders is dit bij het stellen van open vragen. Een manier om naar het imago te vragen, is bijvoorbeeld de vraag: 'Waar denkt u aan, als ik zeg: Het CDA?' Respondenten kunnen nu alles noemen wat ze maar willen en zo krijgen we een aardig beeld van het imago van die partij. Niet de onderzoeker bepaalt waar het gesprek over gaat, maar de respondent. Ook nu zijn er echter nadelen. Het eerste bezwaar is dat de gegeven antwoorden vaak niets zeggen. Dit ondervonden de onderzoekers van de nationale kiezersonderzoeken. Het antwoord dat het meeste voorkwam was 'beste partij'. Terwijl er bij de gesloten vragen een gemis aan vrijheid is, is er bij open vragen een te veel aan. Antwoorden zijn vaak vrijblijvend en vaag.

Kortom, survey-onderzoek geeft weinig inzicht in het belang van de onderliggende dimensies van het imago dat een politieke partij in de ogen van de respondent heeft. Eerdere onderzoek naar het imago van dienstverlenende en industriële bedrijven (Westerterp, Leeuwen, Wijngaert en Bouwman, 1993) heeft ons geleerd dat de Q-methode wel de mogelijkheid biedt zowel de verschillende dimensies die ten grondslag liggen aan een imago als het belang van de dimensies vast te stellen. Juist daar waar imago's van organisaties moeilijk onderling te onderscheiden zijn, is het belangrijk dat er inzicht wordt verworven in de dimensies en het belang van die dimensies die ten grondslag liggen aan een imago.

Het voordeel van de Q-sort methode boven traditioneel survey-onderzoek is dus dat bij Q-sort duidelijk wordt welke dimensies ten grondslag liggen aan een imago en welk belang de respondent hecht aan verschillende dimensies van het object. Nadeel van de methode is dat er geen uitspraken gedaan kunnen worden over hoe een representatieve steekproef uit de Nederlandse bevolking de verschillende dimensies van het imago van politieke partijen beoordeelt, tenzij met behulp van een representatieve steekproef Q-sorts gemaakt worden.

3. De Q-sort methode

Bij de Q-sort staan niet de respondenten centraal, maar de bestaande opvattingen, meningen en attitudes. Er wordt dan ook niet gegeneraliseerd naar

vervolgens zo geformuleerd dat ze van toepassing zijn op elke partij. De inhoud van de uitspraken is algemeen – maar wel extreem – geformuleerd. Bovendien zijn sommige uitspraken positief en andere negatief geformuleerd. Een voorbeeld kan deze werkwijze verhelderen. De uitspraak 'De VVD durft stelling te nemen in het minderhedendebat' is omgevormd tot: 'De VVD durft zelden politiek stelling te nemen'. Dit betekent dat de uitspraak tevens wordt tevens gedaan voor het CDA, de PvdA en D66, de uitspraak veralgemeniseerd is en de uitspraak negatief geformuleerd is.

We realiseren ons dat we hiermee politieke opvattingen van verschillende partijen loskoppelen van inhoudelijke issues en deze slechts herleiden tot algemene uitgangspunten van een bepaalde partij. In de praktijk staat de methode toe dat een koppeling met specifieke issues wordt gemaakt. Een nadere analyse van imago's ten aanzien van verschillende specifieke politieke issues en beleidsterreinen zal ongetwijfeld een genuanceerder beeld opleveren van de verschillende dimensies die ten grondslag liggen aan het imago van een bepaalde politieke partij. Hier hebben we echter alleen onderzoek willen doen naar de dimensies die ten grondslag liggen aan het algemene imago van de verschillende politieke partijen.

4.2. *De proefpersonen* – In het onderzoek zijn 24 respondenten ondervraagd. Van elk van de vier partijen zijn 6 mensen geïnterviewd: 3 actief participerende leden en 3 niet-leden. De leden zijn allen op afdelingsniveau actief in het bestuur van hun partij. Bij de selectie van respondenten is er verder op gelet dat zoveel mogelijk gespreid is over sexe (man-vrouw), leeftijdsgroepen (jong-oud) en opleidingsniveaus (laag, midden, hoog), uitgaande van het concept van theoretisch 'samplen' zoals beschreven door Miles en Huberman (1984). De Q-sorts zijn afgenomen bij de respondenten thuis.

Alle respondenten hebben vier Q-sort verdelingen moeten maken, voor elke partij één. Elke partij had kaartjes met een eigen kleur. Om mogelijke volgorde- en leereffecten te voorkomen moesten de respondenten zelf kiezen welke kleur ze het eerst wilden neerleggen. De Q-sorts zijn daardoor door de respondenten in wisselende volgorde gelegd. Dat er geen sprake is van leereffecten mag blijken uit het feit dat de tijd die men kwijt was voor het leggen van de Q-sorts ongeveer gelijk bleef. Indien er sprake zou zijn van leereffecten, mag men aannemen dat de laatste Q-sorts sneller worden uitgevoerd.

Na het leggen van elke Q-sort is de respondenten gevraagd hun Q-sort te motiveren. Aldus is het mogelijk dieper op de verschillende dimensies en hun belang in te gaan zonder dat de interviewer sturend optreedt. De respondenten worden gedwongen hun beeld van elk der partijen vrij nauwkeurig te bepalen en te motiveren. Na het leggen van de Q-sort werd in een gesprek ingegaan op de motivatie voor de gelegde Q-sort en werd de erva-

ring met de onderzoeksmethode besproken. Men vindt dat de Q-sort vaak zeer leerzaam was en dat het leggen van de Q-sort de geest scherpte.

4.3. *Data-analyse* – Data-analyse heeft plaats gevonden met behulp van factoranalyse op basis van de de centroïde-methode van Brown (zie voor een uitgebreide beschrijving Brown, 1986). Slechts die factoren worden behandeld, waarvan de Eigenwaarde groter dan of gelijk aan 1 is en die inhoudelijk zinvol te interpreteren zijn. De interpretatie van de factoren is afhankelijk van de factorladingen. Factorladingen zijn eigenlijk de correlaties van de rangordening in dit geval van CDA-, PvdA-, D66- en VVD-leden en -stemmers met de achterliggende nieuwe factor¹. Vervolgens wordt bepaald welke uitspraken hoog of laag scoren op de gevonden factoren. Hierbij zijn alleen de extreem scorende items van belang. Deze items bepalen de dimensies die ten grondslag liggen aan het imago dat de respondenten hebben. In eerste instantie bekijken we alleen de scores '1', '2', '9' en '10' (voor een uitgebreid verslag wordt men verwezen naar Pröpper, 1993). In het nu volgende zullen we de analyse van de data in combinatie met de inhoudelijke resultaten behandelen. Ook worden uit de interviews verkregen motieven daar waar relevant (cursief) weergegeven.

5. De resultaten

5.1. *CDA: 'Bij het CDA moet ik altijd aan mijn oma denken'* – Factoranalyse van de Q-sorts, zoals gelegd voor het CDA, levert twee factoren op. De eerste factor wordt vooral gevormd door niet-CDA'ers en dus door PvdA-, VVD- en D66-leden en -stemmers. De tweede factor wordt gevormd door CDA-leden en -stemmers en daarnaast door enkele niet-leden van de andere partijen. Hieronder worden de extreem scorende items op de eerste factor weergegeven.² Ook wordt telkens aangegeven tot welke dimensie het item is te herleiden.

Tabel 1: Extreem scorende items op de eerste factor voor het CDA, zoals vooral bepaald door niet-CDA-leden en -stemmers

| item | score | categorie |
|--|-------|--------------|
| 5 Het CDA is vooruitstrevend | (-) | principes |
| 6 Het CDA is behoudend | (+) | principes |
| 31 Het CDA preekt te veel | (+) | communicatie |
| 38 Het CDA is een dynamische partij | (-) | partijbeeld |
| 51 De politiek van het CDA is betuttelend | (+) | politiek |
| 53 De politiek van het CDA is fris, direct en gericht op vernieuwing | (-) | politiek |

De scores laten zien dat niet CDA'ers behoorlijk negatief zijn over het CDA. Zij vinden het CDA behoudend. Het CDA preekt volgens hen te veel. Het CDA is geen dynamische partij. De politiek van het CDA vinden ze betuttelend en niet fris, niet direct en niet gericht op vernieuwing. Ook de minder extreem scorende items 'goede principes (-)', 'flexibele partij (-)', 'moderne, eigentijdse partij (-)' en 'het CDA durft zelden politiek stelling te nemen (-)' wijzen in de richting van een beeld van een partij die vrij stoffig en ouderwets wordt gevonden. Het blijft voor velen een ietwat saaie en weinig kleurrijke partij. Niet alleen de principes van het CDA worden behoudend gevonden, ook de door het CDA gevoerde politiek vindt men behoudend. Een D66-lid verwoordt het in de motivatie van zijn Q-sort als volgt: *'Er gebeurt nooit wat in dit land als het CDA aan de macht blijft'*. Het CDA wordt vaak arrogant gevonden. Een PvdA-lid benadrukte in zijn motivatie het als volgt: *'Ze zijn behoudend, ze preken te veel. Ze proberen mensen te veranderen door te zeggen: Dit is goed voor jullie!'*. Een oorzaak voor de betuttelende houding van het CDA is volgens de niet CDA'ers te wijten aan de christelijke ethiek van waaruit het CDA opereert. Dit heeft ook gevolgen voor de gevoerde politiek. *'Ze opereren vanuit een christelijke achtergrond en daar kan ik niet zoveel mee. Als je met een CDA'er een diepzinnige discussie hebt kom je altijd uit bij het geloof en daar kan ik niet zoveel mee'*, aldus een VVD-lid in een toelichting op zijn Q-sort.

Het beeld dat de niet-CDA'ers hebben van het CDA wordt voornamelijk bepaald door niet-inhoudelijke zaken. Wel scoren uit de categorieën 'principes' en 'politiek' de meeste items extreem, maar uit de interviews, waarin is gevraagd naar de motivatie van de wijze waarop de Q-sort werd gelegd, blijkt dat de niet-CDA'ers met de keuze van de items vooral tonen het CDA saai en ouderwets te vinden. Opvallend hierbij is dat er geen onderscheid is tussen leden en niet-leden. Wel zeggen leden vaker dat hun imago van de partij is gebaseerd op contacten met CDA'ers en verklaren niet-leden dat het imago dat de partij in hun ogen heeft, wordt bepaald door de media, maar uiteindelijk levert dit geen verschil in inzichten op.

In tabel 2 zijn de scores gegeven voor de items die extreem scoren op de factor die vooral door CDA-leden en -stemmers wordt bepaald. Maar deze factor wordt opmerkelijk genoeg mede door veel niet-leden van andere partijen bepaald. Voor het CDA moet het een geruststelling zijn te weten dat ondanks het feit dat de partij door niet-leden van andere partijen als saai wordt omschreven, deze mensen tegelijk veel goeds herkennen in het CDA. Een saai imago hoeft, zo wordt opnieuw bewezen, geen slecht imago te zijn.

Tabel 2: Extreem scorende items op de tweede factor voor het CDA, zoals vooral bepaald door CDA-leden en -stemmers

| item | score | categorie |
|---|-------|-------------|
| 14 Het CDA heeft goede politici | (+) | politici |
| 37 Het CDA is een onbetrouwbare partij | (-) | partijbeeld |
| 48 Het CDA is goed georganiseerd | (+) | partijbeeld |
| 52 De politiek van het CDA maakt de problemen van de burgers alleen maar groter | (-) | politiek |
| 58 Het CDA durft zelden politiek stelling te nemen | (-) | politiek |
| 90 Het CDA doet wat nodig is voor het land | (+) | politiek |

Bij de CDA-aanhang overheerst het beeld dat het CDA doet wat nodig is voor het land en dat de politiek van het CDA de problemen van de burgers verkleint. Dit wordt mogelijk gemaakt doordat het CDA goede politici heeft en een goed georganiseerde partij is. Dit is een element dat ook bij de eerste factor naar voren kwam. De CDA'ers zijn het oneens met de stelling dat het CDA zelden politiek stelling durft te nemen. Ten slotte wordt de tweede factor gevormd door de gedachte dat het CDA een betrouwbare partij is. Ook indien we de minder extreem scorende items van deze factor analyseren, blijkt de verdedigende houding van de CDA-leden en CDA-stemmers, met name als het gaat om de christelijke principes. Deze zijn volgens hen geen verpakking en het CDA is niet schijnheilig en huichelachtig. 'De christelijkheid is niet alleen maar een saus. Men is niet uit op eigen belang en de sociale bewogenheid is geen verpakking. Het CDA is een partij die zich op christelijke grondslag beweegt, maar open staat voor eenieder' (CDA-lid).

De CDA-leden, CDA-stemmers en enkele niet-leden van andere partijen hebben vooral het beeld van het CDA dat het een professionele, realistische partij is die goede politici heeft die een politiek voeren die goed is voor het land. Het CDA mag dan op velen een nogal saaie indruk maken, zolang de partij een politiek voert die de problemen van de burgers niet groter maakt zal het CDA in het centrum van de macht blijven zitten. De alom bewonderde organisatie kan hier extra aan bijdragen. Het imago dat het CDA heeft in de ogen van de CDA-aanhangers en van sommige stemmers van andere partijen wordt voornamelijk bepaald door 'inhoudelijke' aspecten: een degelijke partij die een politiek voert die nodig is voor het land. Concluderend kunnen we stellen dat CDA wordt beoordeeld op de dimensies principes, politiek en het beeld dat men van de partij heeft.

5.2. De PvdA: *'Het is een log instituut, maar het wankelt en dat is wel boeiend'* Hieronder volgen de scores die het imago van de PvdA het meest bepalen, voor zowel de eerste factor, vooral bepaald door VVD'ers en D66-aanhangers, als de tweede factor, vooral bepaald door PvdA'ers.

Tabel 3: Extreem scorende items op de eerste factor voor de PvdA, zoals vooral bepaald door VVD- en D66-aanhang

| item | score | categorie |
|--|-------|--------------|
| 18 PvdA-politici beloven meer dan ze waarmaken | (+) | politici |
| 24 De PvdA heeft slecht contact met de kiezer | (+) | communicatie |
| 44 De PvdA is bureaucratisch | (+) | partijbeeld |
| 45 De PvdA is een flexibele partij | (-) | partijbeeld |
| 47 De PvdA is een moderne, eigentijdse partij | (-) | partijbeeld |
| 53 De politiek van de PvdA is fris, direct en gericht op vernieuwing | (-) | politiek |

De eerste factor geeft een nogal negatief beeld van de PvdA: politici beloven meer dan ze waarmaken, de partij heeft slecht contact met de kiezer, de partij is bureaucratisch en niet flexibel, noch modern en eigentijds. Bovendien worden er nauwelijks aspecten genoemd die te maken hebben met de door de partij gevoerde politiek.

Het is in het geval van de PvdA misschien zinvol meteen de items te behandelen die de tweede factor bepalen. Deze factor wordt voornamelijk gevormd door PvdA-aanhangers, maar ook door aanhangers van andere partijen.

Tabel 4: Extreem scorende items op de tweede factor voor de PvdA, zoals vooral bepaald door PvdA-aanhang

| item | score | categorie |
|---|-------|-------------|
| 2 De PvdA heeft goede principes | (+) | principes |
| 8 De socialistische principes zijn niet meer dan een verpakking | (-) | principes |
| 12 PvdA-politici zijn sociaal bewogen | (+) | politici |
| 39 De PvdA is alleen uit op stemmenwinst | (-) | partijbeeld |
| 41 De PvdA is schijnheilig en huichelachtig | (-) | partijbeeld |
| 59 De PvdA komt op voor de belangen van de burgers | (+) | politiek |

Iedereen is het er over eens dat de socialistische principes van de PvdA geen verpakking zijn en dat politici van de PvdA sociaal bewogen zijn. De PvdA wordt door de meeste mensen nog steeds gezien als de partij die het beste voor heeft met de zwakkeren en minder bedeelden in de samenleving. De socialistische principes van de PvdA zijn goed, de uitwerking is echter een stuk minder.

Het is opvallend dat de PvdA-aanhangers zelf aangeven dat de PvdA opkomt voor de belangen van de burgers, dat ze geïnteresseerd is in de mening van de burgers, dat ze de burgers bij de besluitvorming betreft, dat ze zeker niet alleen uit is op stemmenwinst en geen politiek voert uit eigenbelang. Daarenboven is de PvdA niet schijnheilig en huichelachtig. De PvdA is voor

haar aanhangers nog steeds dé partij die opkomt voor het volk. Het is niet zo dat de PvdA-aanhangers niet kritisch zijn over hun partij. Uit de interviews bleek dat juist zij de meeste en scherpste kritiek uitten. Toch wordt het beeld van de eigen partij het meest bepaald door de sociale bewogenheid en de waarden die hoog in het vaandel staan bij de PvdA. Het imago van de PvdA in de ogen van haar aanhangers wordt dus voornamelijk bepaald door de principes van de PvdA.

De niet-aanhangers prijzen ook de sociale bewogenheid van de PvdA, maar hun beeld van de PvdA heeft toch meer iets weg van 'de hand op de zere plek'. Hierbij gaat het in eerste instantie niet om de inhoud van de PvdA, de principes en de gevoerde politiek, maar om het contact met de kiezer, de partij als geheel en Kok als partijleider.

Het overheersende beeld dat niet-aanhangers van de PvdA hebben, is dat de partij een slecht contact heeft met de kiezer, dat het een bureaucratische, niet-flexibele en niet-moderne partij is. Nogmaals: ook de PvdA-aanhangers zijn het hier mee eens. Voor hen is het echter niet het belangrijkste voor het imago van hun partij. In hun motivatie van de Q-sort waren aanhangers van de PvdA soms bijzonder hard: *'De PvdA is bureaucratisch, log, ze hebben veel organen en raden, van die naar communisme riekende organen'*.

Het beeld van de PvdA is nog altijd het beeld van een partij die sociaal bewogen is, die goede principes heeft en die opkomt voor de belangen van de burgers. Op zich een zeer gunstig imago en voor de aanhangers van de PvdA zijn dit de dimensies die het meest het imago van de PvdA bepalen. Ook de niet-aanhangers onderkennen dit, maar de dimensies die voor hen het meest bepalend zijn voor het imago van de PvdA zijn een stuk minder positief. De PvdA is bureaucratisch, inflexibel, betuttelend, betweterig en niet modern. Bovendien heeft de PvdA slecht contact met de kiezers. En Wim Kok is volgens hen niet de man waarmee stemmen worden gewonnen en het contact met de kiezer wordt verbeterd.

Kortom: in potentie heeft de PvdA een gunstig imago. Op dit moment kijken de niet-aanhangers echter vooral naar de 'vorm' waarin de PvdA steekt. De 'inhoud' van de PvdA is goed. De aanhangers van de PvdA zien ook wat er schort aan de 'vorm', maar laten zich vooral leiden door de 'inborst' van de partij.

5.3. De VVD: *'VVD'ers praten nooit met mensen in de wijk. Ja, in Wassenaar wel!* – De eerste factor wordt vooral bepaald door VVD-aanhangers en CDA-leden. De items die extreem scoren zijn in tabel 5 weergegeven.

Het imago dat de VVD voor VVD-aanhangers en CDA-leden heeft is even duidelijk als de inhoud van dat imago. De principes en uitgangspunten van de VVD zijn helder en duidelijk. De politieke boodschap is duidelijk en de VVD durft stelling en pijnlijke politieke beslissingen te nemen. Een partij

Tabel 5: Extreem scorende items op de eerste factor voor de VVD, zoals vooral bepaald door VVD-aanhang en CDA-leden

| item | score | categorie |
|---|-------|--------------|
| 1 De principes van de VVD zijn vaag en nietszeggend | (-) | principes |
| 3 De uitgangspunten van de VVD zijn helder en duidelijk | (+) | principes |
| 7 De VVD is realistisch | (+) | principes |
| 25 De politieke boodschap van de VVD is vaag | (-) | communicatie |
| 50 De VVD durft pijnlijke politieke beslissingen te nemen | (+) | politiek |
| 58 De VVD durft zelden politiek stelling te nemen | (-) | politiek |

kortom, die duidelijkheid uitstraalt en niet om de hete brij heen loopt, maar zegt waar het op staat, zowel als het gaat om de principes als om de te voeren politiek. *'De VVD zegt hardop, wat de PvdA niet durft te zeggen. Ja, zelfs nauwelijks durft te denken'* (PvdA-lid) en *'De VVD is de enige partij die daadwerkelijk zegt waar het op staat en taboes doorbreekt'* (VVD-stemmer).

Ook de niet-aanhangers geven aan dat ze weten waar ze aan toe zijn met de VVD. Aan duidelijkheid is geen gebrek. Het imago van de VVD wordt door hen echter een stuk minder positief beoordeeld, zo blijkt uit de tweede factor, die vooral bepaald wordt door CDA-stemmers, en leden en stemmers van PvdA en D66.

Tabel 6: Extreem scorende items op de tweede factor voor de VVD, zoals vooral bepaald door PvdA- en D66-aanhang en CDA-stemmers

| item | score | categorie |
|--|-------|-----------|
| 12 VVD-politici zijn sociaal bewogen | (-) | politici |
| 18 VVD-politici beloven meer dan dat ze waarmaken | (+) | politici |
| 22 VVD-politici zijn glad en uitgestreken | (+) | politici |
| 52 De politiek van de VVD maakt de problemen van de burgers alleen maar groter | (+) | politiek |
| 58 De VVD durft zelden politiek stelling te nemen | (-) | politiek |
| 59 De VVD komt op voor de belangen van de burgers | (-) | politiek |

De VVD wordt door de niet-aanhangers gezien als een sociaal onbewogen partij, die niet opkomt voor de belangen van alle burgers en die dientengevolge de problemen van de burgers alleen maar groter maakt. Ook de politici stralen volgens hen sociale onbewogenheid uit: ze zijn glad en uitgestreken. De niet-aanhangers stellen eveneens dat de principes en de politiek van de VVD helder en duidelijk zijn. Deze duidelijkheid leidt er toe dat zij een vrij negatief beeld hebben van de VVD. *'Ze durven pijnlijke politieke beslissingen te nemen, maar dat is ook wat gemakkelijker want het doet de VVD-kiezer geen pijn'*, aldus een PvdA-lid in zijn motivatie.

Voor de burgers in het algemeen komt de VVD niet op, volgens de niet-aanhangers. Het opvallende is dat de VVD, volgens hen, wel heel duidelijk weet wat er in de samenleving speelt. Het maakt het eigenlijk alleen maar erger. De VVD is niet sociaal bewogen: *'Ik heb de indruk dat ze heel goed markt-onderzoek doen. Ze weten heel goed wat er onder de bevolking speelt en pikken datgene eruit wat in hun kraam past. Ze zijn niet sociaal bewogen. Ze komen alleen op voor het midden- en kleinbedrijf'* (PvdA-lid).

De VVD heeft misschien wel het meest heldere en duidelijke imago van de vier grote partijen. Iedereen weet wat de VVD wil. De uitgangspunten zijn duidelijk, de gevoerde politiek is duidelijk. De VVD wordt ook alom een professionele partij gevonden. Voor de VVD-aanhangers is de helderheid en duidelijkheid van deze partij de belangrijkste dimensie van het imago dat de VVD in hun ogen heeft. Ze vinden de VVD realistisch en ze vinden dat de VVD pijnlijke politieke beslissingen durft te nemen. De burgers weten waar de VVD voor staat. De niet-aanhangers vinden juist dat de VVD geen pijnlijke politieke beslissingen durft te nemen. De VVD denkt alleen aan de hogere inkomens. De pijnlijke beslissingen nemen ze alleen voor die groepen waarvan ze weten dat die toch niet op de VVD stemmen. Daarom is de VVD, volgens hen, niet sociaal bewogen en komt de VVD niet op voor de belangen van de burgers. Het imago van de VVD is vooral inhoudgericht. Misschien is dit te danken aan de duidelijkheid die de VVD verschaft over haar principes en gevoerde politiek. Is voor de aanhangers die duidelijkheid positief, voor de niet-aanhangers is het een reden de VVD sociale onbewogenheid te verwijten. Misschien is het imago van de VVD het best te verwoorden met: de VVD durft hardop te zeggen, wat anderen nauwelijks durven te denken!

5.4. D66: *'Ik zou niet weten wat D66 wil. Dat weet niemand, toch?'* – De factoranalyse levert twee factoren op. De eerste factor wordt bepaald door D66-aanhangers. De extreme scores die bij deze factor horen zijn de volgende.

Tabel 7: Extreem scorende items op de eerste factor voor D66, zoals vooral bepaald door D66-aanhang

| item | score | categorie |
|--|-------|-------------|
| 6 D66 is behoudend | (-) | principes |
| 20 Van Mierlo is D66 | (+) | politici |
| 22 D66-politici zijn glad en uitgestreken | (-) | politici |
| 39 D66 is alleen uit op stemmenwinst | (-) | partijbeeld |
| 47 D66 is een moderne, eigentijdse partij | (+) | partijbeeld |
| 53 De politiek van D66 is fris, direct en gericht op vernieuwing | (+) | politiek |

De D66-aanhangers hebben een beeld van hun partij dat wordt gekenmerkt

door trefwoorden als: modern, eigentijds, vooruitstrevend, nieuw en Van Mierlo. D66 is dé partij die de burgers bij de besluitvorming betreft, een open en toegankelijke partij, een partij die juist geïnteresseerd is in de mening van de kiezers en niet alleen in hun stem. De uitspraak 'fris, direct en gericht op vernieuwing' is bij uitstek geschikt voor D66, volgens de aanhangers. Juist het feit dat D66 niet vasthoudt aan bepaalde principes trekt de aanhangers aan.

Een van de belangrijkste aspecten van het imago dat D66 onder de aanhangers van het moderne en eigentijdse D66 heeft, is het feit dat de burgers worden betrokken bij de besluitvorming. D66 is volgens de aanhangers een open en toegankelijke partij. Het beeld dat zij hebben van D66 is niet direct gericht op de inhoud, maar meer op de vorm van politiek bedrijven. Onder de aanhangers van de andere partijen bestaat daarentegen een zeer inhoudsgericht imago van D66. Inhoud die volgens hen bij D66 totaal ontbreekt, zo blijkt uit de extreme scores op de tweede factor.

Tabel 8: Extreem scorende items op de tweede factor voor D66, zoals vooral bepaald door aanhangers van andere partijen

| item | score | categorie |
|--|-------|--------------|
| 1 De uitgangspunten van D66 zijn helder en duidelijk | (-) | principes |
| 4 D66 heeft een duidelijke ideologie | (-) | principes |
| 20 Van Mierlo is D66 | (+) | politici |
| 21 Van Mierlo is de enige stemmentrekker van D66 | (+) | politici |
| 25 De politieke boodschap van D66 is vaag | (+) | communicatie |
| 57 D66 streeft een duidelijk politiek doel na | (-) | politiek |

Het ontbreekt D66 aan heldere en duidelijke uitgangspunten, een duidelijke ideologie, een heldere politieke boodschap en een duidelijk politiek doel. De niet-aanhangers menen dat D66 'gewoon' geen visie heeft en geen pijnlijke politieke beslissingen durft te nemen. D66 is, volgens hen, een zeer vage partij zonder een duidelijke mening. Het gevolg van het feit dat D66 geen samenhangende visie heeft, is dat kiezers zich aangetrokken voelen tot D66, volgens de niet-aanhangers. D66 belooft meer dan dat ze kan waarmaken, of liever: D66 belooft niets en dat kan de partij uiteindelijk niet waarmaken. Doordat D66 geen visie heeft en geen deskundige politici, 'vrezin' de niet-aanhangers het ergste voor D66 wanneer Van Mierlo vertrekt. Immers Van Mierlo is de enige stemmentrekker van D66. Van Mierlo is D66! Dat maakt D66 tevens een onprofessionele partij.

6. Samenvatting en discussie

Voor de overzichtelijkheid is het imago van de vier grote politieke partijen in tabel 9 weergegeven. Wat zijn nu de voornaamste conclusies? Over de methode willen we opmerken dat met een beperkt aantal respondenten een zeer gedetailleerd beeld wordt verkregen van de opvattingen die men heeft over de verschillende partijen en dat deze duidelijk te herleiden zijn tot een beperkt aantal dimensies, dimensies die per partij verschillen en die ook verschillen voor leden en stemmers van de verschillende partijen.

Op onze onderzoeksvragen kunnen we de volgende antwoorden geven. De verschillende dimensies waarop leden c.q. aanhangers van een bepaalde partij en leden c.q. aanhangers van de andere partijen de verschillende partijen beoordelen contrasteren sterk. Zo wordt het CDA door niet-CDA-leden en stemmers vooral (negatief) beoordeeld op haar principes, politiek en het algemene beeld dat men van de partij heeft. CDA-leden beoordelen het CDA op dezelfde dimensies, maar dan positief. Bij de PvdA spelen vooral de politici en het beeld van de partij een rol. Zowel leden als aanhangers beoordelen de sociale bewogenheid van de politici positief. Het beeld van de partij is echter negatief. Ook dit geldt voor alle type proefpersonen. Bij de VVD staan vooral de principes, de politici en de gevoerde politiek centraal. De helderheid van de principes wordt zowel gewaardeerd door de VVD-aanhangers als de CDA-leden. De politici van de VVD worden door de niet-aanhangers bijzonder negatief beoordeeld: ze zijn glad en uitgestreken. Bij D66 spelen het partijbeeld en Van Mierlo een grote rol voor de D66-aanhangers. Voor niet-D66-aanhangers zijn het juist de onduidelijke principes die een rol spelen in de beoordeling, maar ook het D66-boegbeeld.

De tweede vraag laat zich niet eenduidig beantwoorden. Er is geen duidelijk onderscheid te maken tussen actieve leden en stemmers op een bepaalde partij, net zo min als dit onderscheid op een nog gedetailleerder niveau, leden versus stemmers van een bepaalde partij, tot nadere nuanceringen leidt. De vraag komt op, op welke dimensies niet-stemmers of *floating voters* de partijen beoordelen.

In het algemeen kan men stellen dat bij CDA en VVD inhoudelijke aspecten sterker een rol spelen dan bij PvdA en D66. Bij deze spelen vormaspecten een grotere rol. Het betreft echter geen zwart wit plaatje, ook vormaspecten spelen bij het CDA en sterker nog bij de VVD; inhoudelijke aspecten spelen ook een rol bij het imago van de PvdA. Het D66-imago is vooral afhankelijk van vormaspecten. Opvallend is dat uitspraken die betrekking hebben op de dimensie communicatie (Public Relations) niet van belang blijken te zijn in de beoordeling van het imago van de partijen.

Tabel 9: De imago's van de vier grootste partijen volgens leden en stemmers

| Partij | Wie bepalen de factor? | Dimensies | Motivatie |
|--------|---|--|---|
| CDA | Aanhangers van de PvdA, VVD en D66 | principes, politiek van de partij, partijbeeld | Behoudend, prekerig, betuttelend, niet dynamisch, niet fris, niet direct en niet gericht op vernieuwing |
| CDA | Aanhangers CDA en enkele PvdA- en VVD-stemmers | principes, politiek van de partij, partijbeeld | Goed georganiseerd, goede politici, betrouwbaar, doet wat nodig is voor het land en maakt problemen burgers niet groter, durft stelling te nemen |
| PvdA | VVD-aanhangers, D66-leden, enkele CDA- en PvdA-aanhangers | politici en partijbeeld | Bureaucratisch, niet flexibel, niet modern en eigentijds, niet fris, niet direct en niet gericht op vernieuwing, slecht contact met de kiezer, beloven meer dan ze waarmaken |
| PvdA | PvdA-aanhangers, enkele CDA-aanhangers en enkele VVD- en D66 stemmers | politici en partijbeeld | Sociaal bewogen en komen op voor de belangen van de burgers, niet schijnheilig en huichelachtig, niet alleen uit op stemmenwinst |
| VVD | VVD-aanhangers, CDA-leden en enkele PvdA-leden | principes, politici, politiek van de partij | Uitgangspunten en politieke boodschap zijn helder en duidelijk, realistisch, durft pijnlijke politieke beslissingen te nemen |
| VVD | CDA-stemmers, D66-aanhangers, PvdA-leden en enkele PvdA-stemmers | politici | Niet sociaal bewogen, komt niet op voor de belangen van de burgers en maakt problemen alleen maar groter, beloven meer dan ze waarmaken, durven niet politiek stelling te nemen, politici zijn glad en uitgestreken |
| D66 | D66-aanhangers, enkele PvdA- en VVD-aanhangers | partijbeeld en politici | Niet-behoudend, modern, eigentijds, fris, direct en gericht op vernieuwing, niet alleen uit op stemmenwinst, Van Mierlo = D66, politici niet glad en uitgestreken |
| D66 | Aanhangers van CDA, PvdA en VVD | principes en politici | Uitgangspunten, ideologie, politieke boodschap en doel zijn niet helder, maar vaag. Van Mierlo is D66 en de enige stemmentrekker |

Noten

1. Alleen die factorladingen zijn significant waarvoor geldt dat de score $\geq 2,58 \times \text{Standaard Fout}$ ofwel $\geq 2,58 \times 1/\sqrt{n}$, waarbij N het aantal rangordeningen is, in casu 24. Alleen factorladingen $\geq 0,32$ zijn significant.

2. Alvorens de gevonden scores geïnterpreteerd kunnen worden, moeten we weten of de gevonden scores significant verschillend scoren op de factoren om deze factoren zinvol te kunnen onderscheiden. De beoordeling hiervan geschiedt op basis van de standaardfout van het verschil tussen beide factoren:

$$\text{SED } a-b = \sqrt{\text{SE } a^2 + \text{SE } b^2}$$

Om deze te bepalen moeten we een tweetal stappen maken. Allereerst bepalen we de betrouwbaarheid van een factor met behulp van de volgende formule:

$$r_{xx} = 0,80 p / 1 + 0,80 (p-1)$$

waarbij:

p = het aantal personen dat de factor bepaalt;

0,80 = betrouwbaarheidscoëfficiënt (bepaald op basis van experimenten door Brown, 1986)

In het geval van het CDA is bijvoorbeeld p voor de eerste factor 13 en voor de tweede 12, dus worden $r_{aa} = 0,98$ en $r_{bb} = 0,98$. Vervolgens berekenen we de standaardfout voor ieder van de factoren, volgens de formule:

$$\text{SE } f_m = S_x \sqrt{1 - r_{xx}}$$

waarbij:

S_x = de standaard deviatie is van de verkregen Q-sort verdeling.

De Q-sort verdeling is in figuur 1 gegeven, de standaard deviatie van deze verdeling is $\sqrt{2,94} = 1,71$.

$$\text{SE factor a} = 1,71 \sqrt{1 - 0,98} = 0,24$$

$$\text{SE factor b} = 1,71 \sqrt{1 - 0,98} = 0,24$$

Daar we in dit geval slechts twee zinvol te interpreteren factoren hebben, gaan we uit van een vergelijking tussen factor A en factor B:

$$\text{SED } a-b = \sqrt{0,24^2 + 0,24^2} = 0,34$$

We accepteren alleen verschillen tussen twee scores indien die significant verschillen bij $p \leq 0,01$. De multiplier is dan gelijk aan 2,58. Alleen indien de score $2,58 \times (\text{SED})$ verschillen zijn de scores significant verschillend. In dit geval dus indien $2,58 \times 0,34 = 0,87$, ofwel ≥ 1 . De scores van de factoren A en B moeten dus minimaal met 1 van elkaar verschillen. Alle door ons gevonden verschillen zijn significant.

Literatuur

- Boer, D.J den, Bouwman, H., Houben, M. en Frissen, V. (1994), *Communicatieonderzoek*. Houten: Bohn, Stafleu, Van Loghum.
- Brown, S.R. (1986), 'Q Technique and Method'. In: Berry, W.D. en Lewis-Beck, M.S. (eds.), *New Tools for Social Scientists*. Beverly Hills: Sage.
- Kerlinger, F. (1958), *Q-methodology and the Testing of Theory*. New York: School of Education, New York University.
- McKeown, B. en Thomas, D. (1988), *Q-methodology. Quantitative Applications in the Social Sciences*. Newbury Park: Sage.
- Miles, M. B., en Huberman, A. M. (1984), *Qualitative Data Analysis*. Beverly Hills: Sage.

- Petty, R.E. en Cacioppo, J.T. (1986), 'The Elaboration Likelihood Model of Persuasion'. In : L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*. New York: Academic Press.
- Pröpper, S. (1993), *De schijn gemeten. Het imago van vier grote politieke partijen: CDA, PvdA, VVD en D'66*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Westerterp, W., Leeuwen, J. van, Wijngaert, L. van de, en Bouwman, H. (1993), 'Kwarta, Q-8 en Q-sort. Het vaststellen van de dimensies van imago's d.m.v. de Q-sort-techniek'. *Corporate Communication Handboek*. p. 2.9.3.1-18.

Commentaar en discussie

De moderne kaderpartij, een discussie

Reactie op Hillebrand, Van Praag jr., Deschouwer en Michels

Ruud Koole

Het is altijd bijzonder verheugend wanneer een onlangs gepubliceerd werk serieuze aandacht door middel van besprekingen krijgt, zeker wanneer deze een waarderende toonzetting hebben. Dat mijn proefschrift *De opkomst van de moderne kaderpartij* over de veranderende partijorganisaties in Nederland (1960-1990) deze eer ten deel viel, is echter niet de reden om in te gaan op enkele kritiekpunten in drie verschillende besprekingsartikelen. Net zoals de historicus Geyl van de historische discipline zei dat het een 'discussie zonder eind' is, geldt voor de politieke wetenschap dat een gedachtenwisseling tussen vakgenoten over het functioneren van een essentiële actor in het politieke stelsel tot de kern van het academisch bedrijf behoort. Vandaar deze reactie.

Deze reactie gaat in op commentaren van Ron Hillebrand, Philip van Praag, Kris Deschouwer en Ank Michels, zoals die het afgelopen jaar in verschillende publikaties (waaronder *Acta Politica*) zijn verschenen.¹ Voorop zij vermeld dat ik deze commentaren zeer waardeer, al kan ik mij – zoals zal blijken – er niet altijd in vinden. Afgezien van kanttekeningen bij enkele details, gaan zij alle vier vooral in op het concept van de moderne kaderpartij, waarbij Hillebrand de nadruk legt op de vraag of een moderne kaderpartij in de praktijk kan bestaan, Van Praag zich met name afvraagt of ik de problemen van de huidige partijen niet onderschat, terwijl Deschouwer en Michels vooral de methodologische status van dit type bezien.

Hillebrand concludeert 'dat de moderne kaderpartij in de praktijk niet levensvatbaar lijkt te zijn'. Zijn redenering is de volgende. Een belangrijk kenmerk van de moderne kaderpartij is de interne partijdemocratie. Tegelijkertijd echter is een dergelijke partij sterk op kiezers gericht. Maar, zo vraagt Hillebrand zich af, kunnen politieke vertegenwoordigers zich wel primair op de kiezers richten als zij tevens een verantwoordingsplicht hebben tegenover de leden? Hij beantwoordt die vraag negatief. Wanneer zich een verschil van inzicht tussen de politieke vertegenwoordigers en de partijleden voordoet, zijn er zijns inziens twee oplossingen. Ofwel de vertegenwoordi-