



Universiteit  
Leiden  
The Netherlands

## **Aan de deur geen politiek? Een verkennend onderzoek naar de effecten van een huisbezoek-campagne en de houdingen daartegenover**

Andeweg, R.B.; Dittrich, K.L.L.M.; Haeften, M.P.H. van

### **Citation**

Andeweg, R. B., Dittrich, K. L. L. M., & Haeften, M. P. H. van. (1975). Aan de deur geen politiek?: Een verkennend onderzoek naar de effecten van een huisbezoek-campagne en de houdingen daartegenover. *Acta Politica*, 10: 1975(3), 237-254. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3450955>

Version: Publisher's Version

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

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3450955>

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

**Kernredactie**

Drs. L. P. de Bruijn, drs. R. P. van den Helm, drs. B. J. S. Hoetjes, drs. K. Koch (secretaris), dr. J. van Putten, prof. dr. J. K. De Vree  
Dit tijdschrift wordt uitgegeven onder auspiciën van de Nederlandse Kring voor Wetenschap der Politiek

**Redactieraad**

Jhr. drs. G. van Benthem van de Bergh, drs. J. Th. J. van den Berg, dr. H. R. van Gunsteren, prof. dr. A. Hoogerwerf, drs. J. A. M. Klaver, dr. A. E. van Niekerk, drs. O. Schmidt, prof. dr. G. H. Scholten, mr. drs. I. Th. M. Snellen, drs. J. H. Thomassen

**Bijdragen**

en andere mededelingen voor de redactie zende men aan de redactie-secretaris, drs. K. Koch, p.a. Volkenrechtelijk Instituut van de Rijksuniversiteit Utrecht, Janskerkhof 16, Utrecht (030 - 31 87 49); de kopij dient persklaar te worden ingezonden, in drievoud en in machineschrift

**Boeken ter recensie**

en boekbesprekingen zende men aan de boekenredacteur, drs. B. J. S. Hoetjes, p.a. Erasmus Universiteit H 14 - 21, Burgemeester Oudlaan 50, Rotterdam; terugzending van ongevraagde recensie-exemplaren kan niet plaatsvinden

**Administratie**

Voor abonnementen en advertenties richt men zich tot de uitgever, Boompers boeken- en tijdschriften-uitgeverij bv (Boom Meppel), Groenmarktstraat 1 te Meppel (05220/54306); postrekening 2756509

Acta Politica verschijnt driemaandelijks; de abonnementsprijs bedraagt f 42,15, voor instellingen f 57,—; voor studenten f 29,50 (maximaal gedurende zeven achtereenvolgende jaren).

Voor het buitenland gelden aangepaste tarieven die op aanvraag te verkrijgen zijn.

Losse nummers f 13,50

Advertentietarieven: 1/1 pagina f 300,—; 1/2 pagina f 170,—.

Indien men het abonnementsgeld gireert voor een ander gelieve men op het girostrookje duidelijk naam en adres van de abonnee te vermelden, ter vermijding van dubbele incasso



**Aan de deur geen politiek?**

een verkennend onderzoek naar de effecten van een huisbezoek-campagne en de houdingen daartegenover

door R. B. Andeweg, K. L. L. M. Dittrich, M. P. H. van Haften

**Inleiding**

'(. . . E)en campagne (heeft) in de nederlandse politiek nauwelijks enige betekenis. Wij Nederlanders zijn — zeker op politiek gebied — niet erg strijd-lustig. Wij zijn van huis uit samenwerkertjes. Onze ingevreten hokjesmentaliteit wordt sinds jaar en dag overgecompenseerd door een hang naar de gezamenlijkheid', schreef Ed. van Thijn in 1966.<sup>1</sup>

Het is de vraag of hij dat nu, negen jaar later, nog staande zou willen houden. Rond 1966 kondigde zich immers ook het langzaam afbrokkelen van ons oude vertrouwde zuilensysteem aan.<sup>2</sup>

Binnen dat zuilensysteem was aan verkiezingen een grootdeels rituele taak beschoren; de electorale koek was immers toch al verdeeld, de winstmarge was klein.

Inmiddels hebben verschijnselen als pacificatie en verzuiling plaats moeten maken voor polarisatie en deconfessionalisering. De politieke partijen kunnen het zich niet langer veroorloven de verkiezingscampagne te zien als 'een lastige onderbreking van hun dagelijkse beslommeringen'.<sup>3</sup>

Door de ontzuiling van het kiezersvolk en de verlaging van de kiesgerechtigde leeftijd heeft de groep zogeheten zwevende kiezers of wisselaars, sterk aan omvang en belang gewonnen, waardoor de winstmarge weer vergroot is. De afschaffing van de opkomstplicht heeft tot gevolg dat juist deze minder zuilgebonden kiezers vaak niet meer 'vanzelf' naar de stemlokalen trekken, maar daartoe aangespoord moeten worden.

Wat onwennig nog nemen de politici deze nieuwe taak op zich, wat menigmaal tot vermakelijke en media-genieke gebeurtenissen aanleiding heeft gegeven. Op zoek naar voor ons land nieuwe methodes om de kiezer te benaderen, wendt men zich tot het buitenland. Dat brengt grote risico's met zich mee. Nederland is Engeland of Duitsland niet en met daar wellicht succesrijke technieken kan men hier de plank wel eens falikant mis slaan. Een van deze geïmporteerde campagne-technieken is het 'canvassing', het huis-aan-huis-bezoek. Deze, voornamelijk in de Verenigde Staten en Groot Brittanië gebezigde, methode ziet er in zijn meest uitgebreide vorm ongeveer als volgt uit.

Geruime tijd voor de verkiezingen gaan vrijwilligers de huizen langs om te informeren of de bewoners gaan stemmen, en zo ja, of zij er iets voor voelen om de partij van de huisbezoeker te kiezen. Deze laatste 'promises' krijgen nog wat extra propaganda-lectuur en een tweede bezoek kort voor de verkiezingen. Daarbij wordt de kiezer ook een kaartje uitgereikt met daarop

Wij danken dr. G. A. Irwin voor zijn bijzonder waardevolle adviezen en kritische opmerkingen. Tevens danken wij prof. dr. A. Lijphart voor zijn opmerkingen.

een laatste oproep om te gaan stemmen, en zijn naam en adres. De bezochte kiezer wordt verzocht dit kaartje mee te nemen naar het stemlokaal. Op de verkiezingsdag zelf staan buiten de stembureaus weer vrijwilligers om de kaartjes in ontvangst te nemen. Op centrale posten, de 'committee rooms', wordt vervolgens nagegaan welke kiezers nog niet zijn opgekomen. Naar deze thuisblijvers worden dan weer vrijwilligers gedirigeerd voor de 'knocking up', voor het aansporen van de niet-stemmers om alsnog een bezoek aan het stemlokaal te brengen. Het zal geen verwondering wekken dat deze campagne-strategie zoveel tijd en inzet van vrijwilligers kost dat het veelal niet mogelijk is alle onderdelen (en vooral de 'knocking up') uit te voeren. Bovendien is dit niet de enige in omloop zijnde methode. Maar omdat de Britse versie dikwijls wordt aangehaald als voorbeeld voor een nederlandse huisbezoek-campagne hebben wij deze uitgebreide methode gedetailleerd uiteengezet.

#### Ervaringen in het buitenland

Zoals wij reeds hebben opgemerkt, was huisbezoek tot voor kort vooral een engels-amerikaans verschijnsel. Uit die landen zijn dan ook de meeste onderzoeken naar de effecten van canvassing op het kiesgedrag afkomstig. In deze studies stonden steeds twee vragen centraal: (a) wat is het effect van huisbezoek op de opkomst?, en (b) wat is het effect van huisbezoek op de uitslag, met name voor de partij of groepering die zo'n campagne voert? Sommige onderzoeken waren gebaseerd op survey-research, maar een opvallend aantal was in de vorm van een experiment gegoten. Daarbij werden één of meer groepen aan huis-aan-huis-bezoek onderworpen en één of meer andere juist niet, terwijl geprobeerd werd om alle andere variabelen die electorale effecten zouden kunnen sorteren, zoveel mogelijk constant te houden. Na afloop van het experiment werden de resultaten door middel van een enquête in kaart gebracht of werden de verkiezingsuitslagen van de verschillende groepen vergeleken.

Een van de eerste experimentele studies naar de effecten van huisbezoek op het kiesgedrag is de serie experimenten geweest die Samuel J. Eldersveld in de vijftiger jaren in Ann Arbor, Michigan, uitvoerde.<sup>4</sup> In deze experimenten werd niet alleen naar het effect van canvassing gekeken maar ook naar de invloed van verkiezingspropaganda per post of telefoon. In de Ann Arbor-experimenten waren er dus naast de contrôle-groep (de groep die aan geen van de onderzochte stimuli werd blootgesteld) meerdere onderzoeksgroepen, voor elke campagne-methode één. Een enquête na afloop leverde het materiaal om de verschillende groepen te kunnen vergelijken. De meest in het oog springende gevolgtrekking uit deze studies is, dat kiezers die op enigerlei wijze benaderd zijn, in grotere getale opkomen dan kiezers die

'overgeslagen' zijn. Bovendien blijken de kiezers die aan een post-, telefoon- of huisbezoek-campagne hebben blootgestaan, zich positiever op te stellen tegenover de kandidaat of issue waarvoor de campagne is gevoerd. Zij brengen dit ook in hun stemgedrag tot uiting. Een tweede opmerkelijk punt is het feit dat dit, vergeleken met de andere methodes, in sterkere mate geldt voor kiezers die huisbezoek hebben gehad.<sup>5</sup> Zij herinneren zich het feit dat zij benaderd zijn ook het best.

#### Oorzaak en gevolg

Maar hebben wij hier wel te doen met een werkelijk causaal verband, zijn het echt de campagne-activiteiten die de genoemde effecten te weeg brengen? Of is er een, nog achter de coulissen verscholen, variabele aan welke wij de verhoogde opkomst en de winst voor de huisbezoeker moeten toeschrijven? Deze variabele zou gelegen kunnen zijn in de gedachte dat de kiezer graag op het 'winnende paard wil wedden'. In één van Eldersveld's experimenten was het inderdaad zo dat er nauwelijks tegenstand was voor de 'charter revision' waar het in de betreffende stemming om ging en waarvoor in het experiment propaganda werd gemaakt.<sup>6</sup> Het is zeker niet denkbeeldig dat in zo'n geval het 'majority effect' een belangrijke rol speelt. Dit 'majority effect' is door Phillips Cutright beschreven als '(...) the effect on an individual's party choice that is the result of living in a relatively homogeneous political environment. A person is in a majority situation when opinion on party choice strongly favours one party. Several studies have discovered a majority effect that delivers bonus votes to the dominant party in a one-party area'.<sup>7</sup> Toch is het niet zo dat Cutright geen enkele invloed meer aan de campagne-voerder toekent: 'When we removed the majority effect, we found that the party worker was still 'delivering the vote' but to a lesser extent than we would have believed had we not made the correction'.<sup>8</sup> Katz en Eldersveld hebben zelfs ontdekt dat wanneer de partij in een meerderheidspositie verkeert andere factoren een grotere invloed op het stemgedrag hebben dan de activiteiten van de locale partij-afdeling. Is de partij ter plaatse echter in een minderheidspositie dan spelen die activiteiten een veel grotere rol.<sup>9</sup>

Naast het voorbehoud ten aanzien van de relatieve kracht van de huisbezoekende groepering in het campagne-gebied is er nog een tweede kwalificatie die wij moeten maken. Het is namelijk niet zo dat canvassing altijd een effect heeft op zowel opkomst als partijvoorkeur. Gerald Kramer concludeerde: '(...) the primary effect of door-to-door canvassing during a presidential campaign is to increase turnout; there is little effect on voter preferences for national or local offices'.<sup>10</sup> Nu zijn de Amerikaanse presidentsverkiezingen natuurlijk wel gebeurtenissen die veel aandacht krijgen in de

massa-media. De periode tussen de primaries en de werkelijke verkiezingen is ook zo lang dat de kiezers voor een groot deel hun favoriet al hebben uitgezocht voordat de huisbezoekers hun ronde doen. Dat ligt heel anders bij verkiezingen die van minder belang zijn in de ogen van de kiezers en die minder publiciteit krijgen. Daar is het veeleer zo dat 'exposure to campaign news persuades voters, rather than merely activating predispositions, as in presidential elections'.<sup>11</sup>

Opmerkelijk is evenwel dat de effecten in zo'n 'low-salience' campagne precies omgekeerd liggen. Blydenburgh onderzocht bijvoorbeeld de effecten van een huisbezoek-campagne voor 'Monroe County Legislator', verkiezingen waaraan in de media geen enkele aandacht werd besteed.<sup>12</sup> Hoewel hij wel een duidelijk effect op de partijvoorkeur vaststelde was er geen correlatie tussen huisbezoek en opkomst te vinden. In een vergelijkbare campagne kwamen de onderzoekers zelfs tot de verrassende conclusie: 'The turnout figures suggest that, if anything, canvassing tends to depress turnout'.<sup>13</sup>

In Engeland lijken dit soort complicaties zich niet voor te doen. De onderzoeksresultaten daar wijzen op een opkomstbevorderend effect van canvassing en ook op een duidelijk voordeel voor de huisbezoekende partij. De door ons geraadpleegde onderzoeken beperken zich wel tot lokale verkiezingen in Engeland.<sup>14</sup> Hoewel ook in Engeland deze lokale verkiezingen gekenmerkt worden door een lagere opkomst dan die bij nationale verkiezingen, zou het ons inziens toch niet gerechtvaardigd zijn om hier van 'low salience' campagnes te spreken. Zo zijn bijvoorbeeld de opkomstpercentages nog altijd heel wat hoger dan die bij vele lokale verkiezingen in de Verenigde Staten. Voor een groot deel is dit ongetwijfeld te wijten aan het veel grotere aantal ook lagere functionarissen dat in Amerika gekozen moet worden ( $\pm 875.000$  tegenover  $\pm 80.000$  in het Verenigd Koninkrijk). Wanneer wij de Amerikaanse en Engelse studies op één hoop zouden gooien ontstaat ongeveer het volgende beeld.

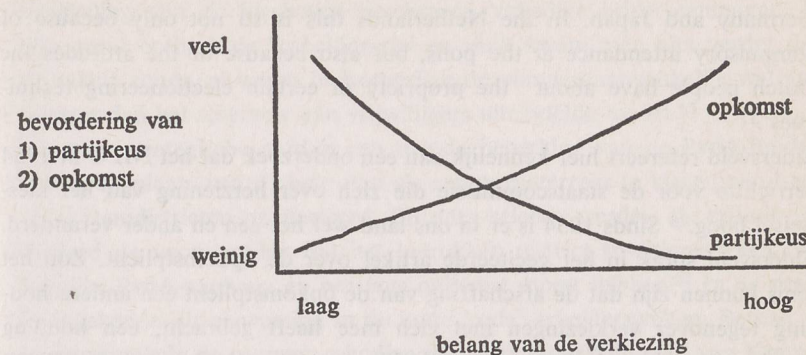
Bij verkiezingscampagnes waarbij veel op het spel staat en die sterk in de publiciteit staan, heeft huisbezoek vooral een opkomstbevorderend effect. Bij verkiezingen van middelmatig belang waaraan voornamelijk door de lokale pers aandacht wordt besteed heeft canvassing een positief effect op zowel het opkomstpercentage als het percentage stemmen voor de bezoekende partij. Wordt er door de kiezers nauwelijks belang gehecht aan de verkiezing en zien de media er geen brood in, dan heeft het huisbezoek vooral invloed op de partijvoorkeur.

#### Canvassing in Nederland?

Wanneer wij willen onderzoeken of deze hypothesen ook in ons land op-

Grafiek 1:

Effecten van huisbezoek naar de belangrijkheid van de verkiezing



gaan stuiten wij direct op de enorme verschillen tussen Nederland en de beide Engel-saksische landen. Hoewel de Verenigde Staten en Engeland qua politieke cultuur en partijpolitiek stelsel allermindst elkaars evenbeeld zijn, is er tussen beide landen toch een opvallende en in verband met canvassing relevante overeenkomst: het partijstelsel kan in beide landen, ondanks Scottish Nationalists en Liberals, ondanks Spock of Wallace, toch als een twee-partij-systeem gekenschetst worden. Technisch-organisatorisch past huisbezoek beter in een twee-, of in ieder geval weinig-partijstelsel. Men denke alleen al aan het veel grotere reservoir aan vrijwilligers waarover een partij-afdeling in zo'n systeem kan beschikken. Ook de winstmarge is in een twee-partij-stelsel groter. Stein Rokkan merkt hierover op: 'In differentiated party systems, such as the Scandinavian and the Dutch, there is as a matter of empirical fact very little leeway for campaign efforts: a 2 or 3 percent swing tends to be looked upon as a landslide. In the cruder party systems of the English-speaking countries there is, of course, a much greater margin of indeterminacy and a case is much easier to make for concerted campaign efforts'.<sup>15</sup> Gelukkig voor de vaderlandse huisbezoekers stelt hij twee bladzijden verder, sprekend over de campagne via de partij-organisatie, in tegenstelling tot de massa-media propaganda: 'There is a curious paradox here, however: much of the research evidence used in the defence of the organizational approach has been collected in America, but the conditions for the success of this strategy are vastly more favourable within the socially and politically more homogeneous parties of Western Europe'.<sup>16</sup>

Niet alleen het partijstelsel van ons land verschilt met het Engelse of Amerikaanse systeem. De stelling dat de politieke cultuur hier te lande op belangrijke punten afwijkt van die in beide Engel-saksische landen zullen slechts weinigen ons betwisten. Men hoort wel beweren dat canvassing een van die

verschilpunten is. Zo stelde Eldersveld in 1956 dat '(h)ouse-to-house canvassing is frowned upon or just not done in countries like the Netherlands, Germany and Japan. In the Netherlands this is so not only because of compulsory attendance at the polls, but also because of the attitudes the Dutch people have about the propriety of certain electioneering techniques'.<sup>17</sup>

Eldersveld refereert hier kennelijk aan een onderzoek dat het NIPO in 1954 verrichtte voor de staatscommissie die zich over herziening van het kiesstelsel boog.<sup>18</sup> Sinds 1954 is er in ons land wel het een en ander veranderd. Eldersveld sprak in het geciteerde artikel over de opkomstplicht. Zou het soms kunnen zijn dat de afschaffing van de opkomstplicht een andere houding tegenover verkiezingen met zich mee heeft gebracht, een houding waarin meer plaats is voor op persoonlijk contact gerichte campagnes? Dit blijkt niet het geval te zijn, zoals uit cijfers uit het participatie-onderzoek van de leidse vakgroep Politieke Wetenschap blijkt.<sup>19</sup>

Tabel 1:

Houding tegenover op persoonlijk contact gerichte campagnes

	NIPO 1954	RU Leiden 1971
positief	29	31,8
negatief	55	56,8
weet niet/geen antwoord	16	11,4
	(100 %) n = 1908	(100 %) n = 1746

Gedurende zestien jaar is dus geen wezenlijke verandering gekomen in de afwijzende houding van de kiezers ten opzichte van dergelijke op persoonlijk contact gerichte campagne-methodes. Deze afwijzing berust voornamelijk op angst voor te opdringerige reclame waardoor mensen met mooie woorden en holle beloften omgepraat worden. 'In het algemeen doen de geopperde bezwaren denken aan die welke men heeft tegen de reiziger in stofzuigers huis aan huis'.<sup>21</sup> Het DS'70-kamerlid De Brauw meende zelfs dat door een eventuele 'knocking up' '(...) kiezers bij de stembus onder zodanige morele druk worden geplaatst, dat hieruit praktisch stemdwang voortvloeit'.<sup>22</sup>

Desalniettemin heeft het huisbezoek bij de verkiezingen voor Staten en Raden in 1974 ook in ons land duidelijk zijn intrede gedaan. Hoewel hier en daar ook andere partijen (de Socialistische Partij bijvoorbeeld) langs de deuren gingen, is voorzover ons bekend de Partij van de Arbeid de enige partij geweest, die in betekende mate van deze, voor ons land nieuwe,

campagne-techniek gebruik heeft gemaakt. Het canvassing, zoals dat bijvoorbeeld in Leiden en Rotterdam werd gedaan, was echter een waterige afspiegeling van de hierboven beschreven volledige britse campagne. In ieder geval ontbrak de 'knocking up' en vaak kwam men niet verder dan een enkele ronde, al waren in Rotterdam de plannen aanvankelijk wel ambitieuzer dan het reservoir aan vrijwilligers uiteindelijk toeliet.<sup>23</sup>

Van meer strategische aard is een tweede beperking van de PvdA-huisbezoeken. In plaats van de hele stad als campagnerrein te kiezen werd een aantal stembedistricten geselecteerd. Bij deze selectie werden als criteria gehanteerd de voorwaarden dat het betrokken district traditioneel een omvangrijke PvdA-aanhang en een lage opkomst moest hebben.<sup>24</sup> In de praktijk betekende dit canvassing in de oude 'rode' arbeiderswijken. Bewust of onbewust volgde de campagne-leiding met deze tactiek de raad van Kramer dat '(t)o be effective, a canvass should concentrate on turning out the vote among voters and in neighborhoods which are likely to support the party; and it must avoid contacting opposition voters'.<sup>25</sup> Dit laatste om te voorkomen dat slapende honden wakker gemaakt worden, waardoor het huisbezoek juist een 'boemerang-effect' teweeg zou brengen.

Over de gevolgen van deze beperking tot 'sterke districten' voor ons onderzoek komen wij nog te spreken.

#### Opzet van het onderzoek

Om de effecten van huisbezoek op de opkomst en op de uitslag van de gemeenteraadsverkiezing te onderzoeken, is een analyse uitgevoerd van de Statenverkiezing van maart 1974 en de gemeenteraadsverkiezing van mei 1974 in Leiden. Vergelijking met andere verkiezingen dan de Statenverkiezing bleek onmogelijk, omdat de geografische indeling van de stembureaus tijdens die andere verkiezingen aanmerkelijk bleek te verschillen van de indeling bij de gemeenteraadsverkiezing.

Aan de analyse die uitgevoerd werd, kleven twee beperkingen. In de eerste plaats zijn Provinciale Staten- en gemeenteraadsverkiezing eigenlijk onvergelijkbaar, omdat bij gemeenteraadsverkiezingen vaak andere lijsten meedoen dan bij Statenverkiezingen en omdat de issues verschillend zijn. In Leiden namen bijvoorbeeld drie lijsten aan de gemeenteraadsverkiezing deel, die niet aan de Statenverkiezing hadden meegedaan. Deze drie lijsten behaalden echter maar een zeer klein percentage van de stemmen, zodat er toch sprake kon zijn van een vergelijking.<sup>26</sup>

In de tweede plaats heeft de PvdA slechts huisbezoek gedaan in die bureaus, waar de partij een grote aanhang heeft. Om een eventueel optredend 'majority effect' te kunnen ondervangen moesten de bewerkte bureaus niet met alle overige bureaus vergeleken worden, maar slechts met die bureaus waar

de PvdA over een vergelijkbaar sterke aanhang beschikte. Onderscheiden werden derhalve, zowel bij de Statenverkiezing als bij de gemeenteraadsverkiezing: (a) 8 sterke PvdA-districten met huisbezoek, (b) 17 sterke PvdA-districten zonder huisbezoek en (c) 25 overige districten. Als sterke PvdA-districten werden die bureaus genomen, waar de PvdA-aanhang bij de Statenverkiezing boven het stadsgemiddelde lag. Op de dag van de gemeenteraadsverkiezing, 29 mei, werd in twee stembureaus een enquête gehouden om de houding van de kiezers ten opzichte van huisbezoek te kunnen bepalen.<sup>27</sup> Eén van beide bureaus werd gekozen uit de groep waar huisbezoek was gehouden (hierna genoemd: onderzoeksbureau), het andere kwam uit de groep sterke PvdA-districten zonder huisbezoek (hierna genoemd: contrôle-bureau). Aan de kiezers werden vier vragen gesteld. Twee vragen hadden betrekking op huisbezoek en twee vragen op partijkeuze. De vragen naar partijkeuze leverden een beduidend lagere respons op dan de vragen over huisbezoek.<sup>28</sup> Bovendien bleek na vergelijking van de enquête en de werkelijke uitslag, dat bepaalde partijen nogal ondervertegenwoordigd waren bij de vraag naar partijkeuze. Wezenlijk andere resultaten kan deze ondervertegenwoordiging echter niet opgeleverd hebben.<sup>29</sup>

#### Het effect op de opkomst

Zoals de algemene trend was in de grotere steden, daalde ook in Leiden de opkomst bij de gemeenteraadsverkiezing vrij sterk vergeleken met de Statenverkiezing. Het opkomstpercentage zakte in Leiden met 10 % van 72,9 tot 62,9 %. Wat de opkomst per stembureau betreft, varieerde de daling van 5,0 tot 13,3 %. Een volledig overzicht van de resultaten per stembureau is opgenomen in de Appendix.

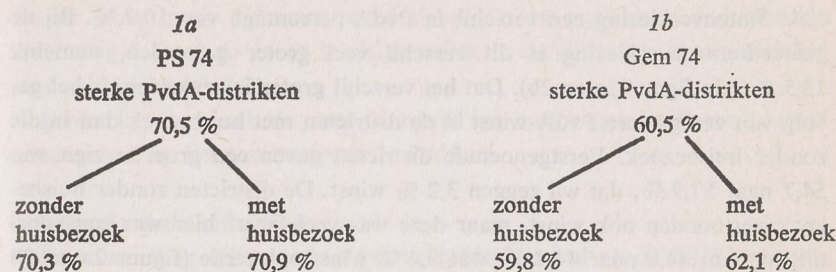
Bekijken we nu de sterke PvdA-districten, dan zien we dat daar de opkomst is gezakt van 70,5 tot 60,5 %. Deze percentages zijn geen gemiddelden van de opkomstcijfers per district, maar zij zijn gebaseerd op de somming van de absolute aantallen opgekomen kiezers in de sterke PvdA-districten, gedeeld door het aantal kiesgerechtigden in deze districten. Zowel de opkomstpercentages als de PvdA-percentages voor groepen van districten zijn op deze manier berekend.

Als we de sterke PvdA-districten in districten met en zonder huisbezoek splitsen, dan vertoont zich het volgende beeld: (figuur 1a en 1b)

Het blijkt dat de sterke PvdA-districten, waar geen huisbezoek is geweest, een opkomstdaling te zien geven van 70,3 naar 59,8 %, een daling dus van 10,5 %. In die districten, waar wel huisbezoek is geweest, daalde de opkomst van 70,9 naar 62,1 %, een daling van 8,8 %. Was het verschil in opkomst tussen beide groepen van districten bij de Statenverkiezing slechts 0,6 %, twee maanden later blijkt dat verschil opgelopen te zijn tot 2,3 %.

Figuur 1a en 1b:

Opkomstcijfer voor de sterke PvdA-districten bij Staten- en gemeenteraadsverkiezing



De opkomst in de districten met huisbezoek vertoont dus een winst van 1,7 % vergeleken met de districten zonder huisbezoek (zie tabel 2).

Tabel 2:

Verschillen in opkomstcijfers in percentages

	PS74	gem74	verschil	index (PS74 = 100)
stad	72,9	62,9	-10,0	86
PvdA-districten				
zonder huisbezoek	70,3	59,8	-10,5	85
PvdA-districten				
met huisbezoek	70,9	62,1	- 8,8	88

De minder sterke opkomstdaling in de districten met huisbezoek zien we ook als we de opkomstcijfers van de gemeenteraadsverkiezing gaan standaardiseren op basis van de Statenverkiezing (PS74 = 100). De index van tabel 2 laat duidelijk zien dat de opkomst ook relatief het minst sterk gedaald is in de districten met huisbezoek.

Geconcludeerd kan worden, dat het huisbezoek in Leiden een, weliswaar licht, positief effect heeft gehad op de opkomst in de bewerkte districten.

#### Het effect voor de PvdA

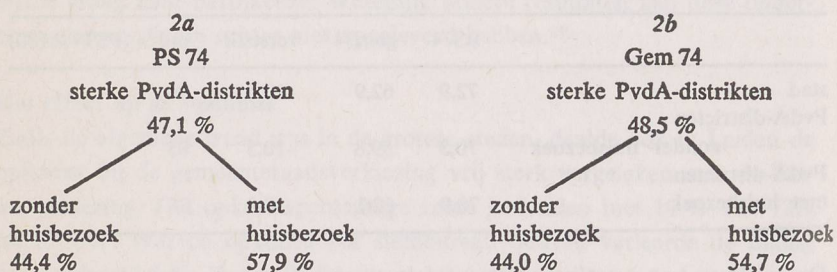
Leiden is een van de weinige steden, waar de PvdA vergeleken met de Statenverkiezing nog winst geboekt heeft. Behaalde de PvdA in maart een percentage van 37,3 %, in mei was dit met 0,3 % toegenomen tot 37,6 %. Evenals de opkomstpercentages zijn ook de PvdA-percentages per stembureau vergeleken, waarbij opvalt dat het PvdA-resultaat schommelt tussen een verlies van 3,3 % en een winst van 7,2 %. Een volledig overzicht vindt men in de Appendix.

Bedroeg de winst in de hele gemeente slechts 0,3 %, in de sterke PvdA-

districten was de winst beduidend groter: de PvdA steeg hier namelijk van 47,1 naar 48,5 %, een winst derhalve van 1,4 %. Tussen de sterke PvdA-districten met huisbezoek en die zonder huisbezoek bestond bij de Provinciale Statenverkiezing een verschil in PvdA-percentages van 10,7 %. Bij de gemeenteraadsverkiezing is dit verschil veel groter geworden, namelijk 13,5 % (zie figuur 2a en 2b). Dat het verschil groter is geworden, is het gevolg van een grotere PvdA-winst in de districten met huisbezoek dan in die zonder huisbezoek. Eerstgenoemde districten gaven een groei te zien van 54,7 naar 57,9 %, dat wil zeggen 3,2 % winst. De districten zonder huisbezoek vertoonden ook winst, maar deze was veel lager: hier was een vooruitgang van 44,0 naar 44,4 %, wat 0,4 % winst opleverde (figuur 2a en 2b en tabel 3).

*Figuur 2a en 2b:*

PvdA-percentages voor de sterke PvdA-districten bij Staten- en gemeenteraadsverkiezing



*Tabel 3:*

Verschillen in de uitslag van de PvdA (in percentages)

	PS74	gem74	verschil	index (PS74 = 100)
stad	37,3	37,6	+ 0,3	101
PvdA-districten				
zonder huisbezoek	44,0	44,4	+ 0,4	101
PvdA-districten				
met huisbezoek	54,7	57,9	+ 3,2	106

Om de invloed van het huisbezoek op de PvdA-percentages zuiver te kunnen meten, hebben wij ook hier alleen de percentages van sterke PvdA-districten met huisbezoek vergeleken met die van sterke districten zonder huisbezoek. Omdat de leidse afdeling van de Partij van de Arbeid voor de huisbezoekcampagne uit deze sterke districten nog eens de allersterkste heeft uitgekozen, geeft een beperking tot sterke PvdA-districten toch nog

onvoldoende waarborg voor een zuivere vergelijking. Van belang is hier daarom de standaardisering op basis van de Statenverkiezing (PS74 = 100), omdat de uitgangspunten dan gelijk worden, beide namelijk 100. Nu blijkt dat de winst in de districten met huisbezoek ten opzichte van de Statenverkiezing 6 maal zo groot is als de winst in de districten zonder huisbezoek (zie index tabel 3).

Ook hier ligt de conclusie voor de hand: het huisbezoek heeft een positief effect gehad op het resultaat van de PvdA.

#### Onbekend maakt onbemind

Zoals boven (pag. 242) reeds is vermeld, bleek zowel uit de NIPO-enquête van 1954 als uit het leidse participatie-onderzoek van 1971, dat de nederlandse kiezer op persoonlijk contact gerichte campagne-methodes afwees. In onze enquête hebben wij zowel in het onderzoeksbureau als in het contrôlebureau de vraag gesteld of men bij de volgende verkiezingen huisbezoek op prijs zou stellen.

*Tabel 4:*

Houding tegenover huisbezoek in Leiden 1974 (in percentages)

	onderzoeksbureau	contrôlebureau
positief	33,0	17,3
negatief	39,7	71,6
onverschillig	27,3	11,2
totaal	100,0 (531)	100,1 (707)

In het contrôlebureau vinden wij een nog sterker afwijzende houding dan die welke uit tabel 1 naar voren kwam. Hoewel in het onderzoeksbureau het aantal afwijzende antwoorden nog altijd groter is dan het aantal positieve, is het beeld hier toch wel heel anders. Het lijkt erop dat ook ten aanzien van huisbezoek onbekend onbemind maakt. Deze verklaring wordt nog aannemelijker wanneer wij alleen het onderzoeksbureau nemen en daarbinnen onderscheid maken tussen 'bezochte' en 'niet-bezochte' kiezers.

*Tabel 5:*

Huisbezoek en houding tegenover huisbezoek in het onderzoeksbureau

houding	positief	negatief	onverschillig	n
huisbezoek				
ja	41,7	25,8	32,5 (100,0)	252
nee	23,0	54,8	22,2 (100,0)	252

Hoewel voor het onderscheid tussen wèl en geen huisbezoek alleen is afgegaan op de herinnering van de respondenten, kunnen wij op grond van deze tabel toch wel concluderen dat kiezers die huisbezoek hebben gehad, over het algemeen positiever tegenover canvassing staan dan hun medeburgers die de ervaring van huisbezoek niet hebben.

Nu doet zich bij deze conclusie het probleem voor dat eigenlijk alleen de PvdA een huis-aan-huis-bezoek campagne heeft uitgevoerd. Het lijkt niet onwaarschijnlijk dat de kiezer huisbezoek van de partij, die zijn voorkeur geniet, meer op prijs stelt dan bezoek van een andere partij. Gezien de sterke concentratie PvdA-kiezers in de onderzochte districten versluiert dit het causaal verband dat wij in tabel 5 meenden te ontdekken.

Wij zijn daarom nagegaan in hoeverre de partijkeuze van invloed is op de houding tegenover huisbezoek. In de tabellen 6a t/m c zijn de cijfers hierover bijeengebracht, uitgesplitst naar contrôlebureau en onderzoeksbureau. Binnen dit laatste district is nog onderscheid gemaakt tussen kiezers met en zonder huisbezoekervaring. Gezien de overmacht van de PvdA in beide laatste deeltabellen, moesten wij alle niet-PvdA-kiezers tot één categorie samenvoegen.

Tabel 6:

Huisbezoek, partijvoorkeur en houding tegenover huisbezoek\*

(a) het contrôlebureau (geen huisbezoek)

houding	positief	negatief	onverschillig	n
partij				
PvdA	18,6	69,2	12,2 (100,0)	279
CDA	9,8	80,4	9,8 (100,0)	82
VVD	11,8	79,0	9,2 (100,0)	86
PSP/PPR/D'66	27,5	57,5	15,0 (100,0)	80
CPN	31,3	56,2	12,5 (100,0)	32
overig**	15,6	71,9	12,5 (100,0)	32
niet-PvdA	17,9	70,5	11,6 (100,0)	302

\*\* overig: SGP/GPV, DS'70, PHvP, SP, Lijst-Koppen

(b) het onderzoeksbureau (geen huisbezoek)

houding	positief	negatief	onverschillig	n
partij				
PvdA	32,4	48,3	19,3 (100,0)	145
niet-PvdA	12,1	59,1	28,8 (100,0)	66

(c) het onderzoeksbureau (wel huisbezoek)

houding	positief	negatief	onverschillig	n
partij				
PvdA	42,5	22,8	34,7 (100,0)	167
niet-PvdA	37,1	32,3	30,6 (100,0)	62

\* Respondenten, die geen partijvoorkeur opgaven, zijn niet in de tabel opgenomen.

De partijvoorkeur heeft inderdaad effect op de houding tegenover huisbezoek. Vooral PvdA-kiezers, maar ook andere linkse kiezers, staan, zelfs wanneer zij geen huisbezoek gehad hebben, minder negatief tegenover canvassing dan de kiezers op de overige partijen. Toch blijkt het huisbezoek nog steeds een zeer belangrijke factor te zijn in de meningsvorming over deze campagne-strategie, zodat wij onze eerdere conclusie staande kunnen houden: bezochte kiezers staan positiever tegenover huis-aan-huis-bezoek dan niet bezochte kiezers. Opvallend is wel, dat in het onderzoeksbureau zowel de PvdA-kiezers als de niet-PvdA-kiezers, die geen huisbezoek hebben gehad veel minder negatief staan ten opzichte van huisbezoek dan de kiezers in het contrôle-bureau. Aangezien de kiezers uit het onderzoeksbureau, die geen huisbezoek hebben gehad, wel veel negatiever op huisbezoek reageren dan zij die wel huisbezoek hebben gehad, menen wij dat onze conclusie gehandhaafd kan blijven. De afwijzing van deze methode zoals die uit oudere onderzoeken naar voren kwam, is dus geen ingewortelde karakteristiek van de Nederlandse politieke cultuur, maar eerder een kwestie van 'wat de kiezer niet kent, dat wil hij niet'.

### Conclusie

In de bovenstaande paragrafen hebben wij geprobeerd na te gaan of het effect dat huisbezoek op het kiesgedrag in Engeland en de Verenigde Staten heeft, ook optreedt in het qua partijstelsel, kiesstelsel en politieke cultuur zo verschillende Nederland. Onze belangrijkste bevindingen zijn dat in ons land (1) huisbezoek een opkomstbevorderend effect heeft, (2) huisbezoek winst brengt voor de partij die zo'n campagne voert en verder dat (3) kiezers op de linkse partijen zich over het algemeen positiever tegenover canvassing opstellen dan kiezers op andere politieke partijen en dat (4) kiezers die huisbezoek hebben gehad positiever tegenover deze campagnevorm staan dan kiezers die deze ervaring niet hebben.

Ten aanzien van de eerste twee conclusies dringt zich een vergelijking met Engeland op. Ook daar constateerden onderzoekers immers dat huisbezoek bij lokale verkiezingen niet alleen de opkomst maar ook het percentage stemmen voor de bezoekende partij gunstig beïnvloedt. Wij verklaarden daar het



verschil met de Amerikaanse lokale verkiezingen uit het feit dat in Engeland lokale verkiezingen niet echt 'low salience' zijn. Datzelfde geldt ons inziens ook voor Nederland, en dat verklaart de overeenkomst met de Engelse onderzoeken wellicht. Ook in Nederland zien wij dat de gemiddelde opkomst bij gemeenteraadsverkiezingen lager is dan die bij Staten- en vooral die bij Kamer-verkiezingen. Maar toch trekt in ons land bij de Raadsverkiezingen nog altijd een flinke meerderheid van de kiesgerechtigden naar de stembus. En hoewel er minder informatie is over de gemeenteraadsverkiezingen — radio, televisie en landelijke dagbladen beperken zich tot incidentele verslaggeving over enkele grote steden — is er desalniettemin rond de lokale verkiezingen wel degelijk een 'verkiezingssfeer' aanwezig met raambiljetten, folders, geluidswagens en informatie in de plaatselijke pers. Echte 'low salience' of 'low information' campagnes moeten wij in Nederland waarschijnlijk eerder zoeken bij de verkiezingen voor deelgemeenteraden, universitaire besluitvormingsorganen en dergelijke.

De Nederlandse gemeenteraadsverkiezingen komen zo, met hun Engelse equivalent, in de categorie 'medium salience' terecht, met dit voorbehoud dat zich in Nederland de situatie waarin meerdere partijen in dezelfde verkiezingscampagne dezelfde kiezers bezoeken nog niet heeft voorgedaan. Wat het effect daarvan zou zijn is nog een open vraag en het is lang niet de enige witte plek op de kaart van het 'canvassing-onderzoek'. Wat is bijvoorbeeld het effect van huisbezoek door een partij in een wijk waar deze partij niet sterk vertegenwoordigd is? Wat is het effect van canvassing in wijken waar de opkomst reeds hoog is? De afdeling Leiden van de PvdA heeft de kiezers maar één keer bezocht. Wat zijn de gevolgen van een campagne waarin de twijfelaars meer bezoeken krijgen? Wat is het resultaat van een echte 'knocking up'? Wat gebeurt er wanneer het verkiezingen zijn voor Provinciale Staten of voor de Tweede Kamer?

Een geweldig belangrijke vraag is ook welke politieke partijen bij huisbezoek baat kunnen hebben, want het is duidelijk dat niet alle Nederlandse partijen geografisch voldoende geconcentreerd zijn om te voorkomen dat de huisbezoekers meer opposanten dan aanhangers naar de stembus brengen. Kortom: het onderzoek naar deze nieuwe campagne-vorm is nog lang niet afgesloten. Het zou aanbeveling verdienen wanneer toekomstige verkiezingsonderzoeken meer dan voorheen aandacht zouden besteden aan de verkiezingscampagne en alles wat daarmee samen hangt.

#### Noten

- 1 Ed. van Thijn, 'Een Moderne Verkiezingscampagne', *Socialisme & Democratie*, 1966, blz. 707.
- 2 Zie bijvoorbeeld: A. Lijphart, 'Kentering in de Nederlandse Politiek', *Acta*

*Politica*, 1969, blz. 231-247.

- 3 Ed van Thijn, *op. cit.*
- 4 Samuel Eldersveld and Richard Dodge, 'Personal Contact or Mail Propaganda? An Experiment in Voting Turnout and Attitude Change', in Daniel Katz (ed.), *Public Opinion and Propaganda*, 1954, New York, blz. 532-542; en Samuel Eldersveld, 'Experimental Propaganda Techniques and Voting Behavior', *APSR*, 1956, blz. 154-165.
- 5 De grotere effectiviteit van canvassing ten opzichte van telefonische propaganda blijkt ook uit: John C. Blydenburgh, 'A Controlled Experiment to Measure the Effect of Personal Contact Campaigning', *Midwest Journal of Political Science*, 1971, blz. 366.
- 6 Samuel Eldersveld and Richard Dodge, *op. cit.*
- 7 Phillips Cutright, 'Measuring the Impact of Local Party Activity upon the General Election Vote', *Public Opinion Quarterly*, (hierna POQ), 1963, blz. 373. Het 'majority effect' is overigens geen wet van Meden en Perzen. Een interessante uitzondering vormen de zuidelijke provincies van ons land waar de KVP relatief gezien een geringere percentage van de katholieken pleegt aan te trekken dan in de noordelijke provincies waar de katholieken juist in de minderheid zijn.
- 8 Phillips Cutright, *op. cit.*, blz. 385.
- 9 Daniel Katz and Samuel Eldersveld, 'The Impact of Local Party Activity upon the Electorate', opgenomen in Dreyer and Rosenbaum, *Political Opinion and Behavior*, second edition, 1970, Belmont, blz. 452-461.
- 10 Gerald H. Kramer, 'The Effect of Precinct-level Canvassing on Voting Behavior', *POQ*, 1971, blz. 572.
- 11 Raymond E. Wolfinger, 'The Influence of Precinct Work on Voting Behavior', *POQ*, 1963, blz. 398.
- 12 John C. Blydenburgh, *op. cit.*
- 13 Ted Bartell and Sandra Bouxsein, 'The Chelsea Project: Candidate Preference, Issue Preference and Turnout Effects of Student Canvassing', *POQ*, 1973, blz. 268-275.
- 14 J. M. Bochel and D. T. Denver, 'Canvassing Turnout and Party Support: an Experiment', *British Journal of Political Science* (hierna BJoPS), 1971, blz. 257-259.
- J. M. Bochel and D. T. Denver, 'The Impact of the Campaign on the Results of Local Government Elections', *BJoPS*, 1972, blz. 239-244.
- B. Pimlott, 'Does Local Party Organisation Matter', *BJoPS*, 1972, blz. 381-383.
- 15 Stein Rokkan, *Citizens, Elections, Parties*, Oslo, 1970, blz. 421.
- 16 Idem, blz. 423. Beide citaten lijken met elkaar in tegenspraak. Volgens onze exegetische bedoelt Rokkan hier dat de winstmarge voor campagnes in het algemeen in ons land gering zou zijn maar dat, gegeven deze kleine marge, alle overige factoren maken dat juist de huisbezoekcampagne in een land als het onze beter zou kunnen gedijen dan in de Engel-saksische landen.
- 17 Samuel Eldersveld, *op. cit.*, blz. 154-155.
- 18 *De Nederlandse Kiezer; zijn gedragingen en opvattingen*, Den Haag, 1956.
- 19 Bedoeld wordt hier het in Leiden uitgevoerde Nederlandse deel van het Cross National Study in Political Participation.
- 20 De vraag in het NIPO-onderzoek luidde: 'In sommige landen gaan vele kandidaten bij de verkiezingen zoveel mogelijk mensen langs om hen in een per-

soonlijk gesprek duidelijk te maken, wat zij eigenlijk zullen doen als zij gekozen worden. Vindt u dat een goed systeem of geen goed systeem?' In het participatie-onderzoek is gevraagd: 'In sommige landen proberen de verkiezingscandidaten zoveel mogelijk mensen te ontmoeten gedurende de verkiezingsstrijd, om ze in een persoonlijk gesprek te vertellen wat ze zullen doen als ze gekozen worden. Vindt u dat dat in ons land eigenlijk ook zou moeten gebeuren of niet?

21 *De Nederlandse Kiezer*, op. cit., blz. 16.

22 *De Volkskrant*, 14 maart 1974.

23 Zie voor de Rotterdamse campagnes: Bas Duyster, 'Huis-aan-huis-bezoek helpt twijfelaars naar de stembus', *Partijkrant van de Partij van de Arbeid*, mei 1974, blz. 7.

H. Strooij, 'Goede ervaringen met Canvassing-systeem', *Rondvraag*, no. 3, 1974, blz. 22.

Zie voor huisbezoek in Leiden: *Verkiezingscampagne 1974, Een gedachtenbepaling van de verkiezingscommissie*, stencil PvdA-afdeling Leiden, 1974.

24 De campagneleiding van de PvdA in Leiden selecteerde de stembureaus 13, 21, 22, 26, 27, 29, 30 en 42 voor de huisbezoekcampagne.

25 Gerald H. Kramer, op. cit., blz. 572.

26 Uitslag verkiezing voor de Provinciale Staten 1974 in Leiden:

PvdA	37,3 %	CPN	4,7 %
KVP	9,7	SGP	1,1
VVD	19,9	PSP	2,6
ARP	4,4	DS'70	2,4
CHU	5,9	GPV	1,0
D'66	1,7	RKPN	0,2
PPR	7,4	BP	1,7

Uitslag voor de verkiezing van de Gemeenteraad 1974 in Leiden:

PvdA	37,6 %	SGP/GPV	2,4
CDA	23,4	DS'70	1,9
VVD	18,3	Socialistische Partij	1,5
PPR/PSP/D'66	10,4	PHvP	0,2
CPN	4,0	Lijst-Koppen	0,3

27 Wij danken de campagneleiding van de Partij van de Arbeid, de heer Montanus van de afdeling Verkiezingen van de gemeente Leiden en het Bureau Statistiek van de gemeente Leiden voor hun medewerking en onze medestudenten voor het enquêteren bij de stembureaus.

28 Hieronder de vragenlijst en de respons per vraag.

In deze laatste verkiezingscampagne in Leiden zijn verschillende partijen huis aan huis gegaan om de mensen op te roepen om te gaan stemmen en te vragen of ze op hun partij wilden stemmen.

	% kiezers	
	onderzoeksbureau (n = 672)	contrôlebureau (n = 888)
1 Hebt U zo een bezoek gehad? Zo ja, van welke partij?	69,9	79,7
2 Zoudt U het op prijs stellen bij toekomstige verkiezingen zulke bezoeken te krijgen?	68,8	79,7

3 Hoe heeft U zojuist gestemd?	61,1	66,3
4 En hoe heeft U gestemd tijdens de verkiezingen voor Provinciale Staten, 27 maart 1974?	59,7	64,9
30 Vergelijking van de enquête-uitslag en de werkelijke uitslag.	enquete-uitslag	werkelijke uitslag
onderzoeksbureau PvdA	70,7 %	62,6 %
CDA	7,8	13,8
VVD	4,0	4,6
PPR/PSP/D'66	5,5	5,4
CPN	6,4	8,6
SGP/GPV	1,1	0,6
DS'70	0,6	0,7
PHvP	0,2	0,4
Soc. Partij	2,5	3,0
Lijst-Koppen	1,1	0,9
Contrôlebureau PvdA	49,2	47,4
CDA	14,8	17,8
VVD	13,4	13,8
PPR/PSP/D'66	10,2	8,7
CPN	5,6	5,9
SGP/GPV	2,4	2,7
DS'70	1,4	1,4
PHvP	0,3	0,0
Soc. Partij	2,5	1,9
Lijst-Koppen	0,2	0,3

### Appendix

opkomst	PvdA					
	bureau <sup>1</sup>	PS' 74 %	Gem.'74 %	verschil %	PS' 74 %	Gem.' 74 %
1	75,4	64,0	- 11,4	21,0	17,7	- 3,3
2	71,6	60,9	- 10,7	25,6	24,7	- 0,9
4	66,7	57,1	- 9,6	32,0	33,7	+ 1,7
5	69,7	59,0	- 10,7	23,6	25,1	+ 1,5
6	69,5	59,4	- 10,1	33,0	33,6	+ 0,6
7	69,0	62,0	- 7,0	27,8	27,5	- 0,3
8	69,8	60,1	- 9,7	26,3	23,6	- 2,7
9	69,9	59,9	- 10,0	25,9	24,2	- 1,7
10(b)	67,4	54,4	- 13,0	40,3	39,4	- 0,9
11	72,4	61,2	- 11,2	38,0	40,1	+ 2,1
12(b)	79,1	67,9	- 11,2	43,6	45,7	+ 2,1
13(a)	66,6	61,6	- 5,0	47,5	47,1	- 0,4
14(b)	72,8	59,5	- 13,3	42,4	40,4	- 2,0
15	77,8	66,5	- 11,3	33,9	33,4	- 0,5
16	78,2	67,5	- 10,7	20,1	19,0	- 1,1
17	72,9	63,1	- 9,8	22,6	22,1	- 0,5

18(b)	55,4	45,7	- 9,7	45,5	47,8	+ 2,3
19(b)	63,2	50,8	- 12,4	47,5	48,3	+ 0,8
20(b)	64,8	55,5	- 9,3	42,7	46,4	+ 3,7
21(a)	72,7	62,1	- 10,6	57,1	59,8	+ 2,7
22(a)	62,5	53,5	- 9,0	55,5	62,7	+ 7,2
23(b)	63,4	54,5	- 8,9	43,3	40,6	- 2,7
24	67,7	57,7	- 10,0	31,9	31,0	- 0,9
25(b)	64,3	53,3	- 11,0	52,7	55,8	+ 3,1
26(a)	73,8	63,8	- 10,0	62,6	64,4	+ 1,8
27(a)	72,3	64,5	- 7,8	59,9	60,8	+ 0,9
28(b)	72,6	60,0	- 12,6	49,5	50,1	+ 0,6
29(a)	78,2	68,9	- 9,3	50,7	53,1	+ 2,4
30(a)	75,3	67,1	- 8,2	49,2	53,3	+ 4,1
31	76,4	65,0	- 11,4	32,4	30,9	- 1,5
32(b)	75,8	65,3	- 10,5	42,5	41,7	- 0,8
33	76,6	66,3	- 10,3	35,8	35,4	- 0,4
34	82,7	73,1	- 9,6	21,4	19,0	- 2,4
35	80,9	74,3	- 6,6	16,7	16,0	- 0,7
36	82,7	74,6	- 8,1	27,0	25,6	- 1,4
37	83,9	73,5	- 10,4	30,3	28,4	- 1,9
38(b)	72,4	63,2	- 9,2	42,2	39,8	- 2,4
39(b)	77,9	66,8	- 11,1	45,9	45,3	- 0,6
42(a)	68,6	59,2	- 9,4	49,7	53,1	+ 3,4
43	76,1	66,7	- 9,4	22,4	22,3	- 0,1
44	75,4	66,5	- 8,9	32,4	32,5	+ 0,1
45(b)	71,1	59,7	- 11,4	46,6	47,4	+ 0,8
46(b)	78,1	66,5	- 11,6	40,9	40,4	- 0,5
47	74,6	65,1	- 9,5	29,5	30,3	+ 0,8
48(b)	72,3	65,6	- 6,7	42,3	45,6	+ 3,3
49(b)	74,3	63,0	- 11,3	40,5	41,1	+ 0,6
50	77,6	65,0	- 12,6	32,4	32,6	+ 0,2
51(b)	74,5	63,9	- 10,6	45,4	44,7	- 0,7
52	77,0	64,7	- 12,3	28,2	28,2	- 0,0
3 + 40 +						
41 + 53 <sup>2</sup>	75,8	65,4	- 10,4	32,9	35,0	+ 2,1

<sup>1</sup> De letters tussen haakjes geven aan tot welke groep van districten het stembureau behoort; (a) = sterke PvdA-districten met huisbezoek; (b) = sterke PvdA-districten zonder huisbezoek.

<sup>2</sup> Aangezien de stembureaus 3, 40 en 41 sinds de Provinciale Statenverkiezing geografisch aanmerkelijk zijn gewijzigd en het bureau 53 is samengesteld uit delen van de bureaus 3 en 41, zijn deze vier bureaus in het onderzoek als één beschouwd.

## Statuspolitiek als vraagstuk van politicologisch onderzoek

door U. Rosenthal en M. P. C. M. van Schendelen

### 1 De theorie van de politieke participatie

In de politicologie maken velen gebruik van economische theorieën en begrippen.<sup>1</sup> De economische denktrant heeft haar nut bij het analyseren van politieke verschijnselen reeds vaak bewezen. Eén van de belangrijkste kenmerken van de economische theorievorming is dat zij het streven naar economische doeleinden abstraheert. De menselijke motivatie behoort tot de constant gehouden factoren.

De kritiek, die op de economische theorievorming wordt geuit, heeft doorgaans betrekking op het abstracte niveau van de statische en dynamische relaties in het economische veld. Men verwijt de economen dat zij te veel afstand bewaren tot de sociale werkelijkheid. De kritiek slaat op twee punten de plank mis. Ten eerste: in de economische theorie werkt men doelbewust met modellen, dat wil zeggen verzamelingen van logisch op elkaar afgestemde elementen. De kritiek kan slechts gericht zijn op een gebrek aan logische kracht. Men kan het model trachten te bekritisieren, niet de geringe mate waarin het model recht doet aan de werkelijkheid. Ten tweede: men construeert economische modellen teneinde de werkelijkheid beter te leren kennen. De terugkoppeling naar de werkelijkheid vormt het uiteindelijke doel van iedere stap in de economische theorievorming.

Naar analogie van de inkomenstheorie in de economie — de mens streeft, ongeacht zijn motieven, een toeneming van inkomen na — kan in de politicologie de theorie van de politieke participatie gehanteerd worden.<sup>2</sup>

Het empirische onderzoek naar politiek gedrag van burgers heeft althans één feit eenduidig aangetoond: burgers nemen in ongelijke mate deel aan het politieke proces. Sommige vormen van politieke participatie (bijvoorbeeld: praten over politiek; uitbrengen van een stem bij verkiezingen) worden door grote aantallen burgers regelmatig beoefend. Andere (bijvoorbeeld: actief partijlidmaatschap; zich verkiesbaar stellen) door zeer kleine aantallen. Ondanks de variaties van vormen en omvang van politieke participatie, kent elke politieke gemeenschap zijn participatiepyramide.<sup>3</sup>

Op de structuur van deze pyramide lijken drie groepen factoren in te werken. Ten eerste zijn er op mikroniveau de psychologische factoren, die de wil of ambitie tot participatie bepalen. Van belang zijn gebleken de politieke houdingen (bijvoorbeeld: burgerzin; passiviteit), gevoelens (bijvoorbeeld: tevredenheid; ineffektiviteit), en motieven (bijvoorbeeld: doelbereiking).

Een tweede groep factoren heeft betrekking op de individuele faciliteiten of hulpmiddelen tot politieke participatie. Zulke hulpmiddelen zijn: kennis, vrije tijd, gezondheid, relaties, geld, contactvaardigheid, etcetera. Het empirisch onderzoek heeft tot dusver geen limiet aan mogelijke hulpmiddelen aangetoond. De verdeling van hulpmiddelen over de burgers is ongelijk: sommigen hebben van veel hulpmiddelen veel (weinig), anderen hebben van weinig