

Hoe politieke partijen de kiezer soms uit het oog verloren in hun verkiezingscampagnes

Een literatuur- en interviewstudie
naar de invloed van campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021
op het vertrouwen van burgers jegens Nederlandse bewindspersonen



(Beeld: Trouw, 2021)

Profielwerkstuk Spinoza Lyceum Amsterdam
Lara Löwinger (6V2)
Ronja Hartman (6V2)
Begeleiding: Wessel Smit
13 februari 2023

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Samenvatting	5
1 Inleiding	6
Leeswijzer	9
2 Representativiteit en hoe politieke partijen hier met het voeren van campagne aan kunnen bijdragen	10
2.1 Het concept representativiteit	10
2.2 De functies van politieke partijen	12
2.3 De relatie tussen de functies van politieke partijen en representativiteit tijdens campagnetijd	13
Articulatie	14
Communicatie	14
Aggregatie	15
Mobilisatie	16
Rekrutering en selectie	17
Samenhang functies van politieke partijen en representativiteit in campagnetijd	18
3 Hoe het ervoor staat met het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen	20
3.1 De grootte van het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen	20
3.2 Verklaring voor de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen	21
Falend beleid	21
Onzichtbare kiezer	22
Ongelijke behandeling	23
3.3 Vertrouwenscrisis	25
4 Methode	27
4.1 Interviews	29
Interviewvragen	29
Coderen	36
Anonimiseren	38
4.2 Onderzoekseisen	38
5 Analyse van de waarborging van de functies van politieke partijen tijdens de campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen in 2021	40
5.1 Analyse articulatiefunctie	40
Gebroken verkiezingsbeloftes	40
Tijdgebonden relevantie	42
Issue-ownership	43
5.2 Analyse communicatiefunctie	45
Eenzijdig gesprek met de kiezer	45
Communicatie en corona	46
5.3 Analyse aggregatiefunctie	48
Selectieve input	48
5.4 Analyse mobilisatiefunctie	50

Vergeten kiezersgroep	50
Demografisch mobiliseren	52
Persoon boven inhoud	53
5.5 Analyse rekrutering- en selectiefunctie	55
Schijndemocratische lijsttrekker	55
6 Conclusie	57
7 Discussie	60
Literatuurlijst	65
Logboek	71

Voorwoord

Voor u ligt ons profielwerkstuk. In dit werkstuk hebben wij de afgelopen maanden veel tijd, moeite en liefde gestoken. Het proces was soms erg stressvol en tijdrovend, maar bovenal enorm leerzaam en interessant. Wij hebben dit profielwerkstuk afgerond voor het vak maatschappijwetenschappen, dat wij volgen aan het Spinoza Lyceum in Amsterdam.

Wij hebben beiden al sinds we jong waren interesse in de politiek. We hadden hierdoor al snel door dat we een politiek onderwerp wilden kiezen voor ons profielwerkstuk. Het duurde echter langer om een concreet onderwerp te bedenken. De beeldvorming van politici en het proces van stemmen winnen was iets dat ons allebei aansprak en na het zien van alle onrust in Nederland vroegen we ons af of we campagnevoering en deze onvrede en dit wantrouwen in de politiek niet aan elkaar konden koppelen. Na heel wat brainstormen en herschrijven van vragen zijn we zo uiteindelijk op onze hoofdvraag gekomen.

Als eerste willen we onze grote dank uitspreken aan onze begeleider Wessel Smit die op elk moment voor ons klaar stond en ons enorm heeft geholpen om onze plannen om te zetten in volwaardig wetenschappelijk onderzoek. Hij heeft ons gedurende dit onderzoek constant uitgedaagd en ons aangezet om het beste uit onszelf te halen. Daarnaast zijn we ook iedereen die heeft meegewerkt aan onze interviews heel erg dankbaar. Het was enorm bijzonder, leerzaam en leuk om zoveel mensen te mogen interviewen. Zonder hen hadden we ons onderzoek nooit op deze manier kunnen afronden.

Ten slotte willen we onze familie bedanken die ons gedurende dit soms heftige proces enorm heeft gesteund.

Veel plezier met het lezen van ons werkstuk.

Lara Löwinger en Ronja Hartman

Amsterdam, 28 januari 2023

Samenvatting

In Nederland is er op dit moment veel onvrede over en wantrouwen in de politiek (Nieuwenhuis, 2022). Een erg lage mate van vertrouwen in de politiek kan ervoor zorgen dat mensen zich actief tegen de overheid gaan verzetten, wat voor veel onrust in een land kan zorgen (Den Ridder, Miltenburg, Kunst, Van 't Hul & Van den Broek, 2022). Er heerst ook onvrede over welke partijen deel uitmaken van de regering en over hoe Nederland over het algemeen heeft gestemd (EenVandaag, 2022). Een factor die invloed heeft op de stemkeuze en mogelijk het wantrouwen in de politiek mede kan verklaren, is de campagnevoering van politieke partijen.

In dit onderzoek is er dan ook gepoogd antwoord te geven op de vraag hoe de campagnevoering van politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 heeft bijgedragen aan het voortbestaan van het wantrouwen van burgers jegens Nederlandse bewindspersonen.

Dit is gedaan door middel van interviews met mensen die betrokken zijn bij de campagnevoering van, in de Tweede Kamer vertegenwoordigde, politieke partijen. Uit deze interviews blijkt dat de manier waarop politieke partijen tijdens de campagne van 2021 hebben gefunctioneerd er mogelijk voor heeft gezorgd dat een deel van de kiezers heeft gestemd op een partij die die later niet meer als representatief voor hun eigen persoon of standpunten beschouwt. Het stemmen op een partij die niet representatief blijkt te zijn, heeft bij sommige kiezers gevoelens van wantrouwen veroorzaakt. Deze gevoelens van wantrouwen zijn op te delen in drie categorieën: wantrouwen door falend beleid, wantrouwen doordat de kiezer zich onzichtbaar voelt en wantrouwen doordat de kiezer zich ongelijk behandeld voelt. Uit dit onderzoek blijkt dat het functioneren van politieke partijen tijdens het voeren van campagne invloed kan hebben gehad op alle drie de vormen van wantrouwen.

Naar aanleiding van dit onderzoek is het interessant om vervolgonderzoek te doen naar hoe het maken van een niet-representatieve keuze exact kan leiden tot wantrouwen in de politiek, bijvoorbeeld door diepte-interviews te houden met wantrouwende kiezers. Om te voorkomen dat aankomende campagnes tot wantrouwen kunnen leiden, is het nodig dat politieke partijen hun handelen gaan aanpassen tijdens het voeren van campagne en bij het uitvoeren van hun functies meer rekening houden met de representativiteit van de politiek. Ook wordt er een rol voor ngo's gezien om de representativiteit en daarmee het vertrouwen in de politiek te bewaren. Ngo's kunnen onder andere ingezet worden om als zelfstandige instanties kiezers te instrueren over hoe zij een keuze kunnen maken voor een partij die de hele periode tot de nieuwe verkiezingen representatief voor hen is. Hiernaast zouden ngo's kunnen helpen met het bekendmaken van de toegang die er is tot bepaalde stembijstand. Voor de kiezer is er onder andere winst te behalen door zich beter te verdiepen in de verschillende politieke partijen voor het maken van een stemkeuze.

1 Inleiding

De afgelopen maanden leek het alsof iedereen in Nederland zich tegen het beleid van de overheid keerde. Mensen verzamelden zich massaal tijdens woon- en klimaatprotesten (RTL Nieuws, 2022), liepen met fakkels door de straten tegen de gaswinning in Groningen (AD, 2022), maar misschien wel het meest spraakmakend waren de boerenprotesten. Duizenden mensen kwamen hierbij samen om hun ongenoegen te laten horen over het nieuwe stikstofbeleid van de overheid (NOS, 2022). Niet enkel de protesterende boeren zijn ontevreden over de stikstofaanpak, ongeveer 45% van de Nederlandse bevolking zegt achter de boeren te staan (I&O Research, 2022). Deze protesten over diverse onderwerpen laten zien dat verschillende groepen in Nederland ontevreden zijn over het beleid van de overheid. Een peiling van EenVandaag bevestigt dit. Uit de peiling komt onder andere dat slechts vijftien procent van de Nederlanders nog vertrouwen heeft in het kabinet en 84% gelooft niet dat het kabinet de regeertermijn vol gaat maken (Nieuwenhuis, 2022). Ook onze premier komt niet goed uit de verf. Met een 3,3 scoort Rutte IV het laagste rapportcijfer dat een kabinet van Mark Rutte ooit heeft gekregen (Nieuwenhuis, 2022). Deze cijfers en gebeurtenissen illustreren hoe weinig vertrouwen Nederlanders in hun eigen politiek hebben. Sommige media spreken dan ook van een vertrouwenscrisis (Den Ridder et al., 2022).

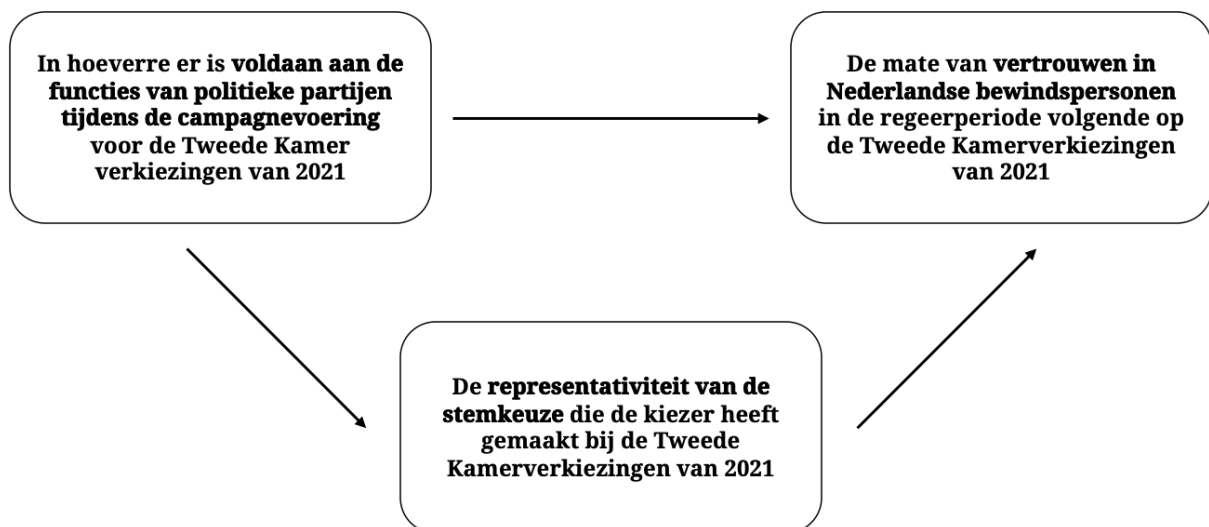
Rond de tijd van de Tweede Kamerverkiezingen in maart 2021 was het vertrouwen in de politiek ook al geschaad. De belangrijkste reden was op dat moment de toeslagenaffaire (I&O research, 2021). Het kabinet was voor die affaire in januari 2021 al afgetreden en Nederland had rond de campagnetijd een demissionair kabinet (Parlement.com, z.d.). Opvallend was echter dat na de verkiezingen en een lange formatie precies hetzelfde kabinet werd gevormd. De kiezer was niet blij met dit kabinet. Slechts 23 procent van de kiezers gaf aan een kabinet met deze regeringspartijen te willen (Ipsos, 2021). Over andere combinaties van partijen waren kiezers echter ook niet tevreden: voor andere opties voor een kabinet was de steun ook maximaal 25 procent (Ipsos, 2021). De kiezer bleek dus niet blij te zijn met hoe er was gestemd. Dit werd extra duidelijk toen na de formatie twee derde van de kiezers nieuwe verkiezingen wilde (EenVandaag, 2022). Deze cijfers roepen veel vragen op, want hoe kan het dat kiezers in zo'n korte tijd na de verkiezingen al niet meer achter hun stemkeuze staan? Een van de dingen die invloed heeft op een kiezers stemkeuze is de campagne die politieke partijen voeren in aanloop naar de verkiezingen (Hakhverdian, Van der Meer & De Hingh 2021). In een campagne proberen politieke partijen namelijk zo veel mogelijk stemmen voor hun partij te winnen (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.). De campagnevoering in 2021 kan mogelijk een rol hebben gespeeld in het feit dat de kiezer een stemkeuze heeft gemaakt waar die uiteindelijk niet achter staat, wat bijgedragen kan hebben aan het lage vertrouwen in de Nederlandse politiek.

In dit onderzoek zal onderzocht worden hoe het campagnevoeren voor de Tweede Kamerverkiezingen in 2021 invloed heeft gehad op de vertrouwen in de Nederlandse politieke bewindspersonen. Vandaar is de volgende hoofdvraag opgesteld: *Hoe heeft de campagnevoering van politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 bijgedragen aan het voortbestaan van het wantrouwen van burgers jegens Nederlandse bewindspersonen?*

Op basis van de zojuist genoemde informatie is de hypothese van dit onderzoek: de campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 heeft bijgedragen aan het wantrouwen in politieke bewindspersonen, doordat politieke partijen kiezers hebben beïnvloed om een voor hen niet-representatieve stemkeuze te maken. In de campagnetijd naar aanloop van de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 schoten politieke partijen tekort in het vervullen van hun functies. Doordat politieke partijen hun functies niet optimaal vervulden, hebben groepen kiezers gestemd op

een partij die qua standpunten en/of achtergrondkenmerken uiteindelijk niet representatief bleek te zijn voor hun eigen persoon. Gedurende de regeerperiode kwamen kiezers hier achter en dat versterkte hun toch al lage vertrouwen in politieke bewindspersonen.

De hypothese is hieronder schematisch weergegeven in een model waarbij de mate waarin er is voldaan aan de functies van politieke partijen tijdens de campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 de onafhankelijke variabele is en de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen in de regeerperiode volgend op de verkiezingen van 2021 is de afhankelijke variabele. De representativiteit van de stemkeuze voor de verkiezingen van 2021 is hierbij een mediërende variabele aangezien de mate van representativiteit volgens onze hypothese laat zien waarom campagnevoering invloed heeft op het vertrouwen (Bhandari, 2022).



Om de hoofdvraag te beantwoorden zullen er eerst drie deelvragen en enkele subvragen bij twee van de deelvragen beantwoord worden:

1. *Wat is representativiteit en hoe kunnen politieke partijen bij het voeren van campagne hieraan bijdragen?*
 - *Wat is representativiteit?*
 - *Wat houden de functies van politieke partijen in?*
 - *Wat is tijdens campagnevoering de relatie tussen de functies van politieke partijen en representativiteit?*
2. *Hoe staat het ervoor met het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen?*
 - *Hoe groot is het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen?*
 - *Hoe is de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen te verklaren?*
 - *Is er sprake van een vertrouwenscrisis?*
3. *Hoe zijn de functies van politieke partijen gewaarborgd tijdens de campagnevoering van Nederlandse politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021?*

In het tweede hoofdstuk zal er antwoord worden gegeven op de vraag wat representativiteit is en hoe politieke partijen tijdens campagnetijd bij kunnen dragen aan deze representativiteit. Deze deelvraag

is nodig om de hoofdvraag te beantwoorden, want in dit onderzoek wordt verwacht dat representativiteit als schakel dient tussen campagnevoering en vertrouwen in de politieke bewindspersonen. Het vermoeden is namelijk dat campagnevoering een bepaalde invloed heeft op de mate van representativiteit en dat de mate van representativiteit dan weer invloed heeft op het vertrouwen van de kiezer in de politiek. Om de eerste deelvraag te beantwoorden zullen er eerst enkele subvragen worden beantwoord. Eerst wordt er gekeken naar wat representativiteit is. Hierin wordt er duidelijk gemaakt welke definitie van representativiteit wordt gebruikt in dit onderzoek. Daarna wordt de vraag beantwoord wat de functies van politieke partijen inhouden. Deze vraag is toegevoegd omdat het handelen van politieke partijen in dit onderzoek wordt onderverdeeld in enkele door politicologen onderscheiden functies, waar politieke partijen aan zouden moeten voldoen. Vervolgens is de laatste subvraag wat tijdens campagnevoering de relatie is tussen de campagnevoering van politieke partijen en de representativiteit. Met deze vraag kan worden bepaald wat voor invloed de campagne heeft gehad op de representativiteit. Alle vragen in dit hoofdstuk zullen door middel van literatuuronderzoek beantwoord worden.

De tweede deelvraag onderzoekt hoe het gesteld is met het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen. Deze vraag is belangrijk om te beantwoorden, omdat het duidelijk moet zijn in welke mate Nederlanders vertrouwen hebben in de politiek en om de redenen voor de mate van vertrouwen te achterhalen om aan te kunnen tonen wat het effect van campagnevoering op het vertrouwen is geweest. De eerste subvraag is hoe groot het vertrouwen is in de Nederlandse politiek. Hierin wordt er verder ingegaan op de vraag of er daadwerkelijk een laag vertrouwen is. In de tweede subvraag gaat het over de redenen voor de mate van vertrouwen. Wanneer de motieven van het wantrouwen duidelijk zijn, kan er namelijk vervolgens worden gekeken of campagnevoering invloed op deze motieven gehad zou kunnen hebben. In de derde subvraag wordt er bekeken of er sprake is van een vertrouwenscrisis in de Nederlandse bewindspersonen. Met deze vraag wordt geverifieerd of de situatie werkelijk zo ernstig is. Om de tweede deelvraag te beantwoorden zal er gebruik gemaakt worden van literatuuronderzoek en zullen er ook verschillende rapporten vergeleken worden om op basis daarvan een antwoord op de vragen te formuleren.

In de derde deelvraag wordt daadwerkelijk de koppeling gemaakt met hoe de politieke partijen hun functies specifiek tijdens het campagnevoeren in 2021 hebben uitgevoerd. Deze vraag is essentieel voor het beantwoorden van de hoofdvraag, want in de hoofdvraag wordt er ook specifiek gekeken naar hoe het campagnevoeren van 2021 invloed heeft gehad op de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen. De derde deelvraag zal beantwoord worden op basis van interviews met mensen die werken aan de politieke campagnes voor politieke partijen.

Het onderzoeken hoe campagnevoering tot wantrouwen in de politiek kan leiden is maatschappelijk relevant aangezien te veel wantrouwen in de overheid gevaarlijk kan zijn voor de gehele samenleving. Een beetje wantrouwen in de overheid hoeft niet altijd slecht te zijn, zolang dit wantrouwen maar wordt omgezet in het scherp houden van de politici. Kritische en oplettende burgers kunnen zo een democratie juist bevorderen en zijn essentieel om de overheid te controleren op misstanden (Tieleman, 2021). Echter het wantrouwen in de overheid op het huidige niveau brengt problemen met zich mee. Een deel van de burgers zet zijn wantrouwen om in woede en radicaliseert. De afgelopen jaren zijn het geweld en de bedreigingen jegens politici flink gestegen (Van Soest, 2022). Het aantal lokale en regionale politici dat te maken krijgt met agressie is vanaf 2020 met bijna vijftien procent toegenomen. Op dit moment heeft een kleine vijftig procent van hen te maken met agressie (NOS, 2022). Daarnaast richten wantrouwende burgers ook sneller anti-systeempartijen op en zijn deze burgers eerder geneigd om zich niet aan de wet te houden (Den Ridder et al., 2022). Veel wantrouwen

in de samenleving kan dus een bedreiging vormen voor de rechtsstaat en de representatieve democratie (Ibid.). Het wantrouwen in de politiek is dus een gevaar voor de gehele samenleving en onderzoek naar de oorzaken hiervan is cruciaal om te voorkomen dat woede en wangedrag onze democratie aantasten.

Naast dat het voor de maatschappij belangrijk is om dit onderzoek uit te voeren bestaat er een wetenschappelijke relevantie. Naar de functies van politieke partijen, de representativiteit en de mate van vertrouwen in de Nederlandse politiek is individueel onderzoek gedaan. Ook is er in 2018 in opdracht van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties een onderzoek gedaan waarin de functies van politieke partijen in verband gebracht worden met het vertrouwen en de representativiteit in de Nederlandse politiek (Bollaart et al., 2018). Het onderzoek is echter toch wetenschappelijk relevant, omdat er in eerder wetenschappelijk onderzoek geen link is gelegd tussen campagnevoering, de representativiteit van de stemkeuze die hieruit volgt en wat het effect hiervan is op de mate van vertrouwen in de politiek. Met dit onderzoek wordt daarin verandering gebracht.

Leeswijzer

In hoofdstuk één wordt er ingegaan op de aanleiding, de probleemstelling en de relevantie van dit onderzoek. In hoofdstuk twee wordt aan de hand van theorie het begrip representativiteit beschreven, worden de functies van politieke partijen benoemd en wordt het verband tussen representativiteit en de politieke functies binnen het kader campagnevoering omschreven. In hoofdstuk drie wordt er vervolgens aan de hand van rapporten en theorie een beeld geschetst van het vertrouwen in de Nederlandse bewindspersonen. Hoofdstuk vier bevat de methodologie. Vervolgens bevat hoofdstuk vijf de resultaten van de gehouden interviews. Tevens worden in dit hoofdstuk de resultaten geanalyseerd en gekoppeld aan de representativiteit van de Nederlandse politiek en aan het vertrouwen in de Nederlandse bewindspersonen. Hoofdstuk zes bevat de conclusie van dit onderzoek waarin er antwoord wordt gegeven op de hoofdvraag. Ten slotte bevat hoofdstuk zeven de discussie waarin er wordt gereflecteerd op het onderzoek er waarin er aanbevelingen worden gedaan voor vervolgonderzoek en aan mensen die betrokken zullen zijn bij toekomstige verkiezingen.

2 Representativiteit en hoe politieke partijen hier met het voeren van campagne aan kunnen bijdragen

In dit theoretisch kader zal eerst onderzoek worden gedaan naar het concept representativiteit. Hiermee zal de volgende subvraag beantwoord worden: *Wat is representativiteit?* Een heldere en meetbare definitie van het concept zal in het vervolg van dit onderzoek helpen om uitspraken te kunnen doen over de invloed van de campagnevoering van politieke partijen op de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer. Vervolgens zullen vijf functies van politieke partijen worden beschreven en gedefinieerd, namelijk de articulatiefunctie, de communicatiefunctie, de aggregatiefunctie, de mobilisatiefunctie en de rekrutering- en selectiefunctie. Hiermee zal de volgende subvraag beantwoord worden: *Wat zijn de functies van politieke partijen?* Door de functies van politieke partijen te definiëren en meetbaar te maken zal in het vervolg van dit onderzoek kunnen worden gekeken naar in hoeverre politieke partijen deze functies vervullen. Aan de hand van deze functies van politieke partijen zal vervolgens de relatie tussen deze functies en representativiteit worden beschreven die bestaat wanneer politieke partijen campagnevoeren. Hiermee zal de volgende subvraag beantwoord worden: *Wat is de relatie tussen de functies van politieke partijen en representativiteit tijdens de campagnevoering?* Met behulp van de drie subvragen die er in dit hoofdstuk beantwoord worden zal de volgende deelvraag beantwoord kunnen worden: *Wat is representativiteit en hoe kunnen politieke partijen bij het voeren van campagne hieraan bijdragen?* In volgende hoofdstukken zal het antwoord op deze vraag worden gebruikt om aan te kunnen tonen hoe de manier waarop politieke partijen de functies werkelijk hebben vormgegeven invloed heeft gehad op de representativiteit.

2.1 Het concept representativiteit

Voordat er in volgende hoofdstukken gekeken kan worden naar de invloed van de campagnevoering van politieke partijen op de representativiteit van de stemkeuze zal dit concept moeten worden gedefinieerd. De manier waarop het concept representativiteit in de literatuur wordt gedefinieerd verschilt namelijk (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2018). Dit onderzoek zal gaan over politieke representativiteit. De definities en betekenisgevingen wat betreft het concept representativiteit zal dus worden bekeken vanuit een politieke invalshoek.

Ten eerste is het belangrijk om het verschil tussen het concept politieke representatie en het concept politieke representativiteit aan te duiden zodat dit helder is in het vervolg van dit onderzoek. Het concept politieke representatie valt als volgt te definiëren: *de vertegenwoordiging van een groep in politieke organisaties door één of enkele betrokken die namens de groep optreden* (Van der Veen & Veldman, 2021). Waar het concept representatie ingaat op de actie van vertegenwoordigen, wordt met het concept representativiteit geduid in welke mate die vertegenwoordiging overeenkomt met wie vertegenwoordigd wordt. Het concept politieke representativiteit valt dan ook op de volgende manier te definiëren: *de mate waarin de politieke beshuiten, de standpunten of achtergrondkenmerken van vertegenwoordigers overeenkomen met die van de groep die vertegenwoordigd wordt* (Van der Veen & Veldman, 2021). In het vervolg van dit onderzoek zullen deze definities echter niet worden gehanteerd. Hiervoor is gekozen, omdat deze niet toereikend zijn voor de manier waarop de representatie en de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer in het vervolg van dit onderzoek zal worden vastgesteld. Al beschrijven deze definities al kort welke variabelen van belang zijn voor representatie en representativiteit zou een definitie waarbij de variabelen helderder zijn omschreven beter dienen bij het kijken naar de manier waarop de campagnevoering van politieke partijen invloed heeft op de representativiteit van de stemkeuze.

Om het concept representativiteit meetbaarder te maken kan naar de manier kunnen worden gekeken waarop de Stanford Encyclopedia of Philosophy deze beschrijft. In deze definitie worden vijf componenten beschreven die voorkomen in bijna elke theorie rondom het begrip representativiteit. Hierbij worden de volgende componenten onderscheiden: een partij is aanwezig, een partij wordt gerepresenteerd, iets wordt gerepresenteerd, er is een kader waarbinnen de activiteit of representatie plaatsvindt en iets wordt buiten beschouwing gelaten (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2018). Al zou deze uiteenzetting van het concept de mogelijkheid bieden om op een analytische wijze de manier waarop representativiteit van de stemkeuze wordt beïnvloed door campagnevoering te beschrijven, is ook deze definitie toch niet toereikend. Met deze definitie zouden de gevolgen van de verschillende manieren waarop iemand gerepresenteerd kan worden namelijk niet afdoende kunnen worden onderzocht.

De theorie van Hanna Pitkin, die wordt uitgewerkt in haar boek *The Concept of Representation* (Pitkin, 1972), bevat zowel helder omschreven variabelen, zoals die misten bij de eerste definitie die aangehaald werd in dit stuk, als dat het dieper ingaat op de verschillende manieren waarop iemand gerepresenteerd kan worden, wat miste bij de tweede definitie. Dit is dan ook de reden waarom de definitie van Pitkin zal worden aangehouden in dit onderzoek. In de definitie van Pitkin worden vier vormen van representatie onderscheiden zijnde: formele representatie, symbolische representatie, descriptieve representatie en substantieve representatie. Wanneer er in een situatie duidelijk wordt gemaakt welke vorm van representatie van toepassing is, kan dit volgens Pitkin de onenigheid rondom het concept gedeeltelijk oplossen (Ibid).

De eerste vorm van representatie die Hanna Pitkin onderscheidt is formele representatie, hierbij staat de machtsoverdracht van een vertegenwoordigde naar een vertegenwoordiger centraal. Het valt onder te verdelen in twee onderdelen, namelijk ‘autorisatie’ en ‘aansprakelijkheid’ (accountability). Bij autorisatie gaat het om hoe de vertegenwoordiger zijn positie vergaart, bijvoorbeeld door middel van verkiezingen (Pitkin, 1972). Door bijvoorbeeld verkiezingen krijgt de vertegenwoordiger dus de autoriteit om de vertegenwoordigde te vertegenwoordigen. Naast autorisatie is, als gezegd, ook aansprakelijkheid een onderdeel van formele representatie. Hierbij gaat het om de mogelijkheid van de vertegenwoordigde om hun vertegenwoordiger te straffen wanneer de vertegenwoordigde vindt dat de acties van de vertegenwoordiger niet overeenkomen met hun eigen belang (Ibid). De formele representatie van Pitkin heeft overeenkomsten met het rolmodel. Binnen het rolmodel wordt de discussie over welke vorm vertegenwoordiging zou moeten aannemen uitgesplitst in twee onderdelen (Van der Veen & Veldman, 2021). Het eerste onderdeel valt te vergelijken met de autorisatie, waar Pitkin over spreekt in haar definitie, en wordt het *trusteeship-model* genoemd. Volgens het *trusteeship-model* moet een volksvertegenwoordiger zijn eigen afwegingen maken en mag die zich als een gevolmachtigde opstellen (Ibid.). De kiezer autoriseert dus de vertegenwoordiger die vervolgens zelf besluiten mag maken op basis van wat de vertegenwoordiger denkt wat in het belang is van degene die de vertegenwoordiger vertegenwoordigt. Het tweede onderdeel valt te vergelijken met het onderdeel aansprakelijkheid van de theorie van Pitkin. Volgens dit *delegate-model* moet een volksvertegenwoordiger zich laten leiden door het standpunt van de kiezers (Ibid.). Doordat de vertegenwoordiger wordt afgestraft op het moment dat de kiezer vindt dat die niet wordt vertegenwoordigd wordt de vertegenwoordiger aansprakelijk gehouden (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2018).

Bij de tweede vorm van representatie van Pitkin, namelijk symbolische representatie, wordt de vertegenwoordiger vergeleken met een symbool. Net als een vlag een symbool is voor een land is een

vertegenwoordiger een symbool voor diegenen die vertegenwoordigd worden. Om dit symbool te zijn is het van belang dat de vertegenwoordiger bepaalde gedachten, overtuigingen en gevoelens oproept waar de vertegenwoordigden zich in kunnen vinden. Als de vertegenwoordigden vinden dat dit het geval is, worden zij vertegenwoordigd (Pitkin, 1972).

Pitkin noemt hiernaast descriptieve representatie. Hierbij gaat het om de mate waarin de vertegenwoordiger lijkt op de vertegenwoordigden (Ibid.). Deze vorm van representatie komt overeen met het afspiegelingsmodel waarbij het als belangrijk wordt beschouwd dat de volksvertegenwoordiging zoveel mogelijk lijkt op de samenstelling van het volk zelf (Van der Veen & Veldman, 2021). Hiermee wordt bedoeld dat er onder andere een gelijkenis is wat betreft geslacht, etniciteit, sociaaleconomische positie en religie (Pitkin, 1972). Bij deze vorm van representatie is het dus niet van belang dat de vertegenwoordigden en de vertegenwoordiger overeenkomen op het gebied van ideeën over beleid, maar op het gebied van achtergrondkenmerken. Het idee hierachter is dat op het moment dat de vertegenwoordiger wat betreft achtergrondkenmerken overeenkomt met de vertegenwoordigde de vertegenwoordiging op het gebied van beleid als gevolg hiervan ook beter zal zijn (Van der Veen & Veldman, 2021).

De laatste vorm van representatie die Pitkin beschrijft, is substantieve representatie. Bij deze vorm wordt vertegenwoordiging gezien als een activiteit. Hierbij gaat het erom dat de vertegenwoordiger namens, in het belang van, als een agent van, in plaats van de vertegenwoordigden handelt (Pitkin, 1972). Substantieve representatie wordt doorgaans gezien als de mate waarin vertegenwoordigers beleid implementeren als reactie op de eisen van burgers (Celis & Mazur, 2012).

In dit onderzoek zal, zoals eerder benoemd, worden onderzocht wat de invloed van de campagnevoering van politieke partijen op de representativiteit van de stemkeuze is. Om hier een uitspraak over te doen zullen alle vier de vormen van representatie van Pitkin worden gebruikt. Hierbij zal een bepaalde vorm van representatie niet hoger worden gewaardeerd dan de ander. Welke vormen van representatie van de stemkeuze van de kiezer belangrijk zijn is namelijk aan de kiezer zelf om te waarderen. Wel is het van belang dat de vertegenwoordigde tevreden is met diens keuze en de gevolgen hiervan. Er zal in dit onderzoek namelijk uiteindelijk een verband worden gelegd tussen representativiteit en het vertrouwen dat kiezers als gevolg van hun stemkeuze hebben in de politiek. Hierbij zal worden gekeken naar wat de redenen zijn voor de mate van vertrouwen die de Nederlandse burger heeft in de politiek. Het zal hierbij dus niet van belang zijn of de kiezer bijvoorbeeld substantieve representatie belangrijk vindt voor diens stemkeuze, maar of zijn afweging hierin heeft geleid tot een verminderd gevoel van vertrouwen.

2.2 De functies van politieke partijen

ProDemos beschrijft een politieke partij als een groep mensen die zich heeft verenigd op basis van gemeenschappelijke uitgangspunten, met als doel deel te nemen aan het bestuur (ProDemos, z.d.). Aan politieke partijen worden diverse functies toegekend. Wanneer er kritiek wordt geuit op politieke partijen wordt hen ook verweten dat die functies niet voldoende worden vervuld (Koole, 2000). Politicologen zien vijf functies van politieke partijen als belangrijk voor het in stand houden van de democratie (Van der Veen & Veldman, 2021). Met behulp van deze functies kan dus worden geanalyseerd of politieke partijen hun steentje bijdragen aan het in stand houden van de democratie. In het vervolg van dit onderzoek zal worden gekeken naar de gevallen waarin hier op een niet toereikende manier gebeurt. Dit is dan ook hoe de functies van politieke partijen in dit onderzoek gebruikt zullen worden.

De eerste functie is de articulatiefunctie. Deze houdt in dat het aan de politieke partijen is om de wensen van hun achterban kenbaar te maken. De gedachte hierachter is dat als dit gebeurt de politiek beter rekening kan houden met wat er leeft bij de kiezers (Ibid.). Dit kan dan namelijk op de politieke agenda gezet worden. Het is dus aan politieke partijen om op de hoogte zijn van wat er onder haar leden leeft en dit vervolgens op de politieke agenda te plaatsen (Silos, 2009).

De tweede functie waar politieke partijen verantwoordelijk voor zijn is de communicatiefunctie. De politieke partijen dienen als intermediair, oftewel als tussenpersoon. Ze staan tussen de kiezer en de gekozenen en hebben als taak om communicatie tussen deze twee partijen mogelijk te maken en op gang te brengen (Van der Veen & Veldman, 2021).

Een andere functie van politieke partijen is de aggregatiefunctie. Dit houdt in dat politieke partijen verantwoordelijk zijn voor het tegen elkaar afwegen en bij elkaar brengen van wensen, eisen en belangen van hun achterban. Alle individuen in hun partij en achterban hebben andere wensen, eisen en belangen en het is aan een politieke partij om deze verschillen samen te vatten in een partijprogramma (Ibid.).

Politieke partijen zijn ook verantwoordelijk voor het uitvoeren van hun mobilisatiefunctie. Deze functie houdt in dat politieke partijen burgers moeten enthousiasmeren om deel te nemen aan de politiek. Dit horen partijen bijvoorbeeld te doen door burgers te informeren over de mogelijkheden van politieke deelname, maar ook moeten ze burgers genoeg mogelijkheden geven om te participeren in besluitvormingsprocessen (Ibid.).

De laatste functie die politieke partijen hebben is de rekruterings- en selectiefunctie. Dit houdt in dat politieke partijen kandidaten selecteren om politieke functies te vervullen. Hierbij gaat het voornamelijk over het opstellen van kandidatenlijsten voor verkiezingen (Ibid.).

2.3 De relatie tussen de functies van politieke partijen en representativiteit tijdens campagnetijd

Nadat er is vastgesteld wat er in dit onderzoek wordt verstaan onder representativiteit en welke functies er aan politieke partijen worden gekoppeld, kan er gekeken worden hoe er vorm wordt gegeven aan de functies van politieke partijen tijdens campagnetijd en hoe het functioneren vervolgens de representativiteit van de Nederlandse politiek zou kunnen verminderen. Er is gekozen om expliciet op het uitvoeren van de functies tijdens campagnetijd te focussen aangezien het voor dit onderzoek enkel van belang is om uit te zoeken hoe politieke partijen functioneren wanneer zij campagne voeren. Daarnaast is de campagnetijd ook een interessante tijd om naar het handelen van politieke partijen te kijken, omdat deze tijd voor politieke partijen cruciaal is. Tijdens campagnetijd kunnen politieke partijen mensen overtuigen om op de partij te stemmen. Met een grote groep kiezers die aan het begin van de campagne nog niet weet op wie die gaat stemmen, is dit een kansrijke periode (De Goede, 2021). Bij Tweede Kamerverkiezingen bepaalt het aantal stemmen dat een partij behaalt uiteindelijk hoeveel zetels en daarmee hoeveel zeggenschap zij krijgt in de landelijke politiek (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.). Het behalen van zoveel mogelijk zetels is dus het streven van iedere partij. Doordat de campagnetijd een tijd is waarin politieke partijen zeer actief zijn, komen ook alle zojuist genoemde functies naar voren.

Articulatie

Tijdens een verkiezingscampagne leggen politieke partijen uit wat hun plannen voor het land zijn en ook hoe ze deze plannen willen uitvoeren (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.). Een groot deel van de kiezers baseert hun stemkeuze op de beleidsinhoud van een partij (Lubbe & Rademaker, 2021). Om een keuze te kunnen maken aan de hand van de inhoudelijke punten van een partij is het belangrijk om duidelijk te hebben waar een partij voor staat. Dit maakt articulatie tijdens campagnetijd zowel voor stemmers als voor politieke partijen een belangrijk onderdeel.

Politieke partijen hebben meestal een aantal onderwerpen bepaald die ze extra belangrijk vinden en waar kiezers ze in het algemeen mee associëren. Soms gaat het zelfs zo ver dat er kan worden gesteld dat bepaalde politieke partijen als het ware eigenaar zijn van een onderwerp. Wanneer dit het geval is dan is er sprake van issue-ownership (Damstra & Van der Meer, 2022). Voorbeelden hiervan zijn bijvoorbeeld economie en veiligheid van de VVD, klimaatverandering van GroenLinks en immigratie van de PVV (Ibid.). In campagnetijd proberen politieke partijen de campagne vaak te sturen naar het onderwerp waar zij sterk mee worden geassocieerd (Ibid). Wanneer het in de campagnetijd namelijk veel over de onderwerpen gaat die jij als partij “geclaimd” hebt zal ook de steun voor jouw partij toenemen (Geers & Bos, 2017).

Met 37 partijen die meededen aan de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 (Kiesraad, 2021) die allemaal de focus op andere onderwerpen willen hebben, is het lastig om als partij veel invloed uit te oefenen op de onderwerpen die in verkiezingstijd veel aandacht krijgen. Meestal zijn er enkele grote onderwerpen die de hoofdthema's worden tijdens een verkiezing. In 2021 waren deze onderwerpen bijvoorbeeld: de woningmarkt, migratie en asiel, klimaat en energie, kansengelijkheid en zorg (Trouw, 2021). Ten eerste zijn thema's gebonden aan wat er omgaat in de maatschappij. In 2021 was dit bijvoorbeeld de coronacrisis. Ook de media bepalen voor een groot deel welke thema's belangrijk worden, bijvoorbeeld door politici over deze thema's te laten debatteren in televisiedebatten (De Volkskrant, 2012). Politieke partijen hebben zelf dus niet volledig in de hand welke onderwerpen gedurende de campagne domineren en het is deels geluk hebben of “hun” thema centraal staat tijdens de verkiezingen.

Doordat er in campagnetijd bepaalde thema's worden uitgelicht en andere thema's amper worden behandeld en doordat politieke partijen in hun campagne vooral proberen om het thema waar zij “ownership” over hebben naar voren te brengen, kan het gebeuren dat kiezers een onvolledig beeld van de standpunten, idealen en ideeën van een partij ontwikkelen, wanneer zij zich niet verdiepen in een partij. Door dit onvolledige beeld kan een kiezer zich op de lange termijn niet gerepresenteerd voelen. Wanneer een kiezer namelijk op basis van diens onvolledige beeld van de inhoudelijke punten van een partij een keuze maakt, heeft deze het gevoel dat hij of zij heeft gestemd op basis van substantieve representatie. Wanneer de kiezer later in de regeringsperiode erachter komt dat diens beeld van deze partij niet volledig accuraat was dan kan dat ervoor zorgen dat de kiezer niet het gevoel heeft dat de partij van diens keuze namens hem of haar handelt of in diens belang handelt. Dan kan dit gevoel van substantieve representatie dus verminderen of verdwijnen.

Communicatie

Aangezien het vergaren van stemmen het voornaamste doel is in campagnetijd (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.) zal de functie communicatie door politieke partijen in verband worden gebracht met de functie mobilisatie.

Politieke partijen proberen tijdens campagnetijd op verschillende manieren in contact te komen met de kiezer. Een van de manieren waarop ze dat doen is door de straat op te gaan om daar gesprekken met kiezers te voeren. Daarnaast gaan kandidaten ook langs de deuren om met kiezers te praten (ProDemos, 2021). De afgelopen jaren is er echter een verschuiving zichtbaar in de manieren die politieke partijen gebruiken om in contact te komen met de kiezer. Er wordt veel meer gebruik gemaakt van sociale media. Via sociale media kunnen politici met kiezers in contact komen (Spierings & Jacobs, 2020). Echter blijkt dat politieke partijen wanneer ze interactie hebben met de kiezer op sociale media voornamelijk inzetten op mobilisatie en te weinig op het contact met de kiezer (Ibid.). Door de lockdown waar Nederland op het moment van campagnevoeren voor de verkiezingen van 2021 in zat, werd het gebruikmaken van sociale media tijdens deze campagne belangrijker dan ooit (Parlement.com, 2021). Politici konden namelijk niet meer de straat op of langs de deuren om in gesprek te komen met kiezers. In plaats daarvan gingen de partijen sociale media gebruiken om deze fysieke communicatie te vervangen (Mullekom, 2021). Doordat op sociale media echter het wederzijdse gesprek in mindere mate tot stand komt dan bij het fysiek in gesprek gaan met kiezers, is communicatie via sociale media geen perfecte vervanger voor de fysieke communicatie met kiezers.

Het zou kunnen dat het in 2021 noodgedwongen veranderen van de communicatie van fysieke gesprekken met kiezers naar het communiceren met kiezers via sociale media ervoor heeft gezorgd dat wederkerige gesprekken met kiezers minder hebben plaatsgevonden dan in de campagnes daarvoor. Wanneer er minder wederzijdse gesprekken hebben plaatsgevonden, hebben politieke partijen ook minder input ontvangen van de kiezers over waar de kiezers behoefte aan hebben of ontevreden over zijn. Wanneer de belangen en wensen van de kiezer niet goed duidelijk zijn voor de politieke partijen dan is het voor de partijen ook lastiger om namens de kiezers en hun wensen te handelen in de politiek. Het verminderde wederzijdse gesprek heeft dus invloed op de substantieve representatie binnen politieke partijen.

Aggregatie

Vanuit de functies van politieke partijen zijn politieke partijen verantwoordelijk voor het afwegen van de wensen, eisen en belangen van hun achterban om deze vervolgens samen te vatten in een programma (Van der Veen & Veldman, 2021). Voor een verkiezing schrijven de meeste politieke partijen een verkiezingsprogramma. In zo'n programma staan de plannen die een partij voor het land heeft (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.).

Voor het opstellen van de verkiezingsprogramma's gaan partijen in gesprek met belangenverenigingen (NOS, 2016) en ook de leden van politieke partijen kunnen, bijvoorbeeld op thema-avonden invloed uitoefenen op de inhoud van dit programma (Parlement.com, z.d.). Daarnaast ontvangen leden ook het conceptprogramma waarin ze hier nog verandering in aan mogen brengen en aanvullingen mogen doen (Parlement.com, z.d.). Individueel die geen lid zijn van de partij hebben veel minder invloed op het partijprogramma. Eventueel zou je als individu burger-lobbyist kunnen worden, maar dat vergt veel moeite (Hosselet, 2020). Politieke partijen maken namelijk niet aan het grote publiek duidelijk dat en wanneer mensen hun plannen en wensen kunnen indienen en Kamerleden beantwoorden maar ongeveer de helft van hun mailtjes (Ibid.). Over het algemeen gebeurt het burger-lobbyen dan ook nog niet veel in de Nederlandse politiek (Ibid.). De makkelijkste en snelste manier om invloed uit te oefenen op het verkiezingsprogramma is om lid te worden (Ibid.). In Nederland is er echter al lange tijd een dalende trend in het aantal leden van politieke partijen zichtbaar (Parlement.com, 2022). De afgelopen jaren is het aantal leden redelijk constant gebleven en in aanloop naar de verkiezingen van 2021 steeg het aantal licht, maar op het moment dat de verkiezingsprogramma's voor de verkiezingen

in 2021 werden opgesteld was een veel kleiner percentage van de Nederlanders lid van een politieke partij dan dat vroeger het geval was (Ibid.). Doordat slechts een klein deel van de Nederlanders lid is van een politieke partij heeft het overgrote deel van de Nederlanders amper inspraak in het verkiezingsprogramma. Een ander probleem is dat de politieke betrokkenheid van Nederlanders niet voor alle groepen even groot is. De grootste verschillen zijn te zien bij het opleidingsniveau. Over het algemeen zijn mensen met een lager opleidingsniveau minder betrokken bij de politiek en hebben ze hier ook minder interesse in (Schmeets, 2017). Waarschijnlijk komt daarom de samenstelling van Nederlanders die lid zijn van een politieke partij qua achtergrond niet overeen met de samenstelling van Nederland als een geheel en uit dus niet iedere groep evenveel inspraak op het verkiezingsprogramma.

Doordat dus maar een klein deel van Nederland makkelijk en veel invloed op het partijprogramma heeft en doordat dit deel geen goede afspiegeling van Nederland is, kan het zijn dat de wensen, eisen en belangen van bepaalde groepen in Nederland minder zwaar worden meegenomen in het verkiezingsprogramma. Voor deze groepen heeft een politieke partij een minder duidelijk beeld van wat die belangrijk vindt, waardoor het vervolgens ook moeilijker is om namens die groep te handelen in bijvoorbeeld de Tweede Kamer. De substantieve representatie van deze groepen wordt dus minder gewaarborgd aangezien hun meningen minder worden betrokken bij het samenstellen van een verkiezingsprogramma.

Mobilisatie

Tijdens campagnetijd heeft de politieke functie mobilisatie veel prioriteit. Het gaat in deze tijd dan voornamelijk over het aanzetten van burgers tot stemmen. Tijdens campagnetijd proberen politieke partijen zoveel mogelijk stemmen te winnen. Hoe meer stemmen een politieke partij krijgt hoe groter het zetelaantal en daarmee haar invloed op de politiek wordt (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.).

In Nederland geeft een groot deel van de kiezers aan dat ze het belangrijk vinden om te stemmen op een partij die qua inhoud bij hen aansluit (Lubbe & Rademaker, 2021). Echter stemmen mensen niet enkel op basis van beleidsbepaling van een partij. Bij het stemmen op een partij worden mensen namelijk ook sterk beïnvloed door hun emoties. De Amerikaanse psychologieprofessor Drew Westen ontdekte dat tijdens het luisteren naar een speech van presidentskandidaten niet het hersengebied dat hoort bij denken en redeneren, maar het hersengebied dat aanslaat bij emoties in werking trad (Westen, 2007). Vaak heeft een kiezer zelf niet door dat die beïnvloed wordt door emoties, maar toch kan het een grote rol spelen in het afwegen van partijen en kandidaten. Een Amerikaans onderzoek van onder andere Howard Lavine en Eugene Borgida toonde in 1998 aan dat het gevoel bij een kandidaat zelfs zwaarder meeweegt dan de rationele mening (Lavine, Thomsen, Zannac & Borgida, 1998).

Doordat een kiezer niet bewust is van deze beïnvloeding heeft die zelf het gevoel een inhoudelijke stemkeuze gemaakt te hebben terwijl veel meer factoren invloed hadden op deze keuze (Vonk, 2012). Politieke partijen weten ook dat mensen zich tijdens het maken van een keuze laten leiden door emoties en spelen hier tijdens een campagne dan ook op in. Dit kan bijvoorbeeld zijn door de lijsttrekker van je partij goed te kleden, maar ook door goed na te denken over de manier waarop kandidaten hun speeches brengen, aangezien de manier van spreken ook invloed heeft op het gevoel dat kiezers bij een politicus hebben (De Goede, 2021).

Wanneer politieke partijen inspelen op de emotie van een kiezer kan dit ervoor zorgen dat kiezers denken op basis van substantieve representatie te hebben gestemd, maar onbewust toch aan de hand van symbolische representatie een keuze te hebben gemaakt. Dit kan ervoor zorgen dat kiezers gedurende de regeerperiode doorkrijgen dat de gekozen politieke partij niet per se namens hun belangen handelt, omdat op wie zij gestemd hebben qua standpunten niet het beste aansluit. Hierdoor kan het gevoel van representativiteit deels verdwijnen. Politieke partijen houden dus het zetelaantal wel in stand met de functie mobilisatie, maar de representativiteit van kiesgerechtigden wordt niet in stand gehouden bij het uitvoeren van deze functie.

Rekrutering en selectie

Tijdens de campagnetijd is het samenstellen van een kandidatenlijst en het benoemen van een lijsttrekker het belangrijkste onderdeel dat valt binnen de functie rekrutering en selectie. Een lijsttrekker is voor een partij namelijk belangrijk bij het binnenhalen van stemmen. Ongeveer dertig procent van de kiezers baseert hun stemkeuze op de lijsttrekker (NOS, 2022).

De wijze waarop een kandidatenlijst wordt opgesteld verschilt per politieke partij, maar wordt binnen de partij besloten (Parlement.com, z.d.). In Nederland bepalen politieke partijen ook zelf de volgorde van hun kandidatenlijst en hoewel het mogelijk is om met voorkeurstemmen te beïnvloeden wie er van de lijst in de Kamer komt, zullen meestal de hoogste kandidaten op een lijst in de Tweede Kamer komen (ProDemos, z.d.). Politieke partijen hebben dus door middel van het opstellen van de kandidatenlijst veel invloed op welke specifieke personen in de Tweede Kamer zullen komen.

Doordat politieke partijen zelf bepalen welke kandidaten zij selecteren voor hun lijst zijn zij ook verantwoordelijk voor in hoeverre de kandidatenlijst een afspiegeling is van Nederland of van hun achterban. De mate waarin een kandidatenlijst een afspiegeling is van de kiezer hangt af van in hoeverre de achtergrondkenmerken, zoals bijvoorbeeld gender, afkomst, seksuele-oriëntatie en woonplaats van de kandidaten overeenkomen met de achtergrondkenmerken van de kiezer. (Parlement.com, z.d.). De mate waarin politieke partijen zich bewust hebben bezig gehouden met de diversiteit op hun kandidatenlijst voor de verkiezingen van 2021 verschilt erg per partij. Hoewel sommige partijen bewust kandidaten selecteerden die qua achtergrondkenmerken overeenkomen met de samenstelling van de bevolking in Nederland selecteerden andere partijen hun kandidaten enkel op basis van kwaliteiten (Dietvorst, 2020). Wanneer politieke partijen een kandidatenlijst maken die een afspiegeling is van de samenleving krijgt iedereen de kans om diens stemkeuze te baseren op basis van descriptieve representatie. Wanneer kandidatenlijsten bepaalde groepen in de samenleving niet omvatten dan zullen deze mensen ook niet de keuze kunnen maken om te stemmen op iemand die qua achtergrondkenmerken overeenkomt.

Naast het opstellen van een kandidatenlijst is ook het selecteren van een lijsttrekker een onderdeel van de functie rekrutering en selectie (Van der Veen & Veldman, 2021). Hoe een lijsttrekker wordt aangewezen verschilt per partij, maar meestal wordt deze gekozen door partijleden. In sommige gevallen wordt er hierbij een lijsttrekkersverkiezing gehouden waarbij kandidaten kunnen stemmen op wie volgens hen de beste lijsttrekker zou zijn (Parlement.com, z.d.). Naast dat sommige kiezers hun stemkeuze baseren op de lijsttrekker is de lijsttrekker ook de personificatie van de partij en van de ideeën van de partij (RTL Nieuws, 2016). Een lijsttrekker wordt dus sterk geassocieerd met de partij en met de ideeën van de partij. Daarnaast hangt ook het beeld dat mensen van de lijsttrekker hebben sterk samen met het beeld dat mensen van de partij hebben (Voorn, 2021). Bij het selecteren van een lijsttrekker zou er dan ook iemand gekozen moeten worden die op het gebied van standpunten en

achtergrondkenmerken aansluit bij de partij. Dit zou ervoor zorgen dat kiezers niet een verkeerd beeld van de partij krijgen door het beeld dat er bestaat van de lijsttrekker.

Om de representatie te vergroten zou er door politieke partijen elke verkiezing gereflecteerd kunnen worden welke kandidaat deze rol het beste zou kunnen vervullen. Waarbij er vervolgens op een democratische wijze door de leden een nieuwe lijsttrekker gekozen zou kunnen worden. Er zijn op dit moment echter enkele redenen waarom dit niet elke keer even goed wordt gedaan. Ten eerste wordt er meestal niet verder gekeken naar nieuwe kandidaten wanneer er tevredenheid is over het functioneren van een lijsttrekker (Mullekom, 2021). Daarnaast is het opvolgen van een bekende en vertrouwde lijsttrekker ook moeilijk. Dat geldt al helemaal voor het opvolgen van een premier (Parlement.com, z.d.). Wanneer een premier wordt opgevolgd door nieuwe lijsttrekker raakt deze partij eveneens de premiebonus kwijt. Een premiebonus is het voordeel waar de partij die de premier levert van geniet (Ibid.). Ten slotte zijn sommige partijen, ondanks dat het de meest democratische manier is een beetje huiverig over het houden van een lijsttrekkersverkiezing (Ibid.). Dit heeft ermee te maken dat lijsttrekkersverkiezingen in het verleden wel eens tot onrust en een tweestrijd binnen een partij hebben geleid (Mullekom, 2021).

Voor politieke partijen zelf is het dus niet altijd voordelig om van lijsttrekker te veranderen en ook niet om de lijsttrekker op de meest democratische manier te verkiezen. Wanneer politieke partijen echter niet de meest representatieve persoon selecteren als lijsttrekker kan dit ervoor zorgen dat kiezers op basis van de lijsttrekker een verkeerd beeld krijgen van de politieke partij en dat ze dan op basis van verkeerde informatie een stemkeuze maken. Wanneer kiezers dit doen, bestaat er een kans dat ze later toch merken dat de partij waarop ze hebben gestemd niet het best bij hun standpunten of zelfs bij hun achtergrondkenmerken aansluit, waardoor de kiezer zich niet meer vertegenwoordigd gaat voelen. De substantieve en of descriptieve representatie kan dan dus verminderen.

Samenhang functies van politieke partijen en representativiteit in campagnetijd

Op basis van de verschillende aangehaalde voorbeelden en theorieën die zojuist in het theoretisch kader zijn beschreven, is te concluderen dat de manier waarop politieke partijen hun functies uitvoeren invloed heeft op de verschillende soorten representativiteit die Pitkin onderscheidt. Hoe het handelen van de politieke partij invloed heeft op de representativiteit en op welke soort representativiteit dit invloed heeft verschilt per functie en per handeling. Uiteindelijk kan er worden gesteld dat er verschillende manieren zijn waarop het uitvoeren van functies de representativiteit kan beïnvloeden.

Bij de functies aggregatie en communicatie is het het geval dat politieke partijen door hun manier van het uitvoeren van de functies niet een volledig beeld krijgen van wat er speelt onder de gehele achterban en wat de wensen, eisen en belangen zijn van alle mensen in de achterban. Doordat politieke partijen een onvolledig beeld hebben van de gehele achterban kan het vervolgens voorkomen dat zij na de verkiezingen niet alle mensen die op hen stemden even goed kunnen vertegenwoordigen. Bij deze twee functies kan het handelen van politieke partijen dus mogelijk zorgen voor een afname van de substantieve representatie voor sommige groepen.

Naast dat de representativiteit afneemt omdat partijen een onvolledig of onjuist beeld hebben van hun achterban, kan het tegenovergestelde ook gelden. Kiezers kunnen ook door de campagnetijd een onjuist of onvolledig beeld van de partijen hebben gekregen. Dit kan ontstaan doordat de lijsttrekker niet de meest representatieve persoon is voor de partij en doordat er door issue-ownership en

selectieve thema's die belangrijk zijn tijdens een campagne een onvolledig beeld ontstaat van de volledige standpunten van een partij. Dit incorrecte of onvolledige beeld kan dus worden veroorzaakt door hoe partijen hun functie rekrutering en selectie of de functie articulatie uitvoeren. Een foutief of onvolledig beeld van een partij kan leiden tot een afname van verschillende soorten representativiteit. Wanneer het incomplete of incorrecte beeld betrekking heeft op standpunten dan kan dat leiden tot een afname van de substantieve representatie. Het kan dan namelijk voorkomen dat de standpunten en belangen met betrekking tot onderwerpen waarop kiezers niet hun stemkeuze hebben gebaseerd niet overeenkomen met die van de partij van hun keuze. Dit zou ervoor kunnen zorgen dat deze kiezers op basis van sommige onderwerpen niet worden vertegenwoordigd in de Tweede Kamer.

Het kan ook zijn dat door de wijze waarop politieke partijen hun functies uitvoeren kiezers denken dat ze op basis van de ene vorm van representativiteit een keuze hebben gemaakt, maar uiteindelijk blijkt dat de keuze voornamelijk is gemaakt op basis van een andere vorm. Dit is bijvoorbeeld het geval bij de functie mobilisatie wanneer partijen onbewust inspelen op het gevoel van de kiezer. Hierdoor kan de kiezer het gevoel krijgen dat die op basis van substantieve representatie een keuze heeft gemaakt, maar eigenlijk is deze keuze voornamelijk gemaakt op basis van symbolische representatie. Wanneer een kiezer hierdoor heeft gestemd op een partij die vervolgens niet de meest geschikte partij bleek te zijn om deze kiezer of de belangen van deze kiezer te vertegenwoordigen dan wordt deze kiezer niet optimaal vertegenwoordigd op basis van substantieve representatie.

Als laatste is het mogelijk dat partijen de functie zo vervullen dat niet elke kiezer een stemkeuze kan maken op basis van iedere vorm van representativiteit. Dit zou bijvoorbeeld bij de functie van rekrutering en selectie kunnen plaatsvinden. Wanneer politieke partijen sommige groepen mensen namelijk niet de optie geven om te stemmen op een kandidaat met dezelfde achtergrondkenmerken kunnen deze mensen niet stemmen op basis van descriptieve representatie.

Op vier verschillende manieren kan het uitvoeren van de functies van politieke partijen tijdens campagnetijd bijdragen aan de verminderde representativiteit van de Nederlandse politiek: doordat politieke partijen door de uitvoering van de functies een verkeerd of onvolledig beeld vergaren van de kiezers, doordat kiezers door de uitvoering van de functies een verkeerd of onvolledig beeld vergaren van de politieke partijen, doordat kiezers door de uitvoering van de functies een stemkeuze baseren op basis van een soort representatie die zij niet wilden of doordat door de uitvoering van de functies sommige kiezers niet de optie krijgen om op basis van elke soort representatie een stemkeuze te maken.

3 Hoe het ervoor staat met het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen

Om tot een conclusie te komen over het aandeel van campagnevoering van politieke partijen bij het voortbestaan van wantrouwen van burgers is het van belang om te kijken hoe het er met het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen voor staat. Vandaar zal in dit hoofdstuk de volgende vraag beantwoord worden: *Hoe staat het ervoor met de representativiteit van Nederlandse bewindspersonen?* Om deze vraag te beantwoorden zal er worden gekeken naar de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen die er als gevolg van de Tweede Kamerverkiezing van 2021 heerst. Dit zal worden onderzocht door te kijken naar recente onderzoeksrapporten over het vertrouwen in de Nederlandse politiek. Er zal dus worden gekeken naar de mate van vertrouwen die onder de Nederlandse bevolking heerst sinds de Tweede Kamerverkiezingen van 2021. Aansluitend hierop zal er worden onderzocht wat de reden voor de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen is. Vervolgens zal er een uitspraak worden gedaan over de vraag of er sprake is van een vertrouwenscrisis van Nederlandse kiezers jegens bewindspersonen.

3.1 De grootte van het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen

Er zal in dit hoofdstuk gekeken worden naar de omvang van het vertrouwen in de Nederlandse bewindspersonen om vervolgens de volgende vraag te beantwoorden: *Hoe groot is het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen?*

In Nederland wordt het politiek vertrouwen gemeten door het Sociaal en Cultureel Planbureau. Het SCP vraagt aan een representatieve groep kiezers om een rapportcijfer toe te kennen aan hun vertrouwen in politieke instituties en publiceert de conclusie in een rapport genaamd Burgerperspectieven (Van der Linden, 2022). Dit rapport wordt minimaal jaarlijks gepubliceerd (Ministerie van Volksgezondheid & Welzijn en Sport, 2021). De meest recente publicatie van het rapport is gebaseerd op statistieken uit januari en februari van 2022 (Ibid.). Door de gedateerde aard van deze statistieken zal er ook worden gekeken naar statistieken die de recente ontwikkelingen weergeven.

Het rapport van het SCP geeft aan dat veel Nederlanders heel kritisch zijn op de politiek. Wel lijken de meeste Nederlanders nog een bepaalde mate aan vertrouwen hebben. Deze groep geeft de regering een kleine (on)voldoende en zijn niet tevreden met wat ze zien. Uit het rapport blijkt 50 procent van de Nederlanders onvoldoende vertrouwen heeft in de regering en 49 procent van de burgers onvoldoende vertrouwen heeft in de Tweede Kamer. Van de 50 procent van de Nederlanders die vertrouwen hebben in de regering is het wel belangrijk om te weten dat enkel 11 procent de regering een hoge voldoende geeft (een 8, 9 of 10). Dit terwijl 24 procent van de Nederlanders de regering een lage onvoldoende toedient (een 1, 2 of 3). Het rapport geeft aan dat alhoewel het vertrouwen onder het gemiddelde ligt, het niveau vaker op dat niveau heeft gelegen (Den Ridder et al., 2022).

Na de publicatie van het Burgerperspectieven-rapport van het SCP zijn er twee onderzoeken verschenen die beiden ook een uitspraak doen over het vertrouwen dat heerste onder de Nederlandse bevolking. Deze onderzoeken werden ongeveer een half jaar later gedaan en toonden aan dat het vertrouwen inmiddels was gedaald naar een historisch gezien laag niveau. Uit het Prinsjesdag-onderzoek van EenVandaag bleek dat enkel 15 procent van de panelleden deelnemend aan het onderzoek vertrouwen hadden in het kabinet. Alleen in 2007 werd een kabinet slechter beoordeeld, toen had maar 14 procent van de panelleden vertrouwen in het kabinet (Van der Heyden,

2022). In dezelfde periode werd het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek gepubliceerd. Van de respondenten van dit onderzoek gaf 26 procent aan een beetje of veel vertrouwen te hebben in het huidige kabinet. Met een percentage van 28 procent week het vertrouwen in de landelijke politiek niet erg af. Een jaar eerder gaf 30 procent aan vertrouwen te hebben in het (demissionaire) kabinet en 33 procent gaf aan vertrouwen te hebben in de landelijke politiek. De daling heeft zich dus voortgezet (Ipsos, 2022).

Uit de verschillende onderzoeken komt naar voren dat het vertrouwen een historisch laag niveau heeft bereikt. Waar het vertrouwen bij de verzameling van de data voor het SCP-rapport in de maanden van januari en februari van 2022 al laag was, is de verdere daling te zien in de onderzoeken die beiden zijn uitgevoerd in september 2022 zijnde het Prinsjesdag-onderzoek van EenVandaag en het Ipsos/NOS Prinsjesdagonderzoek.

3.2 Verklaring voor de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen

In dit hoofdstuk zal er vanuit het Ipsos/NOS Prinsjesdagonderzoek 2022 worden gekeken naar de verklaring voor het lage vertrouwen van de Nederlandse burger. In het Prinsjesdagonderzoek 2022 valt te lezen wat respondenten antwoorden wanneer gevraagd wat de reden was voor het feit dat ze weinig vertrouwen hadden in het kabinet. Deze verklaringen zullen in dit hoofdstuk worden gebruikt om antwoord te geven op de volgende vraag: *Hoe is de mate van vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen te verklaren?*

De redenen gegeven door de respondenten van het Ipsos/NOS Prinsjesdagonderzoek 2022, die overigens generaliseerbaar zijn naar de rest van Nederland, vallen onder te verdelen in drie categorieën. Op deze drie categorieën zal individueel worden ingegaan.

De eerste categorie die zal worden onderscheiden is de categorie ‘falend beleid’. Onder deze categorie zullen alle gegeven redenen voor het geringe vertrouwen wat betreft beleid vallen. Hieronder zal zowel regulier beleid vallen als het beleid wat betreft crisissen, zoals bijvoorbeeld de energiecrisis. Hiernaast zal de reden ‘omdat de politiek de problemen niet oplost’ hieronder vallen (Ipsos, 2022). Deze keuze is gemaakt omdat dit gaat over onvrede over kwesties waarop Nederlanders vinden dat er beter beleid zou moeten worden gemaakt, dus beleid die de Nederlandse burger op dit moment als ‘falend’ zou categoriseren.

Hiernaast zal de categorie ‘onzichtbaarheid van de kiezer’ worden onderscheiden. Hieronder zullen de volgende redenen vallen: ‘omdat de politiek vooral met zichzelf bezig is’, ‘omdat ik me niet gehoord voel’ en ‘omdat ik me niet vertegenwoordigd voel’ (Ibid.). Alle drie de redenen komen erop neer dat de burger vindt dat de politiek meer zou moeten letten op wat de kiezer vindt en wil. Dus dat de kiezer zich op dit moment zich onzichtbaar voelt voor de politiek.

Als laatste zal de categorie ‘ongelijke behandeling’ worden onderscheiden. Hieronder zal de reden ‘omdat de politiek mensen niet gelijk behandelt’ vallen (Ibid.).

Falend beleid

Uit het Ipsos/NOS Prinsjesdagonderzoek 2022 komt, zoals hierboven benoemd, naar voren dat beleid op bepaalde gebieden een reden voor de Nederlandse burger is om weinig vertrouwen te hebben in het kabinet. Zo geeft 64 procent van de respondenten het beleid op het gebied van de energiecrisis op als

reden voor hun geringe vertrouwen. Dit wordt opgevolgd met 59 procent vanwege beleid op het gebied van de woningmarkt, 58 procent op beleid op het gebied van immigratie en asiel en 56 procent op het beleid op het gebied van inflatie. Dit wordt opgevolgd door nog vele andere beleidsgebieden (Ipsos, 2022).

Op vele van deze beleidsgebieden valt te stellen dat er op dit moment sprake is van een crisis. Neem bijvoorbeeld de energiecrisis die in ons land heerst sinds de oorlog in Oekraïne of de asielcrisis (EenVandaag, z.d.) (Ministerie van Algemene Zaken, 2022). In het Burgerperspectieven-rapport van het SCP wordt al benoemd dat onvrede over het optreden van de overheid op bepaalde dossiers heeft bijgedragen aan het ontstaan van breed gedeelde twijfel over de intenties van zittende politici en hun wil en vermogen om maatschappelijke opgaven op te lossen (Den Ridder et al., 2022). Dit verschijnsel is, dan op andere beleidsgebieden, ook terug te zien in het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 (Ipsos, 2022).

In het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 staat vermeld dat 42 procent van de respondenten aangeeft weinig vertrouwen te hebben in de politiek, omdat de politiek de problemen niet oplost (Ipsos, 2022). Één van de auteurs van het Burgerperspectieven-rapport van het SCP vertelde in een interview met Hart van Nederland dat het verliezen van het vertrouwen van mensen in de overheid en het niet meer geloven dat de overheid de problemen kan oplossen kan worden gezien als een gevolg van het optreden van de politiek. Den Ridder constateert dat dit tijdens de coronacrisis duidelijk te zien was en dat dit fenomeen nu ook te zien is in andere crisissen (Hart van Nederland, 2022).

Uit het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 komt dus naar voren dat de Nederlandse burger onvrede over het beleid van het kabinet op bepaalde gebieden als reden geeft voor hun geringe vertrouwen in het kabinet (Ipsos, 2022). Dit roept de vraag op hoe het mogelijk is dat kiezer zich niet kan vinden in het beleid van de zelfgekozen overheid. Een verklaring hiervoor is dat kiezers niet hebben gestemd op een partij vanwege hun standpunten, maar dat andere factoren een rol speelden. In dit geval kunnen symbolische en descriptieve representatie bepalend zijn geweest voor de stemkeuze, waardoor er beperkt of geen rekening is gehouden met de substantieve representatie. Hierover valt meer te lezen in het vorige hoofdstuk en er zal later in dit onderzoek verder op in worden gegaan.

Onzichtbare kiezer

Een drietal van de verklaringen gegeven in het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 zijn, zoals eerder benoemd, gecentreerd rondom de burger die vindt dat de politiek meer zou moeten letten op wat de kiezer vindt en wil.

Ten eerste wordt er door 37 procent van de respondenten als reden voor hun geringe vertrouwen aangegeven dat de politiek vooral met zichzelf bezig is. Daarnaast wordt er door 15 procent aangegeven dat dit komt doordat ze zich niet gehoord voelen en door 14 procent gemeld dat dit komt doordat ze zich niet vertegenwoordigd voelen (Ibid.).

In het Burgerperspectieven-rapport van het SCP gaf ook een deel van de respondenten aan zich niet vertegenwoordigd te voelen. Dit doordat ze het gevoel hadden dat de vertegenwoordiging in plaats van hen te vertegenwoordigen aan zichzelf dacht. Dit sentiment wordt verduidelijkt door het volgende citaat uit het rapport: *“Ze vertegenwoordigen vooral zichzelf en niet het volk”* (Den Ridder et al., 2022).

In het SCP rapport werd de reden ‘omdat ik me niet vertegenwoordigd voel’ (14 procent), dus verklaard met de reden ‘omdat de politiek vooral met zichzelf bezig is’ (37 procent) (Ipsos, 2022). Er bestaat echter wel een degelijk verschil tussen de percentages van de twee gegeven redenen. Wat hiervoor de verklaring is wordt niet verhelderd in het rapport Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022. Het zou mogelijk kunnen samenhangen met het gevoel dat, zoals in het onderzoek wordt benoemd, de problemen die de burger signaleert niet worden opgelost. Hiernaast zou het ook kunnen verwijzen naar de lange formatieperiode die uiteindelijk als resultaat hetzelfde kabinet opleverde als waarover al onvrede heerste onder de burgers. Het huidige kabinet werd dan ook niet goed ontvangen. In het Burgerperspectieven-rapport van het SCP werd namelijk aangegeven dat het vertrouwen in de Tweede Kamer en de regering niet steeg rond de verkiezingen of bij de vorming van een nieuw kabinet terwijl dit normaliter wel het geval is (Den Ridder et al., 2022).

Verder werd er in het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek ‘omdat ik me niet gehoord voel’ door 15 procent van de respondenten als reden gegeven voor hun geringe vertrouwen in het kabinet (Ipsos, 2022). Uit onderzoek blijkt dan ook dat onvrede en wantrouwen wordt gevoed als mensen zich niet gehoord voelen. Hiernaast is uit onderzoek gebleken dat burger een zekere onzichtbaarheid tegenover de overheid ervaart en dat dit eraan bijdraagt dat de burger zich niet gehoord en gezien voelt. Hiermee wordt deels bedoeld dat de burger het gevoel heeft dat de overheid hen niet meer ziet en dat de overheid niet weet wat er leeft in de samenleving (Van Wonderen, 2022).

Er heerst onder de burgers dus een gevoel van onzichtbaarheid tegenover de politiek wat zich heeft omgezet in wantrouwen. Dit duidt er dus eigenlijk op dat de burger niet het gevoel heeft dat de vertegenwoordiging, wiens taak het is om hen te vertegenwoordigen dit op een manier doet die toereikend is. Zulke gevoelens kunnen er onder andere voor zorgen dat formele representatie van de Nederlandse bevolking in de Tweede Kamer afneemt, omdat dit bij sommige burgers ertoe zal leiden dat ze het gevoel krijgen dat hun stem er toch niet toe doet of dat ze geen partij hebben die ze hun stem zouden toevertrouwen. Uit kiezersonderzoek, naar aanleiding van de Tweede Kamerverkiezingen van 2017, blijkt dan ook dat 34 procent van de mensen die niet gestemd heeft dit deed omdat ze geen vertrouwen hadden in de politiek. Hiernaast was voor 11 procent van de mensen het gevoel dat dat het niet uitmaakt of ze wel of niet zouden stemmen een reden om niet te stemmen (NOS, 2017). Er zal later in dit onderzoek worden gekeken of en hoe politieke partijen tijdens de campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen deze gevoelens hebben geprobeerd tegen te gaan en deze stemgerechtigden tot stemmen hebben proberen aan te zetten.

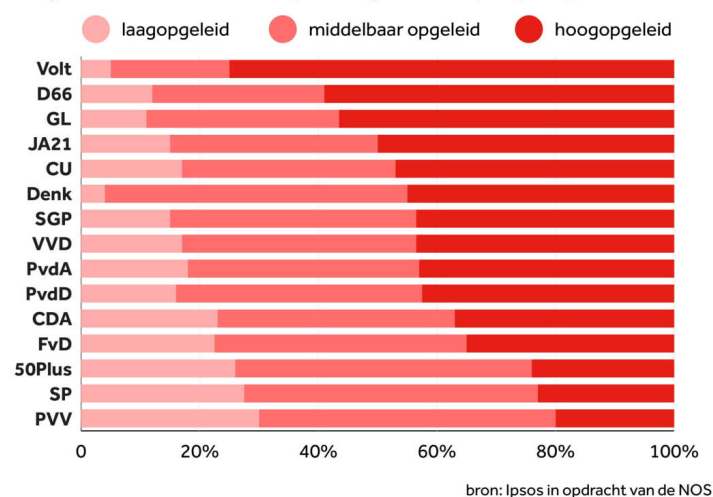
Ongelijke behandeling

In het Ipsos/NOS Prinsjesdagonderzoek 2022 komt als laatste naar voren dat wanneer gevraagd wordt waarom mensen weinig vertrouwen hebben in het kabinet 23 procent aangeeft dat dit komt doordat de politiek mensen niet gelijk behandelt.

Waar precies naar wordt verwezen met de reden ‘omdat de politiek mensen niet gelijk behandelt’ wordt niet duidelijk in het rapport. Wel tonen de bevindingen van het Burgerperspectieven-rapport een verband tussen opleidingsniveau, invloed en vertrouwen aan. Het rapport beschrijft namelijk dat er een aanwezig verschil bestaat tussen het vertrouwen in de politiek als het gaat om hoog- en laagopgeleiden. Waar onder hbo- en wo-opgeleiden 60 procent en 68 procent aangaf vertrouwen te hebben, gaf van de mensen met een opleiding tot en met vmbo of met een mbo-opleiding 45 procent en 43 procent dit aan (Den Ridder et al., 2022). Daarnaast wordt er in het rapport benoemd dat van de aanhangers van de coalitiepartijen 81 procent voldoende vertrouwen heeft in de regering, waar dit bij

de aanhangers van PVV/FvD/JA21/BBB bij 16 procent het geval is. Het rapport geeft dan ook aan dat een gebrek aan vertrouwen sterk lijkt samen te hangen met partijvoorkeur (Den Ridder et al., 2022). De partijen met aanhangers met een lage hoeveelheid aan vertrouwen zijn dan wel alle partijen die als populistisch vallen te categoriseren (Meijers, 2021) (NOS, 2021) (Ravensbergen, 2021), waarbij een bepaalde mate van afkeer tegenover de regering vanzelfsprekend is, alsnog is het relevant om een diepergaande verklaring hiervoor te vinden. Een andere verklaring is het verschil in opleidingsniveau waarvan sprake is tussen de twee groepen. In de onderstaande tabel is te zien dat het opleidingsniveau van de kiezers van de FvD en de PVV lager is dan die van de coalitie, dus van de D66, de CU, de VVD en het CDA. Dit is met uitzondering van JA21 waarvan het opleidingsniveau relatief hoog is (NOS, 2021). Deze statistieken verwijzen naar een diplomademocratie, een situatie waarin de burgers met de hoogste diploma's besturen. Dit terwijl hogeschoolden andere politieke voorkeuren en belangen hebben dan laaggeschoolden (Bovens, 2017). Hiernaast is de descriptieve representatie van laagopgeleiden in de Tweede Kamer dus laag. Wanneer een groep minder gerepresenteerd wordt, kan hier ook minder goed rekening mee worden gehouden. Dit zou dus een verklaring kunnen zijn voor het feit dat mensen vinden dat mensen niet gelijk worden behandeld door het kabinet.

Verdeling van stemmen naar opleidingsniveau per partij



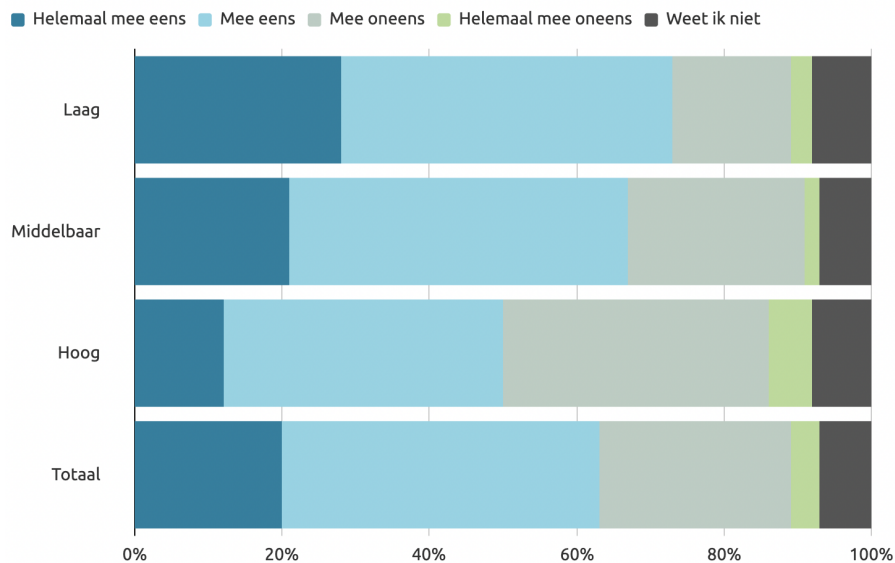
(NOS, 2021)

Zoals hierboven benoemd hebben laagopgeleiden minder vertrouwen en tegelijkertijd minder inspraak. Dit sentiment heerst ook onder de laagopgeleiden. Uit I&O Research blijkt namelijk dat wanneer de volgende stelling wordt voorgelegd aan zowel hoog- als laagopgeleiden de antwoorden ver uit elkaar liggen: 'Mensen zoals ik hebben geen enkele invloed op de regeringspolitiek'. Waar van de hoogopgeleiden 39 procent het (helemaal) eens is met deze stelling is dit bij laagopgeleiden voor wel 67 procent het geval (Kanne, 2020). Dit is een probleem wat ook lijkt te heersen gedurende de campagnevoering van politieke partijen. Dit blijkt uit de respons op de volgende stelling: 'Politieke partijen zijn alleen geïnteresseerd in mijn stem, niet in mijn mening'. Van de hoogopgeleiden gaf 50 procent aan het hier (helemaal) mee eens te zijn was dit voor 73 procent van de laagopgeleiden het geval (Ibid.). Deze statistieken lijken erop te wijzen dat de laagopgeleide kiezer niet afdoende vertegenwoordigd wordt, wat dus zou betekenen dat de substantieve representatie voor deze groep zwak is. Dit alles roept de vraag op wat in de campagnevoering van politieke partijen ervoor zorgt dat laagopgeleiden zich niet betrokken en gewaardeerd voelen. Hierop zal later in dit onderzoek verder op in worden gegaan.

Politiek cynisme

Naar opleidingsniveau

Politieke partijen zijn alleen geïnteresseerd in mijn stem, niet in mijn mening. ▾

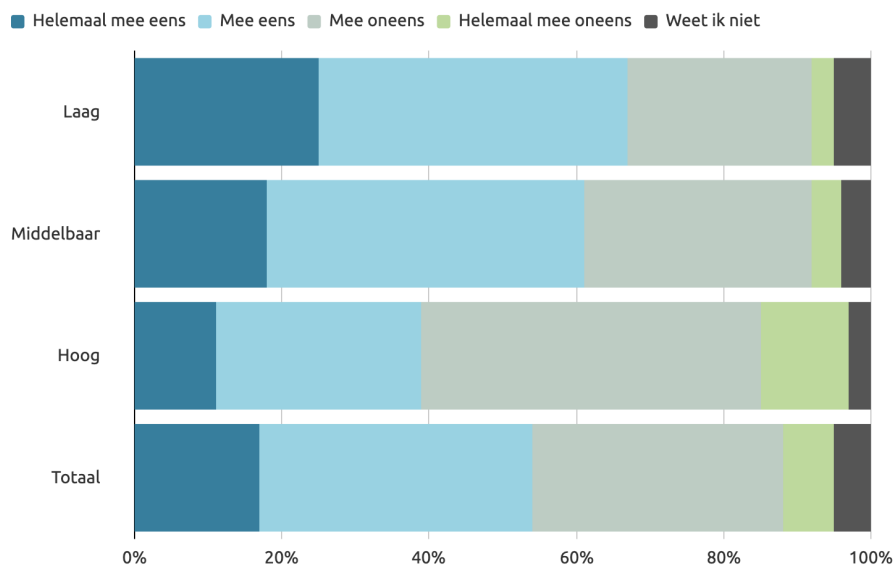


(Kanne, 2020)

Politiek cynisme

Naar opleidingsniveau

Mensen zoals ik hebben geen enkele invloed op de regeringspolitiek. ▾



(Kanne, 2020)

3.3 Vertrouwenscrisis

Er zal in deze subvraag worden gekeken naar de volgende vraag: *Is er sprake van een vertrouwenscrisis?* Door de uitkomsten van de hierboven ook genoemde onderzoeken te analyseren, namelijk het SCP Burgerperspectieven-rapport, het Ipsos/NOS Prinsjesdagonderzoek 2022 en het EenVandaag Prinsjesdag-onderzoek, wordt gekeken of er op het moment van dit onderzoek sprake is van een vertrouwenscrisis.

In de meest recente publicatie van het Burgerperspectieven-rapport van het SCP werd vermeld dat het huidige vertrouwen in de landelijke politiek laag is. Daarnaast werd vermeld dat dat een veelbesproken onderwerp in de media is, waarbij de vraag die vaak besproken wordt, is of er sprake is van een vertrouwensbreuk of een vertrouwenscrisis. Er wordt in het rapport besloten om geen uitspraak hierover te doen, omdat er uiteenlopende criteria zijn om iets een vertrouwenscrisis te noemen. Het SCP is van mening dat het relevanter is om inzicht te bieden in de aard van het lage vertrouwen en de mogelijke gevolgen ervan (Den Ridder et al., 2022). Al zal daar in dit onderzoek bij worden aangesloten en wordt er in dit onderzoek ook voornamelijk beschreven wat de reden is voor het lage vertrouwen zal de term ‘vertrouwenscrisis’ toch herhaaldelijk worden aangehaald. Deze keuze is gebaseerd op onderzoeken die na het SCP-rapport zijn gepubliceerd. Op de inhoud van deze onderzoeken is eerder in dit hoofdstuk ingegaan. Het gaat hier over het NOS/IPSOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 en het EenVandaag Prinsjesdag-onderzoek. Beide onderzoeken geven aan dat het vertrouwen op het moment van het uitvoeren van deze onderzoeken op een historisch gezien laag niveau lag. Het NOS/IPSOS Prinsjesdag-onderzoek verklaart dit door het vertrouwen dat heerste in 2022 te vergelijken met dat in 2020. Waar in 2020 vier op de tien Nederlanders weinig vertrouwen had in de politiek, liep dit in 2022 op tot zeven op de tien Nederlanders (Ipsos, 2022). In het verslag van het EenVandaag Prinsjesdag-onderzoek wordt benoemd dat het vertrouwen in het kabinet, sinds EenVandaag is begonnen met meten in 2007, maar één keer 1 procent lager uitviel. In september, de maand waarin het onderzoek werd gepubliceerd, had enkel 15 procent van de respondenten vertrouwen in het kabinet (Van der Heyden, 2022). Dit zijn statistieken die een staat van ernstig wantrouwen aanduiden. In het rapport van de SCP werd er nog benoemd dat de grootste groep Nederlanders de regering een kleine (on)voldoende geeft (Den Ridder et al., 2022). In het EenVandaag Prinsjesdag-onderzoek was er geen sprake meer van een kleine (on)voldoende, maar ontving het kabinet een 3.3. Hiernaast gaf twee derde aan een voorstander te zijn van nieuwe verkiezingen (Van der Heyden, 2022). Door deze recente ontwikkeling zal in dit onderzoek worden aangehouden dat er sprake is van een vertrouwenscrisis.

4 Methode

In dit onderzoek is het de bedoeling om door middel van interviews met campagnemedewerkers van politieke partijen een uitspraak te doen over hoe de partijen de functies die in dit onderzoek aan hen worden toegeschreven vervullen en hoe de manier waarop ze deze vervullen invloed heeft op de representativiteit van de Nederlandse politiek. Hierbij kunnen dus twee variabelen worden onderscheiden. Namelijk de onafhankelijke variabele ‘de campagnevoering van politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021’ en de afhankelijke variabele ‘de representativiteit van de stemkeuze die de kiezer heeft gemaakt bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2021’. De onafhankelijke variabele zal meetbaar worden gemaakt door de functies die aan politieke partijen worden toegekend. De afhankelijke variabele zal meetbaar worden gemaakt door de vier soorten representatie die Hanna Pitkin onderscheidt. Hiervoor is eerder in dit onderzoek de theoretische basis gelegd. Er zal dus worden gekeken naar: ‘in hoeverre de functies van politieke partijen zijn gewaarborgd tijdens de campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021’ en ‘het voldoen van de stemkeuze die de kiezer heeft gemaakt bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 aan de vier vormen van representatie van Hanna Pitkin’. Nadat dit verband is gelegd zal dit gebruikt worden om een uitspraak te kunnen doen over de invloed die de campagnevoering van politieke partijen heeft gehad op het vertrouwen van de Nederlandse burger. De variabelen zijn gekozen met het besef dat er verschillende andere variabelen zijn die invloed hebben op de stemkeuze van de kiezer zoals gewoonte, religieuze oriëntatie of ideologie (EenVandaag, 2021) (I&O Research, 2012). Er is echter in dit onderzoek besloten om enkel op de campagnevoering van politieke partijen te focussen, aangezien de campagne van politieke partijen door onder andere de ontzuiling en de toename aan zwevende kiezers een steeds grotere rol speelt in de stemkeuze, terwijl de invloed van religie en gewoonte juist af lijkt te nemen (Van der Veen & Veldman, 2021)

De onderzoekspopulatie van dit onderzoek zijn alle Nederlandse politieke partijen die in 2021 campagne hebben gevoerd en in de Tweede Kamer zijn gekomen. Aangezien dit onderzoek het campagnevoeren van 2021 en het wantrouwen in de huidige politiek in verband brengt is het nodig dat de onderzoekspopulatie zowel campagne heeft gevoerd in 2021 als deel uitmaakt van de huidige nationale politiek. Hierbij is er gekozen om het hebben van ten minste een zetel in de Tweede Kamer als criterium te gebruiken. Er wordt geprobeerd een uitspraak te doen over hoe alle politieke partijen in Nederland campagne gevoerd hebben voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021. Daarnaast zal er ook gepoogd worden een uitspraak te doen over wat voor invloed deze campagnevoering heeft gehad op de representativiteit van de hele Nederlandse politiek.

Dit onderzoek is een kwalitatief onderzoek, waarbij er gebruik gemaakt wordt van meerdere interviews. Er is specifiek voor een interview gekozen, omdat een interview de meest gepaste onderzoeksmethode is om een diepgaand en uitgebreid beeld te krijgen over hoe politieke partijen handelen. Om het handelen van de politieke partijen te kunnen begrijpen is het namelijk essentieel om de afwegingen en motieven die aan het handelen vooraf zijn gegaan te achterhalen. Een interview staat erom bekend dat dit de beste onderzoeksmethode is om deze motieven en afwegingen bloot te leggen (Schra, Veldman, Olgers, & Philippens, 2018). Een onderzoeksmethode als een enquête is hier veel minder geschikt voor, aangezien de motieven en afwegingen het best duidelijk worden in de vorm van open vragen, waarbij het stellen van vervolgvragen mogelijk is. Dat is bij een enquête niet mogelijk. Een interview is wel tijdrovend en daardoor is het dus niet de meest ideale methode om grote groepen te betrekken (Schra, et al., 2018). De interviews in dit onderzoek worden gehouden met verschillende Nederlandse politieke partijen die na de verkiezingen in 2021 in de Tweede Kamer zijn

gekomen. Aangezien er slechts een beperkt aantal politieke partijen voldoet aan de criteria, is het ondanks het tijdrovende proces mogelijk om met een groot deel van deze partijen een interview te houden.

Bij het benaderen van respondenten is ervoor gekozen om alle politieke partijen die na de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 ten minste een zetel in de Tweede Kamer bezitten te benaderen. Hierbij zijn partijloze Kamerleden geëxcludeerd, aangezien alle partijloze Kamerleden die op dit moment in de Tweede Kamer zitten geen campagne voor zichzelf hebben gevoerd, maar voor hun ex-partij (Kiesraad, 2021). Alle benaderde partijen zijn gevraagd of iemand van hun campagneteam bereid was om een interview te geven. De reden om campagnemedewerkers te interviewen was dat campagnemedewerkers direct betrokken zijn bij het plannen, bedenken en uitvoeren van een campagne waardoor zij zowel antwoord kunnen geven op hoe de campagne in zijn werk ging als ook meer informatie kunnen geven over de redenen voor dit handelen. In eerste instantie gingen de SGP, de PvdA, de ChristenUnie, het CDA en de SP in op het aanbod. Na het nogmaals benaderen van D66 en de VVD waren ook deze partijen bereid om een interview te geven. Uiteindelijk zijn er zeven respondenten, die ieder betrokken zijn bij het campagnevoeren van een van de zojuist genoemde partijen geïnterviewd. De functies van de respondenten verschillen. Hieronder zijn voor alle respondenten in een tabel de huidige en de eerdere functies die relevant zijn voor dit onderzoek weergegeven.

Tabel 1: Geïnterviewden

Partij	Functies Beperkt tot meest relevante politieke functies vindbaar op LinkedIn en partijwebsites.
CDA	Senior politiek datastrateeg (januari 2021 - heden) Politiek datastrateeg (september 2018 - januari 2021)
CU	Campagnemanager Provinciale Staten en Waterschapsverkiezingen 2023 (juni 2022 - heden) Campagnemanager TK2021 (maart 2020 - augustus 2022)
D66	Campagneleider (mei 2022 - heden) Tweede Kamerlid (maart 2021 - heden)
PvdA	Campagnemanager en politiek strateeg (september 2022 - heden)
VVD	Campagneleider Provinciale Statenverkiezingen 2023 (juni 2022 - heden) Campagneleider gemeenteraadsverkiezingen 2022 (mei 2021 - 2022) Tweede Kamerlid (september 2018 - heden)
SGP	Beleidsadviseur (november 2021 - heden)
SP	Gemeenteraadslid (maart 2022 - heden) Algemeen secretaris (december 2019 - heden)

4.1 Interviews

Interviewvragen

Voor dit onderzoek is er gekozen om gebruik te maken van een semi-gestructureerd interview. Voorafgaand aan het interview zijn er vragen vastgesteld, maar tijdens het interview zelf is er de ruimte genomen om de vragen anders te formuleren, om vervolgvragen te stellen en om eventueel de volgorde van de vragen te veranderen (Genau, 2022). Hiervoor is gekozen om de interviews zoveel mogelijk als een gesprek aan te laten voelen en om de vragen zo duidelijk mogelijk over te brengen. De interviewvragen op de vragenlijst zijn allemaal open vragen, om ervoor te zorgen dat de respondenten zo min mogelijk gestuurd worden in hun antwoord en om de respondenten de kans te geven om een uitgebreid antwoord te geven. Daarnaast zorgt het stellen van open vragen er ook voor dat de gedachtegang van respondenten beter duidelijk wordt (Benders, 2022). Verder hebben de vragen betrekking op de functies van politieke partijen en zijn ze per functie ingedeeld. Dit is gedaan zodat het mogelijk is om over elke functie een uitspraak te doen, wanneer de respondenten de vragen volledig beantwoorden. In tabel 2 is de vragenlijst te vinden waarop basis de interviews zijn afgenomen. In de eerste kolom is te lezen wat de bedoeling was achter de vragen per functie, in de tweede kolom de vragen en vragen die als vervolgvraag gesteld kunnen worden wanneer deze nog niet beantwoord zijn in reactie op de bovenstaande vraag en in de derde een verantwoording van de vragen.

Tabel 2: Interviewvragen

Functie en uitleg	Vragen	Verantwoording vragen
Mobilisatie: voor de functie mobilisatie is de voornaamste bedoeling om erachter te komen wie politieke partijen proberen te mobiliseren, hoe ze mensen proberen te mobiliseren en hoe zij de afwegingen maken in wie en hoe zij mobiliseren. Met de antwoorden hierop wordt er geprobeerd om een uitspraak te doen over in hoeverre politieke partijen erin slagen om alle groepen in de samenleving te mobiliseren. Het betrekken van alle groepen in de samenleving is bevorderend voor de representativiteit.	Vraag 1: <i>Hoe probeert uw partij kiezers die nog twijfelen of ze überhaupt gaan stemmen aan te zetten om op uw partij te stemmen?</i> Vervolg vraag: <i>Waarom maakt uw partij gebruik van deze methodes?</i>	Deze vraag wordt gesteld om erachter te komen hoe politieke partijen mensen betrekken die nog twijfelen of ze gaan stemmen. Hiermee wordt duidelijk of de politieke partij haar prioriteit legt bij het vergroten van de opkomst en dus bij het vergroten van de formele representatie of dat zij zich voornamelijk richt op het aantrekken van stemmen door mensen die al van plan waren om te stemmen.
	Vraag 2: <i>Welke groepen worden er tijdens de campagne van uw partij vooral geprobeerd te bereiken?</i> Vervolg vraag: <i>Hoe maakt uw partij deze afweging?</i>	Deze vraag wordt gesteld om te achterhalen op welke groepen politieke partijen zich voornamelijk richten. De mate waarin politieke partijen een brede groep aan mensen

	Vervolg vraag: <i>Op welke manier probeert u deze groep te bereiken?</i>	proberen te mobiliseren heeft invloed op de hoeveelheid mensen die worden gemobiliseerd en daarmee kan het ook van invloed zijn op de formele representatie.
Rekrutering en selectie: bij de vragen over de functie rekrutering en selectie gaan de vragen voornamelijk over de lijsttrekker van de partijen. De vragen gaan over wat de rol van de lijsttrekker was tijdens de campagne. Hierbij wordt er geprobeerd om erachter te komen in welke mate politieke partijen in proberen te spelen op de symbolische representatie door het gebruik van hun lijsttrekker als symbool voor de partij.	Vraag 3: <i>Wat was de rol van uw lijsttrekker in de verkiezingscampagne in 2021?</i> Vervolg vraag: <i>Hoe heeft uw partij de grote van zijn rol bepaald?</i>	Deze vraag wordt gesteld om te achterhalen in welke mate politieke partijen hun lijsttrekker hebben ingezet voor de verkiezingscampagne voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021. Het inzetten van de lijsttrekker kan namelijk de symbolische representatie vergroten. Hiernaast kan het ervoor zorgen dat de aandacht voor de standpunten van de partij vermindert waardoor de substantieve representatie mogelijk in het geding komt.
	Vraag 4: <i>Hoe is uw lijsttrekker gekozen?</i>	Deze vraag wordt gesteld om te achterhalen in hoeverre de symbolische, descriptieve en substantieve representatie worden gewaarborgd tijdens het kiezen van de lijsttrekker. De mate waarin er in dit proces rekening wordt gehouden met het optimaliseren van de genoemde vormen van representatie is namelijk bepalend voor in hoeverre de lijsttrekker van die politieke partij uiteindelijk aan die vormen van representatie zal voldoen.
	Vraag 5: <i>Waarom is er voor [naam lijsttrekker] als lijsttrekker gekozen?</i>	Deze vraag wordt gesteld om te achterhalen op welke manier en in welke mate er bij het kiezen van de lijsttrekker van de partij rekening is gehouden met de achterban. Hiermee kan

		worden gekeken op welke manier en in welke mate er is rekening is gehouden met de symbolische, descriptieve en substantieve representatie die de lijsttrekker met zich mee zou brengen.
	Vraag 6: <i>Wat voor beeld heeft Nederland van [naam lijsttrekker]?</i> Vervolg vraag: <i>Hoe is dit beeld veranderd sinds [naam lijsttrekker] lijsttrekker is van uw partij?</i> Vervolg vraag: <i>Wanneer dit imago bewust gekozen is: waarom is er voor dit imago gekozen?</i>	Deze twee vragen zijn gesteld om te achterhalen of er is geprobeerd om het beeld van de lijsttrekker te veranderen. De eerste vraag is gebruikt om vast te stellen wat het beeld van de lijsttrekker is op het moment van het afname van het interview. De tweede vraag is gebruikt om te kijken hoe het beeld van de lijsttrekker is veranderd sinds degene die functie heeft ingenomen. Door naar het contrast tussen deze twee vragen te kijken en door mogelijk nog expliciet te vragen of deze verandering is ontstaan met behulp van bewuste acties wordt gekeken naar de manier waarop het beeld van de lijsttrekker is veranderd om electoraal gewin te realiseren. Op deze manier kan namelijk worden gekeken of in dit proces de symbolische, descriptieve en substantieve representatie worden bevorderd of tegengewerkt.
Articulatie: bij deze functie ligt in de vragen de nadruk op welke onderwerpen partijen kiezen om uit te lichten tijdens de campagne en op de vraag hoe dit wordt bepaald en welke factoren daar invloed op hebben. Welke factoren naar	Vraag 7: <i>Hoe bepaalt uw partij welke onderwerpen zij voorop zet in de verkiezingscampagne?</i>	Deze vraag is gesteld om te achterhalen hoe er wordt bepaald welke onderwerpen voorop worden gezet in campagne. Hiermee wordt er geprobeerd erachter te komen op basis van welke interne of externe factoren dit gebaseerd

voren worden gebracht heeft invloed op hoe duidelijk het beeld dat kiezers van politieke partijen hebben is. Wanneer kiezers een kloppend en volledig beeld hebben van de politieke partijen kunnen zij een betere stemkeuze maken op basis van substantieve representatie.		is. Wanneer politieke partijen hun onderwerpen in grote mate laten afhangen van externe factoren dan kan er een risico ontstaan dat de onderwerpen die naar voren worden gebracht in de campagne niet de onderwerpen zijn waar de partij daadwerkelijk voor staat, maar dat het meer onderwerpen zijn die op dat moment in het nieuws zijn of waar een partij stemmen mee denkt te winnen. Wanneer een partij zich in een campagne voornamelijk focust op onderwerpen waar die zich na de verkiezing niet veel op gaat richten dan kunnen kiezers een verkeerd beeld krijgen van een partij en kan de substantieve representatie afnemen wanneer deze kiezers zich later niet vertegenwoordigd voelen.
	<i>Vraag 8: Hoe zorgt uw partij dat deze gekozen onderwerpen onder de aandacht komen tijdens de campagne?</i> <i>Vervolgvrage: Wat gebeurt er wanneer een andere partij met dit onderwerp aan de haal gaat?</i> <i>Vervolgvrage: Wat gebeurt er als deze onderwerpen niet aanslaan en de focus van de verkiezing bij andere onderwerpen ligt?</i>	Met deze vraag wordt er gekeken hoe politieke partijen zorgen dat hun onderwerpen naar voren komen in de gehele campagne. Daarnaast wordt er met de vervolgvragen vooral gekeken naar hoe dicht politieke partijen bij hun gekozen onderwerpen blijven en of ze de focus verschuiven wanneer onderwerpen niet populair zijn onder de kiezer. Het principieel blijven bij onderwerpen die belangrijk zijn voor de partij zorgt ervoor dat kiezers een duidelijk beeld krijgen van waar een partij voor staat en dat help bij het maken van een keuze op basis van substantieve representatie.

	Vraag 9: <i>Hoe neemt de partij verantwoordelijkheid voor de uitgelichte onderwerpen na afloop van de verkiezingen?</i>	Met deze vraag wordt gekeken of politieke partijen daadwerkelijk doen wat ze in de campagnetijd hebben beloofd. Het niet houden aan campagnebeloftes kan ervoor zorgen dat de substantieve representatie afneemt omdat politieke partijen niet handelen naar waar de kiezers voor hebben gestemd.
Aggregatie: bij de functie aggregatie wordt er vooral gekeken hoe het verkiezingsprogramma tot stand is gekomen en wie invloed heeft gehad op dit programma. Daarnaast wordt er ook geprobeerd om te achterhalen hoe partijen bepalen welke onderwerpen het belangrijkste worden gemaakt in het programma. De mate waarin alle groepen in de samenleving betrokken worden bij het schrijven van een verkiezingsprogramma beïnvloedt hoe representatief dit programma is. Aangezien partijen het programma als richtlijn gebruiken voor verdere politieke besluitvorming heeft het ook invloed op hoe representatief alle groepen uiteindelijk worden vertegenwoordigd in de politiek.	Vraag 10: <i>Hoe komt het verkiezingsprogramma van uw partij tot stand?</i>	Met deze vraag wordt erachter geprobeerd te komen hoe het verkiezingsprogramma tot stand komt. Deze vraag gaat over hoe het proces in z'n werk treed en hoe democratisch dit proces gaat. Wanneer het verkiezingsprogramma samengesteld is door iedereen in de partij en wanneer de wensen, eisen en belangen van de hele achterban meegenomen zijn dan is een verkiezingsprogramma representatiever dan wanneer enkel de mening van meest machtigen van de partij geaggregeerd is en verwerkt is in het verkiezingsprogramma.
	Vraag 11: <i>Hoe bepaalt uw partij wat de eerste onderwerpen zijn die aanbod komen in het verkiezingsprogramma van uw partij?</i>	Met deze vraag wordt er geprobeerd te achterhalen hoe er wordt bepaald wat de meest belangrijk onderwerpen in het verkiezingsprogramma zijn. Wie en wat hier invloed op heeft gehad laat zien of de

	Vervolg vraag: <i>Waarom is hiervoor gekozen?</i> Vervolg vraag: <i>Hoe is die keuze gemaakt? / Wie hadden hier invloed op?</i>	mening van bepaalde groepen zwaarder wordt meegenomen in het programma dan die van anderen, wanneer dat het geval is dan is het verkiezingsprogramma niet volledig representatief.
	Vraag 12: <i>Wie wordt er betrokken bij de samenstelling van het verkiezingsprogramma van uw partij?</i>	Met deze vraag wordt er gekeken in hoeverre alle leden, de achterban maar ook andere groepen in de samenleving invloed hebben op het verkiezingsprogramma. De mate waarin de hele partij of de hele samenleving invloed kan uitoefenen op het verkiezingsprogramma heeft invloed op hoe representatief het programma is voor de partij of zelfs voor Nederland.
	Vraag 13: <i>Hoe zorgt uw partij ervoor dat alle groepen in de samenleving invloed kunnen uitoefenen op het verkiezingsprogramma?</i>	Met deze vraag wordt er gekeken hoe politieke partijen proberen te voorkomen dat enkel de partijtop of machtige bedrijven of personen invloed kunnen uitoefenen op het programma en in hoeverre het verkiezingsprogramma echt een afspiegeling is van de punten van de partij of de samenleving.
Communicatie: door middel van de vragen van communicatie wordt er onderzocht op welke manier en in welke mate politieke partijen in gesprek komen met kiezer, de nadruk ligt hierbij voornamelijk op het gesprek met kiezers die moeilijk te bereiken zijn. Wanneer politieke partijen met veel mensen in gesprek komen wordt hen ook duidelijker wat	Vraag 14: <i>Hoe zorgt uw partij ervoor dat het gesprek tussen de kandidaat en de kiezer tot stand komt tijdens campagnetijd?</i>	Deze vraag wordt gesteld zodat politieke partijen hun methodes van communicatie kunnen uitleggen. Wanneer een methode gericht is op wederzijds gesprek zorgt deze voor meer representativiteit, doordat politieke partijen dan beter de belangen van de samenleving te weten komen en ze dus beter weten hoe ze hun kiezers moeten

er in alle van de samenleving speelt. Door deze kennis kunnen politieke partijen beter in het belang van de gehele samenleving handelen, waardoor de substantieve representatie kan toenemen.		vertegenwoordigen op substantief vlak.
	Vraag 15: <i>Hoe zorgt uw partij tijdens campagnetijd ervoor dat ze in dialoog komt met mensen waar ze niet vanzelfsprekend mee in contact komt?</i>	Deze vraag wordt gesteld om er achter te komen in welke mate politieke partijen communiceren met alle groepen in de samenleving, dus ook met mensen die niet vanzelf naar hen toekomen. Het communiceren met alle groepen in de samenleving geeft een beter beeld van de verschillende belangen en geeft politieke partijen dus meer informatie in hoe ze ook substantief representatief kunnen zijn voor groepen die weinig betrokken zijn bij de politiek.
	Vraag 16: <i>Hoe komen de gesprekken met burgers vervolgens terug in uw partijprogramma?</i>	Deze vraag wordt gesteld om erachter te komen in welke mate er daadwerkelijk iets wordt gedaan met de gesprekken met kiezers. Wanneer gesprekken enkel bedoeld zijn om kiezers te mobiliseren of te informeren over de partij is er geen sprake van communicatie maar meer van mobilisatie of formulering.
	Vraag 17: <i>Wat kunnen burgers doen als ze het gevoel hebben dat de door uw partij in campagnetijd gedane beloftes niet worden nagekomen?</i>	Met deze vraag wordt er gekeken of politieke partijen openstaan voor feedback op het door hen in campagne gedane beloftes. Daarnaast wordt er met deze vraag duidelijk of partijen zelf kiezers benaderen voor een evaluatie op hun campagne of dat dat vanuit de

		kiezer moet komen. De vraag heeft betrekking op het onderdeel accountability van de formele representatie, aangezien de vraag duidelijk maakt in hoeverre kiezers partijen kunnen ‘straffen’ wanneer ze hun beloftes niet nakomen.
--	--	--

Van de zeven verschillende interviews zijn er twee fysiek in een café afgenomen, vijf zijn afgenomen via een videocall en één is telefonisch afgenomen. Op welke manier het interview werd gehouden hing voornamelijk af van wat wenselijk en haalbaar was voor de respondent. Voor ieder interview begon is er aan de respondent verteld dat de vragen over de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 gaan en is er toestemming gevraagd om het interview op te nemen. Elke respondent gaf toestemming om het interview op te nemen, waarna elk interview opgenomen is. Met behulp van de opnames zijn de interviews vervolgens getranscribeerd. Hierbij is het interview zo letterlijk mogelijk uitgetypt, waarbij er wel interpunctie toegevoegd is aan de zinnen en woorden als ‘eh’ of ‘ehm’ zijn weggelaten. Dit om zo de interviews zo leesbaar mogelijk te maken, zonder afbreuk te doen aan de inhoud.

Coderen

Na het transcriberen zijn de uitgewerkte interviews gecodeerd. Hierbij is er aan de vijf functies van politieke partijen een kleur toegekend. Wanneer een respondent een uitspraak heeft gedaan die tot een van de functies behoort is de uitspraak gemarkeerd in de kleur corresponderend met de functie. Zo zijn alle interviews op dezelfde manier gecodeerd. De functies van politieke partijen zijn geen streng afgebakende begrippen, waardoor het af en toe voorkwam dat uitspraken van respondenten tot meerdere functies gerekend kunnen worden. In dat geval is er toch geprobeerd om de uitspraak bij de best passende functie in te delen, waarbij er, zoals hieronder valt te lezen, enkele richtlijnen aan werden gehouden tijdens het coderen. Ter illustratie van de manier waarop er in dit onderzoek is gecodeerd vallen er in tabel 3 twee uitgewerkte interviewvragen te vinden.

De interviews gaan specifiek over campagnevoering. Tijdens campagnevoering is het voor politieke partijen een doel om zoveel mogelijk mensen aan te zetten om op jouw partij te stemmen (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.). Het aanzetten van mensen tot stemmen behoort over het algemeen bij de functie mobiliseren (Van der Veen & Veldman, 2021). Wanneer een respondent echter aangaf dat die stemmen probeerde te winnen door enkel de standpunten van de partij duidelijk te maken is deze uitspraak tot articulatie gerekend. Om tot de functie rekrutering en selectie gerekend te worden moet de uitspraak gaan over het proces of de reden om iemand te rekruteren of te selecteren. Het inzetten van bijvoorbeeld de lijsttrekker om stemmen te winnen valt onder mobilisatie. Daarnaast wordt een uitspraak tot de functie communicatie gerekend wanneer er sprake is van een wederkerig gesprek tussen kiezer en kandidaat, waarbij het doel vanuit de kandidaat niet enkel het overbrengen van informatie is.

Tabel 3: Coderen

Leeswijzer

In de onderstaande transcriptie is “I” de interviewer en is “R” de respondent. De kleuren in de tekst hebben de volgende betekenis:

Mobilisatiefunctie

Articulatiefunctie

Rekrutering- en selectiefunctie

Aggregatiefunctie

Communicatiefunctie

PvdA interviewvraag 1

I: Oké dan begin ik met: Hoe probeert de PvdA kiezers die nog twijfelen, dus zeg maar, of ze überhaupt gaan stemmen aan te zetten om te stemmen op de PvdA?

R: Oeh dat is gelijk een hele moeilijke vraag. Kijk, dat hangt natuurlijk heel erg af van wie je kiezers zijn. Elke politieke partij heeft een soort van eigen kiezers groep met bepaalde kenmerken zou je kunnen zeggen. En kijk, kiezers die in vorige verkiezingen op de PvdA gestemd hebben, zeker bij bijvoorbeeld 2021, daarvan weten we dat ze best wel oud zijn. Relatief gezien samen met CDA hebben Partij van de Arbeiders en CDA de oudste kiezers van Nederland. Ze zijn ook heel trouw, de kiezers van de Partij van de Arbeid. Dus anders gezegd de kiezers van de Partij van de Arbeid switchen niet zo heel veel tussen andere partijen. Maar de kiezers zijn de kiezers basis, dus het aantal kiezers die de Partij van de Arbeid overwegen, dus die de Partij van de Arbeid in hun keuzeset hebben eigenlijk. Heeft iedereen heeft een beetje het idee van oké, ik moet gaan stemmen, dan heeft niemand gedacht: oké, ik heb twintig partijen om uit te kiezen en ik kies gewoon. Dus iedereen leunt een beetje naar links of leunt een beetje naar rechts of zit juist in ‘t midden of heeft bepaalde voorkeuren. Dus je kan altijd een soort van keuzeset heet het dan in de politicologie, waaruit je kiest en binnen die keuzeset daar probeer je ervoor te zorgen dat ze jou uiteindelijk ook kiezen. En die keuzeset. Als die kiezers die de PVDA overwegen, die is best wel smal eigenlijk. D'r zijn heel veel kiezers die bijvoorbeeld VVD stemmen die de Partij van de Arbeid niet overwegen. En het geldt ook voor heel veel CDA kiezers en ook heel veel SGP kiezers en ook voor heel veel Forum of PVV kiezers. Dus dat is eigenlijk een, dat is eigenlijk een uitdaging voor de Partij van de Arbeid om ervoor te zorgen dat er dat weer heel veel kiezers de Partij van de Arbeid overwegen. Want vroeger was dat wel zo. Dus hoe je die kiezers probeert te ja te mobiliseren of ervoor probeert te zorgen dat zij jouw partij overwegen? Dat is ten eerste door de onderwerpen die zij belangrijk vinden naar voren te brengen. Dus te zeggen: “Hey, je vindt op dit moment”, zou je kunnen zeggen, “koopkracht heel belangrijk of gezondheidszorg” en dat je daar dan een aantrekkelijk programma op maakt en verzorgt. En een programma dat natuurlijk wel bij je uitgangspunten als politieke partij past en je kernwaarden die je daarbij hebt.

SP interviewvraag 16

I: Ik vroeg me nog af, want als jullie als partij dan gesprekken hebben gehad met burgers en misschien van hen hebben gehoord wat de problemen of hun wensen zijn, hoe komt dat vervolgens terug in jullie partijprogramma?

R: Ja, daar werk je natuurlijk eigenlijk vier jaar lang aan of eigenlijk continu aan, niet alleen als de verkiezingen zijn.

I: Nee.

R: En dat is natuurlijk wel heel belangrijk dat je de oren en de ogen bent van van de wijken, dat je weet wat er speelt en dat kunnen Kamerleden natuurlijk zelf doen door niet alleen maar in Den Haag in het Tweede Kamergebouw te zitten, vier jaar lang, maar door ook gewoon op werkbezoek te gaan, naar buiten te gaan. Weet je Tweede Kamer die vergadert dinsdag, woensdag en donderdag, dus op maandag en op vrijdag zijn Tweede Kamerleden en zeker in het weekend ook natuurlijk. Zijn ze vrij.

I: Ja.

R: Ja, dan kan je kiezen van nou en dan ga ik lekker thuis op de bank zitten. Maar je kan ook denken: ja, dan ga ik het land in, dan ga ik met mensen praten. En dat is wel iets wat wij als SP ieder geval onze Kamerleden proberen te laten doen, door zelf dingen te horen. En we zijn natuurlijk lokaal georganiseerd. Dus we hebben die 133 verschillende afdelingen met lokale vrijwilligers, raadsleden die natuurlijk heel veel horen en zien, en dat is natuurlijk niet bij alle partijen zo. PVV is bijvoorbeeld veel minder lokaal georganiseerd. Forum voor Democratie natuurlijk ook niet. Maar klassieke partijen, Partij van de Arbeid, CDA, VVD, ja, die hebben natuurlijk veel meer wel, die natuurlijk veel meer, ook lokaal mensen zitten die nou ja, dingen signaleren en dat dan weer doorgeven en natuurlijk ook gewoon zelf onderzoek doen, enquêtes houden en zelf met een analyse komen van. Wat is dan de oorzaak van het probleem? Want je kan wel mensen hebben met klachten, maar je moet ook wel even verder kijken van ja, wat is de oorzaak van de klacht? En vervolgens kijken wat is de oplossing voor die klacht? Want ja, ieder probleem kan je natuurlijk op tien verschillende manier oplossen, maar wij komen natuurlijk wel met een oplossing die gebaseerd is op onze socialistische ideologie.

Anonimiseren

Er is gekozen om de respondenten te anonimiseren door hun namen weg te laten, omdat deze niet relevant zijn om het onderzoek te begrijpen. Wel is er gekozen om te benoemen welke politieke partij welke uitspraak heeft gedaan, omdat het weten welke partij welke uitspraak doet meer context geeft, waardoor de interviews duidelijker en begrijpbaarder worden.

4.2 Onderzoekseisen

Voor wetenschappelijke onderzoeken bestaan er enkele onderzoekseisen waar aan voldaan moet worden om goed en wetenschappelijk te zijn. De eisen waar een onderzoek aan moet voldoen zijn: betrouwbaarheid, validiteit, representativiteit, generaliseerbaarheid en transparantie (Schra et al., 2018). Hieronder zal er per eis beschreven worden hoe dit onderzoek daaraan tracht te voldoen.

Een onderzoek is betrouwbaar wanneer het bij herhaling van het onderzoek dezelfde resultaten geeft (Ibid.). Dit is bij dit onderzoek zo goed mogelijk gewaarborgd door ten eerste weinig af te wijken van de originele vragenlijst. Wel werden vragen verduidelijkt of enigszins anders verwoord, wanneer duidelijk was dat de respondent de vraag op een andere manier opvatte. Hiermee is er geprobeerd te waarborgen dat respondenten zo min mogelijk onbruikbare antwoorden gaven omdat ze de vraag niet begrepen. Daarnaast is er doordat respondenten zelf besloten waar het interview werd afgenomen, geen mogelijkheid geweest om respondenten te beïnvloeden door middel van hun omgeving. Hierdoor heeft de omgeving geen invloed gehad op de betrouwbaarheid van dit onderzoek.

Bij de eis validiteit is het criterium dat een onderzoek gemeten moet worden met heldere standaarden die gebaseerd zijn op eerder onderzoek (Ibid.). De interviewvragen van dit onderzoek zijn gebaseerd op de functies van politieke partijen zoals politicologen deze omschrijven, daarnaast zijn de vragen te koppelen aan de welbekende theorie over representativiteit van de theoloog Hannah Pitkin. Zowel de functies van politieke partijen als de representativiteit worden uitgebreid in het theoretisch kader beschreven.

Om te voldoen aan de eis generaliseerbaarheid is het noodzakelijk dat de steekproef die gedaan wordt generaliseerbaar is voor de volledige onderzoekspopulatie (Ibid.). In dit onderzoek is dit het geval. In totaal zijn er van zeven politieke partijen mensen geïnterviewd, in totaal zijn er op dit moment zestien partijen vertegenwoordigd in de Tweede Kamer (Kiesraad, 2021), wat betekent dat in absolute cijfers bijna de helft van de onderzoekspopulatie is geïnterviewd. Wanneer er wordt gekeken naar het aantal zetels dat de geïnterviewde partijen in totaal hebben, dan beslaan deze partijen met 98 zetels de ruime meerderheid van het totaal aantal zetels in de Tweede Kamer. Naast dat een groot gedeelte van de onderzoekspopulatie is geïnterviewd is de gehouden steekproef ook divers. De steekproef bevat namelijk linkse, rechtse en middenpartijen en zowel progressieve als conservatieve partijen zijn geïnterviewd. Daarnaast is er ook een goede variatie aan coalitie- en oppositiepartijen, waarbij er vier respondenten behoorden tot coalitiepartijen en drie tot oppositiepartijen. Doordat de steekproef zowel qua omvang representatief is, als een variatie aan ideologieën omvat en er een bijna gelijke verhouding is van coalitie- en oppositiepartijen kan er gesteld worden dat de steekproef van dit onderzoek generaliseerbaar is.

Om de representativiteit van dit onderzoek te waarborgen is elke partij van de onderzoekspopulatie gecontacteerd. Kamerleden, al dan niet verenigd in groepen, die na de verkiezingen zijn afgesplitst van hun voormalige politieke partij zijn niet benaderd, aangezien zij in 2021 niet voor zichzelf campagne hebben gevoerd, maar nog bij een partij aangesloten waren. Vervolgens is er met elke partij die aangaf mee te willen werken, een interview gehouden, dat vervolgens ook is meegenomen in het onderzoek. Op deze manier is ervoor gezorgd dat er geen willekeur kon ontstaan in het selecteren van partijen voor het onderzoek en dat dit onderzoek beschouwd kan worden als een representatief onderzoek.

Om een zo groot mogelijke transparantie te waarborgen zijn alle interviews getranscribeerd. Er is gekozen om de interviews woordelijk te transcriberen, daarbij is de inhoud van de uitspraken van de respondenten of van de interviewer niet veranderd. Er is wel interpunctie toegevoegd en alle “eh” en “ehms” zijn weggelaten. Er is gekozen om woordelijk te transcriberen aangezien het bij dit onderzoek niet gaat over de manier waarop de respondent antwoordt, maar op de inhoud van het antwoord. Daarnaast is er in de methode duidelijk omschreven hoe het interview in z’n werk trad en ook waarom hiervoor is gekozen. Door het transcriberen en de duidelijke omschrijving van het onderzoek hebben onderzoekers de mogelijkheid om het onderzoek op bijna identieke wijze nogmaals uit te voeren.

5 Analyse van de waarborging van de functies van politieke partijen tijdens de campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen in 2021

In dit hoofdstuk wordt er op basis van de transcripties van de interviews en met behulp van de eerder in dit onderzoek verzamelde theoretische en empirische kennis gekeken naar de resultaten van de interviews. Dit wordt, in lijn met de opbouw van de interviews en het coderen hiervan, per functie van de politieke partijen gedaan. Per functie worden er een aantal belangrijke bevindingen toegelicht. De keuze voor deze bevindingen is gemaakt na het coderen van de interviews en door per functie te kijken naar welke verschijnselen breed gedragen, opvallend en relevant voor de deelvraag waren. In de analyses van de bevindingen worden relevante citaten aangehaald uit de interviews met de politieke partijen. Aan de hand van deze citaten wordt de informatie geïnterpreteerd. Vervolgens wordt dit in verband gebracht met de relevante vormen van representatie en met verklaringen voor het lage vertrouwen in de politiek. Na afloop van het analyseren van de bevinding is de volgende deelvraag te beantwoorden: *Hoe zijn de functies van politieke partijen gewaarborgd tijdens de campagnevoering van Nederlandse politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen in 2021?*

5.1 Analyse articulatiefunctie

Voor het analyseren van de articulatiefunctie zal er worden ingegaan op de volgende drie bevindingen: ‘gebroken verkiezingsbeloftes’, ‘tijdgebonden relevantie’ en ‘issue-ownership’.

Gebroken verkiezingsbeloftes

Wanneer er werd gevraagd naar verkiezingsbeloftes liggen de uitspraken van de verschillende politieke partijen uit elkaar. Sommige partijen geven aan terughoudend te zijn met het doen van verkiezingsbeloftes. Ook vertellen partijen dat ze hun best doen om verkiezingsbeloftes na te komen. Zo zei de SGP het volgende:

“Iets wat we echt toezeggen daar willen we ons aan houden. Dat is gewoon de lijn en anders doet het echt afbreuk aan het vertrouwen in die partij. Er moet wel een hele belangrijke reden zijn om af te wijken van echt een verkiezingsbelofte.” (SGP)

Het CDA vertelde dat ze weinig beloftes doen en dat wanneer die wel gemaakt worden dat ze hun best doen om die beloftes na te komen.

“Ik vind dat we best ons best doen om onze beloftes na te komen. Maar wij beloven ook heel weinig dingen.” (CDA)

Dit is bevorderlijk voor de substantieve representatie van de kiezers van de partijen, omdat de beloftes waarop ze hebben gestemd ook daadwerkelijk terug te zien zijn in het beleid. In welk geval de vertegenwoordiger waar de kiezer op heeft gestemd hen ook daadwerkelijk vertegenwoordigt.

De VVD daarentegen vertelde dat de partij niet altijd in staat is om de gemaakte beloftes waar te maken.

“Daardoor heeft ie ook schrammen opgelopen, hij heeft fouten gemaakt, hij heeft beloftes gedaan die ie niet waar kon maken, z'n geloofwaardigheid staat voor sommige mensen veel onder druk. Dat hoort toch ook een beetje bij vuile handen maken.” (VVD)

Het is moeilijk om te zeggen in hoeverre politieke partijen hun verkiezingsbeloftes nakomen. Aan de verhouding wel en niet waargemaakte verkiezingsbelofte wordt namelijk niet vaak een cijfer toegekend. Dit gebeurde wel over de periode van 1985 tot 1998. Hieruit bleek dat 80 procent van de verkiezingsbeloftes in het regeringsakkoord terug te vinden zijn en dat 60 procent daadwerkelijk wordt omgezet in beleid (Thomson, 1999). Niet iedere verkiezingsbelofte wordt dus ook daadwerkelijk omgezet in beleid. Uit het Nationaal Kiezersonderzoek 2021 blijkt dat enkel vijf procent van de stemmers vinden dat politici zich houden aan hun beloftes (Damstra et al., 2021).

Wanneer kiezers niet het gevoel hebben dat een partij hun verkiezingsbeloftes waarmaakt kan er wantrouwen ontstaan. Dit is een verschijnsel dat zich altijd voor zal doen. Als regeringspartij moet je op punten die jij vooropgesteld hebt in je campagne namelijk soms compromissen sluiten tijdens de onderhandelingen over het coalitieakkoord. Door partijen werd dan ook benoemd dat er bij het schrijven van het regeringsakkoord altijd water bij de wijn moet worden gedaan (D66 en PvdA). Het CDA beschreef dit als volgt:

“We zien dingen vanuit ons eigen verkiezingsprogramma terug in het kabinetsbeleid en dat ziet de VVD ook en D66 ook en de ChristenUnie ook. Die moeten allemaal een paar dingetjes inleveren en een paar dingetjes krijgen ze.” (CDA)

Ook de VVD benoemde dat compromissen sluiten noodzakelijk was:

“Dus je moet uiteindelijk ook wel samenwerken, compromissen sluiten, om hè vuile handen maken, om een stap vooruit te kunnen zetten.” (VVD)

Naast de kiezers van de coalitiepartijen kunnen natuurlijk ook de kiezers van de oppositiepartijen ongenoegen over het niet nakomen van verkiezingsbeloftes ervaren. Zij hebben immers gestemd op een partij waarvan de standpunten uiteindelijk niet zullen worden overwogen bij het vormen van het regeerakkoord. Wanneer er aan de oppositiepartijen werd gevraagd hoe zij verantwoordelijkheid namen voor de onderwerpen die door hun partij waren uitgelicht gedurende de campagne werd dit dan ook benoemd. De SP noemde het volgende:

“Dat kan door aan een coalitie deel te nemen. Nou, dat is de landelijke, landelijk niveau, de SP, nog niet gelukt.” (SP)

Daarnaast benoemde de partij dat, ondanks dat het wel is geprobeerd, het doorvoeren van grote veranderingen niet mogelijk was.

“Je probeert uiteindelijk toch met argumenten de anderen te overtuigen. En nou ja, met met kleine voorstellen die weinig geld kosten, die niet heel veel invloed hebben, zal dat makkelijker zijn dan wanneer je zegt van: we gaan het morgen totaal anders doen, dan zegt de coalitie en de coalitiepartijen van, ja, dan gaan we niet aan de meerderheid helpen.” (SP)

Ook de PvdA zei niet veel verantwoordelijkheid te kunnen nemen:

“Daarvoor moet je eerst aan een onderhandelingstafel zien te komen en uiteindelijk in een kabinet te raken. En dat hebben wij in 2021 niet gedaan. Dus in zekere mate, ja, hoeveel verantwoordelijkheid kun je dan daarvoor nemen? Het beleid dat er nu ligt is niet ons beleid.” (PvdA)

Op basis van de interviews is dus te stellen dat de mogelijkheid dat kiezers van zowel coalitie- als oppositiepartijen het gevoel hebben dat de beloftes die de basis zijn van waarop ze hun stemkeuzen hebben bepaald niet terugkomen in het beleid, aanwezig is. Uit kiezersonderzoek blijkt dan ook dat kiezers het gevoel hebben dat politici hun beloftes niet waarmaken (Damstra et al., 2021). Wanneer de beloftes op basis waarvan kiezers hebben gestemd niet terug te zien zijn in het regeerakkoord of het uiteindelijke beleid kan dit afdoen aan de substantieve representatie die ze ervaren. Kiezers hebben namelijk op basis van bepaalde kennis, waaronder verkiezingsbeloftes, hun stemkeuze gemaakt en dus hun stem aan een vertegenwoordiger gegeven. Wanneer die informatie waarop basis de kiezer dus zijn stemkeuze heeft gemaakt niet blijkt te kloppen vertegenwoordigt de vertegenwoordiger de kiezer dus niet.

Wanneer de verkiezingsbeloftes die zijn meegenomen in de stemkeuze niet worden nagekomen, kan dit zorgen voor gevoelens van wantrouwen en ongenoegen. Dit is mogelijk terug te zien het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek, waarin bij drie van de redenen voor een tekort aan vertrouwen het doen van verkiezingsbeloftes tijdens de campagnevoering een rol kan hebben gespeeld. Ten eerste blijkt dat 14 procent van de Nederlanders als reden voor hun geringe vertrouwen aangeven dat ze zich

niet vertegenwoordigd voelen. De VVD benoemde ook dat het niet nakomen van een belofte de geloofwaardigheid van een politicus onder druk kan zetten. Het niet nakomen van verkiezingsbeloftes gemaakt door politieke partijen in campagnetijd kan dus schadelijk zijn voor de substantieve representatie die kiezers ervaren, omdat de kiezer zich niet meer vertegenwoordigd voelt, en hiermee leiden tot gevoelens van wantrouwen. Daarnaast wordt ontevredenheid over het handelen van de overheid op bepaalde gebieden van het beleid ook als reden gegeven. Wanneer de verkiezingsbeloftes waarop basis de kiezer diens stemkeuze heeft gemaakt, bijvoorbeeld plannen wat betreft bepaald beleid, niet worden gerealiseerd, kan dit ervoor zorgen dat de onvrede van de kiezer hierover zich omzet in wantrouwen. Verder geeft 37 procent van de respondenten het feit dat de politiek vooral met zichzelf bezig is als verklaring voor hun lage vertrouwen in de overheid (Ipsos, 2022). Het niet houden aan beloftes gemaakt aan de burgers kan worden gezien als handelen naar wat de vertegenwoordigers zelf willen. Dit in plaats van naar wat de kiezer heeft aangegeven te willen. De kans is aanwezig dat hierdoor verkiezingsbeloftes gemaakt tijdens de campagnetijd bijdragen aan het tekort aan vertrouwen in de politiek.

Tijdgebonden relevantie

Uit de interviews kwam in verschillende mate naar voren dat de onderwerpen die in een verkiezing naar voren worden gebracht tijdgebonden zijn en afhangen van wat er op dat moment speelt in de maatschappij. Dit kwam ook naar voren in het interview met de SP:

“Maar dan moet je ook net het geluk hebben dat dat onderwerp op dat moment relevant is, want verkiezingen zijn echt heel erg waan van de dag.” (SP)

Van tijdgebondenheid van de onderwerpen die naar voren werden gebracht, was in grote mate sprake tijdens de campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021. Deze verkiezingscampagne vond namelijk plaats gedurende de coronacrisis. Dit zorgde ervoor dat corona een grote rol speelde in de verkiezingscampagne. Waar de coronacrisis een rol speelde in alle thema's die naar voren kwamen gedurende de campagne (Kanne, 2021) zou het belang van dit onderwerp verminderen gedurende de regeringsperiode die daarop volgde.

Tijdens deze verkiezing waren twee stemmotieven van groot belang. Namelijk dat de partij voor een stabiel bestuur moest kunnen zorgen en dat de lijsttrekker voor vertrouwen moest kunnen zorgen. De VVD, de partij die Nederland op dit moment al door de crisis heen loodste en de lijsttrekker leverde, had in beide stemmotieven een voorsprong (Kanne, 2021). Dit kwam ook naar voren in het interview met de VVD:

“We zaten natuurlijk middenin de coronacrisis en die verkiezingen kwamen daar tussendoor en we hebben als VVD gezegd volgens mij moet je op dit moment juist het land verbinden met elkaar in plaats van uit elkaar laten spelen. En dat betekent dat je het samen moet doen en ook moet kunnen vertrouwen op een leider die ervaring heeft, die weet wat hij doet.” (VVD)

Ook door andere respondenten werd benoemd dat de coronacrisis een grote rol had gespeeld in de verkiezing. Zo vertelde de SP het volgende:

“En dat hadden we dus in 2021 dat precies op dat moment dat de verkiezingen waren toen ging het over de QR code en over de avondklok. Dus het huidige verdeling van de Tweede Kamer, de zetelverdeling, is heel groot gebaseerd op wat mensen toen vonden van de avondklok.” (SP)

Er werden naast uitspraken over het belang van corona tijdens de afgelopen verkiezing ook algemenere uitspraken gedaan over de rol die de partijen actualiteit laten spelen in hun campagnevoering.

“Wij kiezen een aantal onderwerpen daaruit die voor onze potentiële achterban belangrijk zijn en die maatschappelijk relevant zijn.” (CDA)

“Er kunnen ook vlak voor de verkiezingen nieuwe thema’s groot worden en daar moet je natuurlijk scherp op zijn en dat houdt mensen dan ook juist bezig dus daar moet je wel proberen om een heel helder standpunt over in te nemen. Zodat mensen zich vertegenwoordigd zien door je partij.” (SGP)

“En je moet ook meebewegen met de actualiteit en je ziet altijd dat er nou een of twee thema’s heel groot worden gemaakt in de campagne daar moet je een beetje mee in gaan en dan onderscheidend zijn.” (ChristenUnie)

“Waar maken mensen zich zorgen over, waar hebben mensen het over, waar praten mensen met elkaar over op het schoolplein, en die onderwerpen probeer je omhoog te halen en te kijken welk verhaal kun je daar als VVD op vertellen [...] Daar probeer je dan als VVD een goed verhaal op te vertellen en zorgen dat je daar daar ook als partij als beste uit de stembus komt.” (VVD)

“Nou twee dingen, dus dat begint, eerst met onderzoek, dus je kijkt [...] welke onderwerpen het meeste leven onder de Nederlandse bevolking. [...] En heb je een aantal onderwerpen die jou als partij gewoon goed liggen, waarvan je een heel sterk verhaal op hebt. En daar probeer je een combinatie van te vinden.” (PvdA)

Deze uitspraken laten zien dat politieke partijen proberen in te spelen op wat op dat moment belangrijk is voor de potentiële achterban en dat ze zich gedeeltelijk laten sturen door de actualiteit. Achter campagnes die gebaseerd worden op actuele onderwerpen, zoals dat bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 gebeurd is op het gebied van corona, schuilt echter wel een gevaar. Wanneer de campagne voornamelijk over de actualiteit gaat bestaat, zoals ook bij de verkiezingen van 2021 het geval was, de kans dat deze onderwerpen later niet meer van grote relevantie zullen blijken. Kiezers zullen dus in eerste instantie stemmen op een partij, omdat ze zich bijvoorbeeld, zoals door de SP noemde, wat betreft het standpunt van die partij over de avondklok het eens zijn. Na afloop van de verkiezingen nam het belang van de avondklok af waardoor deze vertegenwoordiging wegviel. Kiezers die hun stemkeuze op dit onderwerp hebben gebaseerd, lopen het risico zich niet vertegenwoordigd te voelen door de partij op andere onderwerpen. Waardoor dus de substantieve representatie niet meer in stand wordt gehouden.

Uit het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 blijkt dat door Nederlandse burgers het handelen van de politiek wat betreft het beleid op bepaalde onderwerpen als een van de voornaamste redenen voor hun wantrouwen gegeven (Ipsos, 2022). Op het moment dat de kiezer zijn stemkeuze maakt op basis van actuele onderwerpen, die mogelijk later in de regeringsperiode niet meer relevant zullen zijn, kan dit er voor zorgen dat de kiezer later ontevreden blijkt te zijn over het handelen van de partij waarop die heeft gestemd. Wanneer de kiezer ontevreden is over het handelen van de partij waarop diegene heeft gezet kan dit zich mogelijk omzetten in wantrouwen jegens die partij en daarop volgend ook in de politiek in het algemeen.

Issue-ownership

In de interviews wordt regelmatig verwezen naar issue-ownership. Partijen geven aan voornamelijk campagne te voeren op de onderwerpen waar zij “eigenaar” van zijn. De SP zei hier het volgende over:

“Dus met name de onderwerpen waar je, wat ze dan in de onderzoekswereld noemen ze dat dan issue owner, dus dat je eigenaar bent van een onderwerp, je daarop storten.” (SP)

Daarnaast werd in de interviews door politieke partijen verteld dat ze graag willen dat het gedurende de verkiezingen gaat over hun onderwerpen. Het CDA legde uit dat de partij, wanneer mogelijk de campagne probeert te sturen naar hun onderwerp:

“Nou vooral om onderwerpen die voor jou belangrijk zijn besproken te laten worden. Als wij dan de campagne kunnen sturen naar hoe we in de Nederlandse samenleving met elkaar om

willen gaan. Hoe wij vinden dat politici elkaar moeten en mensen op straat elkaar moeten behandelen, dat je naar een normen en waarden campagne gaat, dat is voor ons belangrijk.” (CDA)

Ook de PvdA gaf aan te willen dat de campagne over hun onderwerpen ging. Wel werd aangegeven dat dit erg lastig is, omdat de andere politieke partijen hetzelfde proberen. Deze strijd werd in het interview ‘een competitie van ideeën’ genoemd.

“Uiteindelijk heb je maar een relatief kleine invloed op de onderwerpen die dominant zijn in een campagne, in de verkiezingstijd kijk, want wij hebben een aantal onderwerpen die wij het liefst naar voren willen brengen. [...] Maar d'r zijn natuurlijk ook heel veel andere politieke partijen die andere onderwerpen naar voren willen brengen.” (PvdA)

“Eigenlijk beschouwen we [het] als een competitie van ideeën dus welk idee wordt dominant in de campagne en dan proberen wij heel erg onze stempel op te drukken dat proberen andere partijen heel erg hun stempel op te drukken, maar ook de media probeert dat heel erg.” (PvdA)

In deze uitspraken komen twee verschijnselen naar voren, namelijk dat er bepaalde onderwerpen zijn waar het gedurende de verkiezingen over gaat en dat politieke partijen voornamelijk campagne voeren op enkele onderwerpen. Op beide onderwerpen zal nu in worden gegaan.

Politieke partijen doen dus hun best om ervoor te zorgen dat de verkiezing over hun onderwerp(en) gaat. Dit doen ze omdat de steun voor hun partij toe zal nemen, wanneer het in campagnetijd veel over het onderwerp, dat zij als het ware in bezit hebben, gaat (Geers & Bos, 2017). Doordat een aantal onderwerpen erg groot worden gemaakt loopt de kiezer het risico te stemmen op basis van zijn mening op deze punten en de rest van de onderwerpen niet mee te laten spelen in diens stemkeuze. Dit terwijl het beleid dat zal worden gemaakt door de partij waarop de kiezer stemt zal gaan over allerlei onderwerpen. Een gevolg hiervan kan zijn dat kiezers ontevreden zullen zijn over hun stemkeuze.

Kiezers komen ook in aanraking met de campagnes van de individuele partijen. Ook in deze campagnes wordt gekozen om maar een aantal onderwerpen naar voren te brengen. De SGP vertelde gedurende het interview dat de partij gedurende de campagne gebruik maakten van maximaal drie speerpunten.

“Dat je dus de speerpunten die je vast hebt gesteld dat, als je slim bent zijn dat er maximaal drie ofzo, dat je die ook echt gaat uitventen naar de verschillende doelgroepen.” (SGP)

Dit kan ervoor zorgen dat kiezers een onvolledig beeld hebben van de standpunten, idealen en ideeën van de partijen wanneer ze hun stemkeuze maken. In de interviews werd benoemd dat ze slechts enkele speerpunten in hun campagnes uitlichten, omdat het simpelweg onmogelijk is om campagne te voeren op het gehele verkiezingsprogramma. Het CDA legt dit als volgt uit:

“Dat [het verkiezingsprogramma] is een document van zestig pagina's, dus daar kun je niet een campagne mee gaan draaien, want niemand kun je zestig pagina's uit gaan leggen van vijftien verschillende partijen.” (CDA)

Alhoewel het inderdaad niet realistisch is om het volledige verkiezingsprogramma voor het voetlicht te brengen van alle kiezers, is het voor politieke partijen wel degelijk mogelijk om een breder beeld van hun partij te geven. Hier zal in de discussie verder op in worden gegaan.

In beide gevallen, dus zowel wanneer de kiezer kiest op basis van de onderwerpen die naar voren komen tijdens de verkiezingscampagne als wanneer een kiezer kiest op basis van de onderwerpen die de partijen zelf naar voren brengen, maakt de kiezer besluiten over diens stemkeuze op basis van een beperkt aantal onderwerpen. Op het moment dat kiezers op basis van dit onvolledige beeld hun stemkeuze maken kan dit ervoor zorgen dat ze in eerste instantie het idee hebben gerepresenteerd te worden door de partij waar ze op stemmen. Later kan echter blijken dat de kiezer het op andere onderwerpen niet eens is met de partij waardoor de kiezer dus niet gerepresenteerd blijkt te worden

door de politieke partij waarop de kiezer heeft gestemd. Als gevolg daarvan komt de substantieve representatie in het geding. Op het moment dat de kiezer van te voren niet op de hoogte was van de standpunten van de partij waarop die heeft gestemd, kan dit ervoor zorgen dat de kiezer ontevreden is over het beleid van de overheid.

In het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 wordt ontevredenheid over het beleid op bepaalde onderwerpen als een van de voornaamste redenen voor wantrouwen genoemd (Ipsos, 2022). De kans is aanwezig dat dit wantrouwen is ontstaan, omdat de kiezer niet voldoende geïnformeerd was over de standpunten van de partij waar die op heeft gestemd. Dit zou, zoals hierboven beschreven, twee oorzaken kunnen hebben. Ten eerste zou het tekort aan informatie over de standpunten van een partij kunnen komen doordat de kiezer een stemkeuze heeft gemaakt op basis van een beperkt aantal onderwerpen die tijdens de verkiezingscampagne naar voren kwamen. Daarnaast kan dit tekort aan informatie over de standpunten van een partij ontstaan doordat politieke partijen zelf een beperkt aantal onderwerpen naar voren brengen.

5.2 Analyse communicatiefunctie

Voor het analyseren van de communicatiefunctie zal er worden ingegaan op de volgende twee bevindingen: ‘eenzijdig gesprek met de kiezer’ en ‘communicatie en corona’.

Eenzijdig gesprek met de kiezer

Volgens de communicatiefunctie is het aan de politieke partijen om het gesprek tussen de kiezer en gekozenen op gang te brengen of in het geval van campagnevoering de mogelijke gekozene (Van der Veen & Veldman, 2021). Wanneer het in de interviews ging over communicatie tussen de partij en de kiezer gedurende de campagnetijd viel op dat de partijen, wel in verschillende mate, aangaven dat de gesprekken voornamelijk gericht waren op het zenden van informatie richting de kiezer. De ChristenUnie verwoordde dit als volgt:

“In campagnetijd dan ben je vooral bezig met informatie geven, maar de tijd daaromheen haal je informatie op, dat is het grootste deel van je tijd natuurlijk.” (ChristenUnie)

De mate waarin er over terugkoppeling gesproken werd was verschillend. Maar uit een aantal van de interviews bleek dat de gesprekken die tussen de politieke partijen en de kiezer plaatsvinden gedurende campagnetijd, grotendeels eenzijdig zijn. Er werd door een deel van de partijen niet verteld dat de gesprekken met de kiezers een vorm van input waren. Er werd voornamelijk gesproken over hoe deze gesprekken een manier waren om de kiezer te informeren en te overtuigen.

“En ook gewoon naar buiten toe te gaan, dus langs de deuren te gaan en met met mensen te gaan praten. Maar dat zijn niet alleen de kandidaten natuurlijk die dat doen nou ja, honderden SP vrijwilligers, vaak ook die dan bijvoorbeeld in de gemeenteraad zitten, die dan ook in de campagne voor de Tweede Kamerverkiezingen, ja de straat opgaan om mensen te overtuigen.” (SP)

Om substantieve representatie te realiseren is het belangrijk dat de vertegenwoordigers weten wat de behoefte van de kiezer is zodat dit vervolgens kan worden geïmplementeerd in het beleid (Celis & Mazur, 2012). Uit de interviews komt naar voren dat dit gedurende de campagnetijd niet een kwestie is waar de prioriteit aan wordt gegeven. Dit terwijl de informatie die zou worden opgehaald bij deze gesprekken wel belangrijk is om uiteindelijk de substantieve representatie bij de stemkeuze van kiezer te realiseren. Aan de andere kant waren er ook partijen die in de interviews vertelde dat de gesprekken wel van twee kanten kwamen en waarbij er sprake was van terugkoppeling.

“De campagne is dat gesprek. En de allerbeste manier om mensen te overtuigen om op je te gaan stemmen is om hier op straat te gaan staan, al dan niet met een CDA-sjaal om je nek, en te gaan praten met iedereen en te zeggen van: “Joh, waar zit jij nou mee?” En als iemand

dan zegt: “Nou ja, mijn huur is te hoog” Dan is het voor ons van: “Nou ja, ok, hoe kunnen we daar dan een oplossing voor verzinnen die werkt?” (CDA)

“Dat zijn wel voornamelijk gewoon gesprekken die gericht zijn op kennismaking met de partij en natuurlijk ook luisteren van wat leeft er bij u en wat vindt u belangrijk?” (SGP)

Over het algemeen duiden de interviews aan dat het gesprek tussen de kiezer en de gekozene nog beter op gang kan worden gebracht. Een van de redenen gegeven in het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 voor het feit dat Nederlanders weinig vertrouwen hebben in het kabinet is namelijk dat de Nederlandse burger zich niet gehoord voelt. In dit onderzoek geeft 15 procent van de respondenten aan weinig vertrouwen te hebben in het kabinet met als reden dat ze zich niet gehoord voelen (Ipsos, 2022). Hiernaast blijkt uit onderzoek dat onvrede en wantrouwen worden gevoeld op het moment dat mensen zich niet gehoord voelen (Van Wonderen, 2022). Het lijkt er dus op dat er nog ruimte voor verbetering is in de communicatie tussen de burger en de politiek. Dit zou dus mogelijk kunnen worden gerealiseerd door de vertegenwoordigers van politieke partijen gedurende de campagne, op een andere manier dan dit bij de afgelopen Tweede Kamerverkiezingen het geval was, is in gesprek te laten gaan met de kiezer. In deze gesprekken zou ervoor worden gezorgd dat ze in een grotere mate gaan over het luisteren naar de kiezer en de informatie die hierdoor wordt opgehaald vanuit de maatschappij mee te nemen.

Communicatie en corona

Op de vraag hoe politieke partijen in dialoog komen met de kiezer gaven de meeste partijen aan dat ze dit deden door op straat of op andere openbare plekken aanwezig te zijn om daar met mensen het gesprek aan te gaan. Een voorbeeld van een partij die dit aangaf is het CDA:

“En de allerbeste manier om mensen te overtuigen om op je te gaan stemmen is om hier op straat te gaan staan, al dan niet met een CDA-sjaal om je nek, en te gaan praten met iedereen.” (CDA)

Zowel de SGP als de ChristenUnie vertelden dat ze op markten staan om zo met mensen in gesprek te komen.

“En dat we dus ook op de markt staan op een kraam, waarvan je denkt nou dat is echt achterhaald, maar dat is wel de meest laagdrempelige manier om in gesprek te komen met iemand en daar heb je vaak de bijzondere gesprekken.” (ChristenUnie)

“Dus even denkend vanuit de Tweede Kamer campagne, daar worden ook lokale mensen natuurlijk ingezet. Die de straat opgaan, op markten staan.” (SGP)

Aangezien een derde van de Nederlanders op markten komt bereiken politieke partijen veel verschillende mensen door op markten aanwezig te zijn (De Bruin, 2022). Dat zorgt ervoor dat ze waarschijnlijk met veel mensen met verschillende meningen in gesprek komen en dat geeft partijen een goed beeld van wat er onder verschillende groepen in de samenleving speelt.

Opvallend is echter dat enkele partijen zoals de SP en de D66 aangaven dat het op straat in gesprek gaan met kiezers tijdens de verkiezingen van 2021 een stuk moeilijker en beperkter uitgevoerd kon worden. Dit had als reden dat Nederland door de coronapandemie vanaf december 2020 tot na de verkiezingen in maart 2021 in een lockdown zat, waarbij mensen 1,5 meter afstand moesten houden. (RIVM, 2022). Het was hierdoor heel moeilijk om als partij fysieke gesprekken op straat te voeren. Hoewel de meeste partijen deze coronabeperkingen niet noemen in het interview begon de SP wel over de effecten die corona op hun campagne had:

“Maar dat jaar daarvoor bij Tweede Kamerverkiezingen was ingewikkeld, omdat, kijk, de manier waarop wij als SP campagne voeren is vaak toch gewoon onder de mensen komen. Bij mensen aanbellen en of bijvoorbeeld in het centrum van gemeenten op de weekmarkt gaan staan met een kraampje gaan staan en flyers uitdelen. Dat kon op dat moment allemaal niet.” (SP)

Door de strenge regelgeving omtrent fysieke communicatie en doordat de SP aangeeft dat mensen op straat benaderen tijdens de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 niet mogelijk was, wordt ervan uitgegaan dat meer partijen belemmering hebben ondervonden bij het uitvoeren van de functie communicatie en dat partijen in mindere mate dan normaal de straat op zijn gegaan om met mensen het gesprek aan te gaan. Naast de straat op gaan noemen enkele partijen ook dat social media voor hen een medium was om met kiezers het gesprek aan te gaan, bijvoorbeeld door live te gaan op Facebook. Dit kon tijdens de lockdown natuurlijk net zo goed als anders. De VVD en het CDA zetten bijvoorbeeld Facebook in om te communiceren met kiezers:

“Maar ook online, probeer je natuurlijk Facebooklivesessies te organiseren, allemaal dat soort, dat soort zaken, zodat je maar dat gesprek met die kiezer aan kan gaan.” (VVD)

“Dan ga je kijken naar social media, wij doen bijvoorbeeld livestreams waar mensen vragen kunnen stellen aan politici online.” (SP)

Hoewel een kandidaat in een Facebook-livestream kan praten tegen kiezers en de kiezers de kandidaat vragen kunnen stellen, is het toch maar de vraag in hoeverre dit een gesprek te noemen is. In een livestream zitten namelijk meerdere mensen en zijn er meestal meerdere mensen die door elkaar vragen kunnen stellen met de chatfunctie. Er is in zo’n gesprek weinig mogelijkheid om diepgaand op thema’s in te gaan of om lang met een individuele kiezer te praten. Zoals de SP aangeeft zijn de meeste livesessies waarschijnlijk meer voor vragen geweest, waarbij de kiezer vooral vragen stelde en de politicus deze beantwoordde. Naast het feit dat een livestream op Facebook minder een wederzijds gesprek oplevert dan dat mogelijk is door de straat op te gaan, is een livestream ook minder laagdrempelig en worden er waarschijnlijk niet alle groepen in de samenleving mee bereikt. Het grote voordeel van de straat op gaan is dat iedereen kan worden aangesproken en dus niet alleen mensen die zich verdiepen of interesseren in de politiek. Dit ligt bij een livestream anders, omdat mensen in plaats van aangesproken te worden zelf het initiatief moeten nemen om een livestream bij te wonen. Mensen die geen interesse hebben in de politiek zullen dit waarschijnlijk niet doen, waardoor partijen door middel van een livestream niet waarborgen dat zij in gesprek gaat met iedereen in de samenleving.

Doordat partijen door corona beperkt de straat op konden gaan om in contact te komen met kiezers en doordat de aangehaalde oplossingen in mindere mate een echt gesprek opleverden en een deel van de mensen misschien niet bereikt konden worden, kan gesteld worden dat de functie communicatie lastiger uitgevoerd kon worden tijdens de verkiezingscampagne van 2021 dan tijdens campagnes waar er geen lockdowns waren. Wanneer politieke partijen minder in gesprek gaan met de kiezer krijgen ze ook een minder volledig beeld van wat er speelt onder de kiezers en wat de belangen, wensen en eisen van de kiezers zijn. Om een kiezer substantief te kunnen vertegenwoordigen is het nodig om te weten wat een kiezer wil, aangezien een politicus bij substantieve representatie namens en in het belang van de kiezer handelt (Pitkin, 1972). Weet een politicus door beperkte communicatie niet wat het belang van de kiezers is dan zal het ook lastiger zijn om in hun belang te handelen. Doordat politieke partijen door de lockdown minder in gesprek zijn gekomen met de kiezer en zeker met bepaalde groepen kiezers is het mogelijk dat dit de substantieve representatie negatief heeft beïnvloed.

Ook de overstap van fysieke communicatie naar communicatie via sociale media kan hebben bijgedragen aan het wantrouwen dat sommige Nederlanders hebben omdat ze zich niet gehoord voelen door de politiek. Uit het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek van 2022 blijkt dat bij vijftien procent van de mensen met wantrouwen in de politiek dit wordt veroorzaakt doordat ze zich niet gehoord voelen (Ipsos, 2022). Uit de interviews blijkt dat dit niet gehoord voelen mogelijk deels veroorzaakt kan zijn doordat er door corona in de campagne van 2021 minder wederkerige gesprekken gevoerd zijn en doordat in gesprek komen met mensen zonder interesse in de politiek al

helemaal moeilijk was tijdens deze campagne, aangezien mensen niet spontaan op straat benaderd konden worden. Hierdoor is er een kans dat mensen ook daadwerkelijk minder gehoord zijn.

5.3 Analyse aggregatiefunctie

Voor het analyseren van de aggregatiefunctie zal er worden ingegaan op de volgende bevinding: 'selectieve input'.

Selectieve input

Wanneer er in de interviews gevraagd werd naar het betrekken van niet-leden bij het schrijven van het verkiezingsprogramma waren de antwoorden divers. Wat voornamelijk naar voren kwam in de interviews was dat de partijen vonden dat iemand lid van de partij moest zijn om echt invloed te kunnen hebben op de inhoud van het verkiezingsprogramma. Onder meer de PvdA, de ChristenUnie en de SP benoemden dit:

"Maar de beste manier om invloed uit te oefenen en om je mening echt te laten gelden is wel om lid te worden van een politieke partij." (PvdA)

"Wil je echt invloed hebben dan moet je lid zijn van de partij, want de leden stemmen over wat er uiteindelijk in komt." (ChristenUnie)

"Wij vinden het belangrijk dat alle groepen in de samenleving lid kunnen worden van onze partij." (SP)

Wel gaven een groot deel van de partijen aan input vanuit de samenleving te verzamelen en te verwerken.

"Er zijn meerdere trajecten die we daarvoor hebben. We hebben bijvoorbeeld en dat heet het traject de rode draad. Waarin wij echt bij mensen langs de deur gaan en waar we vragen welke problemen zij ervaren en hoe de politiek daar een oplossing voor kan verzinnen. En dan proberen we die ideeën die zij dan geven natuurlijk, we proberen de zorgen te verzamelen en ook de ideeën die ze hebben proberen we te verzamelen. Dus dat is ook daadwerkelijk input in ons programma en in ons en in wat wij doen." (PvdA)

"Er worden ook een aantal avonden, bijvoorbeeld op thema, georganiseerd waar iedereen kan komen. Er wordt ook veel gesproken met maatschappelijke organisaties. Met verschillende groepen in de samenleving zeg maar. [...] Maar ja de input komt van de mensen uit het hele land zeg maar." (ChristenUnie)

"Deze mensen [leden van de verkiezingsprogrammacommissie] gaan met heel erg veel mensen en organisaties praten. Volgens mij hadden de vorigen ook iets van 250 gesprekken in totaal. En dat zijn dan de organisaties van mensen die in de thuiszorg werken tot en met woningbouwverenigingen, tot en met sportverenigingen. Al deze mensen wordt gevraagd: 'Wat is nou voor jullie belangrijk?'" (CDA)

"Nou door zo'n commissie openbaar te maken. Dus daardoor zeg je tegen mensen dit zijn de mensen die ons verkiezingsprogramma gaan schrijven en iedereen kan daar natuurlijk van vinden wat ie vindt, iedereen kan een brief sturen, kan input leveren, kan bij kamerleden aan z'n jasje trekken, zo probeer je ook iedereen uiteindelijk te betrekken bij het maken van zo'n verkiezingsprogramma." (VVD)

Uit de interviews blijkt dus dat voornamelijk de leden van politieke partij invloed kunnen uitoefenen op het verkiezingsprogramma van hun politieke partij.

Wat hiernaast ook naar voren kwam was dat manieren waarop niet-leden invloed kunnen uitoefenen op het verkiezingsprogramma meestal een actieve houding van deze mensen vergt. Dat de mogelijkheid op inspraak bijvoorbeeld wel bestaat, maar dat iemand hiervoor zou moeten deelnemen aan een inspraakavond. Door de D66 werd benoemd dat het verkrijgen van invloed op het verkiezingsprogramma een actieve houding vergt.

"Dat vergt natuurlijk wel een actieve houding. Je zorgt er wel voor dat je naar je afdeling

komt als dat wordt gezegd, dat je met ideeën komt, dus het is niet gratis om invloed uit te oefenen op de koers.” (D66)

Zoal eerder benoemd laten politieke partijen weten dat als iemand echt invloed wil hebben op het verkiezingsprogramma diegene lid moet worden. Dit terwijl het aantal burgers dat lid was van een politieke partij op het moment van campagne voeren in 2021 relatief laag was vergeleken met hoe het ooit was (Parlement.com, 2022). Op het moment dat verkiezingsprogramma's van politieke partijen voornamelijk worden samengesteld met behulp van de leden van politieke partijen heeft hierdoor maar een beperkte groep invloed op de politiek. Uit onderzoek blijkt ook dat laagopgeleiden minder vaak deelnemen aan politieke acties. Onder deze politieke acties vallen zaken als contact met een politicus of ambtenaar opnemen, inspraakbijeenkomsten of hoorzittingen bijwonen en deelnemen aan handtekeningacties. Waar de deelname van mensen met een vmbo opleiding 30,3 procent is, is deze onder mensen die een wo of een doctorale opleiding hebben genoten 65,4 procent (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017). Uit de interviews bleek dat politieke partijen gebruik maken van bijvoorbeeld inspraakbijeenkomsten om hun verkiezingsprogramma te vormen.

Het feit dat een actieve houding is vereist om invloed uit te oefenen, heeft tot gevolg dat hoger opgeleiden meer inspraak hebben in de politiek doordat voornamelijk hun mening wordt geaggregeerd (Stichting KiezersOnderzoek Nederland, 2017). Uiteindelijk zal de kiezer onder andere op basis van het verkiezingsprogramma zijn keuze maken. Wanneer bij het schrijven van het verkiezingsprogramma maar een beperkte groep invloed heeft zal het programma niet representatief zijn voor een groot deel van de kiezers. Hierdoor zal een deel van de kiezers belemmerd worden bij het maken van hun stemkeuze, omdat ze wat zij belangrijk vinden niet terug zien in het verkiezingsprogramma. De representatie van een deel van de kiezers is dus te laag in het verkiezingsprogramma. Dit kan ervoor zorgen dat het voor sommige kiezers lastiger wordt om een stemkeuze te maken waarbij ze het gevoel hebben dat de vertegenwoordigers diens standpunten zal vertegenwoordigen. De kans bestaat dus dat de substantieve representatie van de stemkeuze bij deze groep lager is. Het verkiezingsprogramma is gedeeltelijk ook een weerspiegeling van de keuzes die partijen zullen maken wanneer ze verkozen worden. De groep die zich niet gerepresenteerd voelde door het verkiezingsprogramma loopt hiermee ook het risico om zich vervolgens niet gerepresenteerd te voelen door de partij waarvoor ze hebben gekozen.

Uit het IPSOS/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 blijkt dat wanneer er aan de Nederlandse burger wordt gevraagd waarom ze geen vertrouwen hebben in het kabinet 14 procent aangeeft zich niet vertegenwoordigd te voelen en 15 procent aangeeft zich niet gehoord te voelen. Daarbij geeft een groep van 23 procent aan geen vertrouwen in het kabinet, omdat de politiek mensen niet gelijk behandelt. Tevens is onvrede over beleid op bepaalde gebieden een van de meest genoemde redenen (Ipsos, 2021). Zowel de gevoelens van zich niet vertegenwoordigd en gehoord voelen, vinden dat de politiek mensen niet gelijk behandelt, als onvrede over beleid zouden kunnen ontstaan door het stemmen op een partij waar iemand zich uiteindelijk op standpunten niet door vertegenwoordigd voelt. In het Burgerperspectieven rapport van het SCP wordt aangegeven dat de respondenten zich niet gerepresenteerd voelen. De reden die hiervoor wordt gegeven is dat ze het gevoel hebben dat de vertegenwoordiging hen niet vertegenwoordigd, maar in plaats daarvan aan zichzelf denkt (Den Ridder et al., 2022). Uit de interviews blijkt zoals eerder benoemd dat een beperkte groep inspraak heeft op het verkiezingsprogramma en dat de rest minimaal betrokken wordt. De mogelijkheid bestaat dat burgers zich beter vertegenwoordigd zouden voelen als ze meer inspraak zouden krijgen op datgene op basis waarvan hun vertegenwoordiging vervolgens, in hun naam, zal gaan handelen.

De kans bestaat dat dit in het bijzonder zou gelden voor laagopgeleiden. Zoals eerder beschreven zijn

laagopgeleiden namelijk minder politiek betrokken (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2017). Hiernaast voelen laagopgeleiden zich ook minder goed vertegenwoordigd dan hoogopgeleiden (Bronshof, 2022). Uit I&O Research blijkt bovendien dat waar 73 procent van de laagopgeleiden aangeeft dat politieke partijen alleen geïnteresseerd zijn in hun stem en niet in hun mening dit bij hoogopgeleiden bij 50 procent het geval is. Wanneer gekeken wordt wie het helemaal eens is met deze stelling, is dit bij 28 procent van de laagopgeleiden het geval en slechts bij 12 procent van de hoogopgeleiden (Kanne, 2020). Laagopgeleiden voelen zich dus niet gehoord door politieke partijen, dit zou een reden kunnen zijn voor het feit dat respondenten in het IPSOS/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 aangeven dat de politiek niet iedereen gelijk behandelt. Naast dat laagopgeleiden zich dus minder gehoord voelen is de groep ook minder politiek betrokken. Hierbij komt dat laagopgeleiden zich minder vertegenwoordigd voelen dan hoogopgeleiden (Den Ridder et al., 2022). Wanneer de input van laagopgeleiden in een onevenredige mate wordt verwerkt in het verkiezingsprogramma valt er te spreken van een diplomademocratie. De burgers met de hoogste diploma's bepalen namelijk wat er in de verkiezingsprogramma's terug te vinden is terwijl de voorkeuren, belangen en invloeden van laaggeschoolden hiervan afwijken (Bovens, 2017).

Laagopgeleiden zouden dus in grote mate profiteren van het meer betrokken worden bij het samenstellen van het verkiezingsprogramma. Dit zou er namelijk voor kunnen zorgen dat het maken van een stemkeuze voor de laagopgeleide kiezer beter zal verlopen, omdat ze in het verkiezingsprogramma zichzelf mogelijk beter terug zien. Hiernaast zou hiermee het gevoel dat er onder deze groep heerst verminderen, namelijk het gevoel dat politieke partijen enkel geïnteresseerd zijn in hun stem en niet hun mening (Kanne, 2020). De vraag is of er een daadwerkelijk verband bestaat tussen deze redenen voor een tekort aan vertrouwen en representatie en het feit dat verkiezingsprogramma's samengesteld worden door een beperkte groep mensen in de samenleving.

5.4 Analyse mobilisatiefunctie

Voor het analyseren van de mobilisatiefunctie zal er worden ingegaan op de volgende drie bevindingen: 'vergeten kiezersgroep', 'demografisch mobiliseren' en 'persoon boven inhoud'.

Vergeten kiezersgroep

Een groot deel van de politieke partijen gaf in het interview aan dat ze zich voornamelijk richten op mensen die mogelijk op hen zouden kunnen gaan stemmen: hun potentiële stemmers. Een voorbeeld hiervan is de VVD:

"Officieel probeer je natuurlijk altijd iedereen te bereiken, maar je probeert altijd mensen te bereiken die geneigd zijn op de VVD te stemmen." (VVD)

Ook de SGP gaf aan dat de focus op de potentiële stemmers in de campagne erg groot is:

"Dus doelgroepen definiëren, dat is dus de eigen achterban, maar zeker ook de potentiële stemmers, mensen van partijen die voor een groot deel dichtbij de SGP staan." (SGP)

Sommige partijen die zich vooral richten op de potentiële kiezers geven aan dat geld, tijd en moeite redenen zijn om zich niet op iedereen in de samenleving te richten. Zo zei het CDA hierover:

"Kijk, in een ideale samenleving ga je natuurlijk net zo hard campagne voeren om die mensen [die heel ver van ons weg staan] mee te krijgen in jouw verhaal. Helaas is het wel zo dat die mensen, vaak niet bereid zijn om naar je te luisteren en het heel erg veel moeite zou kosten, als je ze al kunt overtuigen, om ze te overtuigen. Dus voor dat soort mensen, daar probeer ik altijd toch wel wat minder geld aan uit te geven, want dat geld steek ik liever in mensen die ik kan overtuigen." (CDA)

Ook voor de SP speelde het budget en de moeite hierin een rol:

"Om campagne te gaan voeren in een wijk waar voor D66 heel veel potentie zit, maar niet voor de SP dat is natuurlijk een beetje zonde voor je tijd, geld en energie." (SP)

Er zijn echter groepen in Nederland die structureel niet stemmen. Bij de Tweede Kamerverkiezingen ligt het opkomstpercentage vaak rond de 80 procent. In 2021 week dit percentage met 78 procent niet veel af (Parlement.com, z.d.). De groep niet-stemmers behoort voor geen enkele partij tot hun potentiële kiezers. Wanneer politieke partijen vooral hun potentiële kiezers proberen te mobiliseren, kan dit tot gevolg hebben dat deze 20 procent van de kiesgerechtigden in Nederland minder wordt gemobiliseerd dan andere groepen in de samenleving. Politieke partijen erkennen zelf ook dat de kiezers die nog twifelen of ze gaan stemmen voor hen moeilijk te bereiken zijn. De mate waarin politieke partijen deze kiezers probeerden te bereiken loopt uiteen. Meerdere partijen geven aan dat ze deze groep kiezers vooral aansporen om te stemmen door het belang van stemmen aan te geven. Het CDA antwoordde bijvoorbeeld dit op de vraag hoe zij deze groep mobiliseerde:

“Vooral in de laatste dagen gewoon heel erg veel aandacht eraan geven en mensen ook overtuigen van het belang om te gaan stemmen. Mensen overtuigen dat democratie alleen werkt als iedereen meedoet.” (CDA)

Ook de VVD zei dat ze deze groep voornamelijk het belang van stemmen uitlegt:

“Het is wel belangrijk om te laten weten wat er op het spel staat. Dus wat gebeurt er als je niet gaat stemmen.” (VVD)

Hoewel het voor de formele representatie goed is om zoveel mogelijk mensen aan te sporen om te stemmen kan de keuze om dit pas op de laatste dagen te doen afdoen aan de substantieve representatie. Wanneer een groep pas een paar dagen voor de verkiezingen gemobiliseerd wordt, hebben de mensen in die groep naar alle waarschijnlijkheid niet voldoende tijd om zich nog volledig te verdiepen in alle inhoudelijke punten van politieke partijen. Dit wordt versterkt doordat een groot deel van de niet-stemmers, in 2017 30% van de niet-stemmers niet heeft gestemd omdat ze geen interesse hebben in de politiek (NOS, 2017). De kans dat deze mensen zich in het verleden goed in de verschillende partijen hebben verdiept, is erg klein. Wanneer iemand niet goed weet wat de inhoudelijke punten van de partijen zijn, kan diegene een keuze maken op basis van onvolledige informatie. Dit kan ervoor zorgen dat deze kiezer zich later op basis van wat een partij daadwerkelijk doet toch niet gerepresenteerd voelt.

Een deel van de partijen, bijvoorbeeld de SP geeft aan dat zij een opkomst van 80 procent al redelijk hoog vindt en dat een opkomstcampagne daardoor minder nodig is:

“Bij Tweede Kamerverkiezingen is een opkomstcampagne minder interessant, omdat daar het opkomstpercentage vrij hoog is, dat zit zo volgens mij bij de 80 procent.” (SP)

Daarnaast kan het ook een strategisch keuze zijn om je als partij niet specifiek op de groep die misschien niet gaat stemmen te richten. Het CDA gaf aan dat deze 20 procent een lastige groep is om te mobiliseren en dat het ook veel geld en tijd kost om dit te doen:

“Kiezers die überhaupt twifelen om te stemmen zijn kiezers die bijzonder moeilijk zijn om te activeren. Want je moet ze dan eerst activeren om te gaan stemmen en dan vervolgens nog op jou. Vervolgens is het ook lang niet altijd handig om ons geld, ons kleine campagnebudget gebruiken om iedereen te gaan overtuigen om te gaan stemmen, want dan moet je ze ook nog eens overtuigen om op jou te stemmen. Dat is strategisch.” (CDA)

Uit de antwoorden van de politieke partijen valt te concluderen dat het op dit moment niet voordelig voor ze is om te streven naar het mobiliseren van de gehele samenleving. Het kost namelijk meer budget, meer tijd en meer moeite dan het enkel mobiliseren van de potentiële kiezers. Daarnaast levert het relatief gezien ook niet veel stemmen op. Daardoor maken partijen de afweging om zich voornamelijk te richten op de mensen die overwegen op hun partij te stemmen. Door deze aanpak valt er echter een groep mensen buiten de boot. Zij worden in mindere mate gemobiliseerd en hierdoor

neemt de kans dat zij gaan stemmen en daarmee ook de formele representatie van de Nederlandse politiek af.

De interviews hebben laten zien dat politieke partijen zich voornamelijk focussen op hun potentiële kiezers. Hierdoor worden burgers die niet van plan zijn om te stemmen niet of nauwelijks gemobiliseerd. Bij verkiezingen wordt er gestemd door de kiezer en dus worden de vertegenwoordigers ook gekozen door de kiezer. Op het moment dat een deel van de kiesgerechtigde niet stemt wordt hun mening niet meegenomen en dit kan ervoor zorgen dat deze groep zich niet vertegenwoordigd voelt. In het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 is te lezen dat 14 procent van de Nederlanders met geringe vertrouwen in het kabinet aangeven dat dit wordt veroorzaakt doordat ze zich niet vertegenwoordigd voelen. Daarnaast wordt onvrede over de aanpak van verschillende beleidsgebieden ook genoemd (Ipsos, 2022). Het is dus de vraag of deze percentages zouden verbeteren op het moment dat meer burgers hun stem uitbrengen.

Demografisch mobiliseren

Naast dat politieke partijen hun potentiële kiezers onderscheidden van de mensen die waarschijnlijk niet op hun partij gaan stemmen, vertelden veel respondenten ook dat hun partij verschillende kiezersgroepen, waar ze zich op richten, onderscheiden op basis van demografische kenmerken. Het CDA gaf bijvoorbeeld aan dat ze onder andere op basis van demografische informatie groepen definiëren:

“Ik bereken welke groepen voor ons interessant zijn. Dat kan je natuurlijk op heel veel factoren doen. Dat doe ik met heel veel beschikbare data. Bijvoorbeeld in dit postcodegebied: Hoeveel ouderen wonen daar? Maar ook hoeveel mensen wonen hier die een hoog inkomen hebben of bijvoorbeeld een laag inkomen en hoeveel mensen wonen hier met een bepaald waardenprofiel?” (CDA)

Om deze groepen te bereiken stelden partijen zowel de informatie als het communicatiemedium af op de bepaalde groep. De PvdA deelde haar kiezers bijvoorbeeld in op basis van leeftijd, waarbij zowel de onderwerpen als de communicatiemiddelen anders waren voor ouderen dan voor jongeren:

“Dus dat zijn dan onderwerpen die wij naar voren proberen te brengen om ook een jonger electoraat aan te spreken. Nou, dat zijn de onderwerpen en dan moet je de communicatiemiddelen die daarbij passen daarop aan laten sluiten.” (PvdA)

“Nou dat hang natuurlijk heel erg van je doelgroep af, want oudere kiezers, de gemiddelde leeftijd van een van de PvdA kiezers zit echt op achter in de vijftig begin zestig en die zitten niet op TikTok. Dus je kan wel een hele campagne op TikTok verzinnen om die kiezers erbij te betrekken, maar dan, maar dan bereik je die niet. Dus daar begint het al, dus dan zul je, daar moet je je dat moet je mediastrategie op aanpassen [...] Dat moet ook aansluiten bij de onderwerpen die je uiteindelijk probeert naar voren te brengen” (PvdA)

Ook de ChristenUnie geeft aan dat zij bijpassende thema's en communicatiemiddelen gebruikt om bepaalde groepen te bereiken:

“En dan probeer je op die thema's in te zetten en super gericht die doelgroepen te bereiken. Dus als je content maakt voor social media bijvoorbeeld dan kun je dat heel gericht weg zetten toen kon dat zeker nog. Inmiddels heeft bijvoorbeeld Facebook de regels best wel erg aangescherpt, maar toen was dat nog minder en konden we heel gericht kiezen nou wat is nou onze doelgroep en wat spreekt onze doelgroep aan [...] dat doe je online, maar offline, dus in de bladen en in de kranten doe je eigenlijk hetzelfde.” (ChristenUnie)

Op verschillende media worden dus verschillende informatie en verschillende thema's naar voren gebracht. Dit kan ervoor zorgen dat verschillende groepen mensen een ander beeld krijgen van dezelfde partij, doordat de focus van de campagne voor hen bij andere onderwerpen lag of doordat ze

zelfs bepaalde campagne-onderwerpen helemaal niet voorbij hebben zien komen. Wanneer het over offline mediagebruik gaat is het zo dat verschillende groepen in de samenleving verschillende media gebruiken (Bakker, 2016). Hierdoor is het logisch dat je als groep bepaalde informatie in andere media niet ziet. Wanneer het zo is dat een kiezer campagne-informatie of -onderwerpen niet ziet, kan dit ervoor zorgen dat deze kiezer een onvolledig beeld krijgt van deze politieke partij. Wanneer bepaalde onderwerpen namelijk niet onder iemands aandacht worden gebracht, kan dit ervoor zorgen dat deze onderwerpen ook niet worden meegenomen in de overweging van een stemkeuze van deze kiezer. De opkomst van campagnevoering op social media heeft dit versterkt. Zoals ook de ChristenUnie al aangeeft, kan een partij op social media heel gericht bepaalde doelgroepen aanspreken. Dat zorgt ervoor dat je als kiezer heel specifiek en gericht informatie kan ontvangen die voor jou op dat moment relevant is, maar dat betekent ook dat je informatie die voor jou op dat moment niet relevant is minder zult zien (Steeman, 2022).

Dit kan tot gevolg hebben dat de kiezer niet over elk onderwerp het standpunt van een partij weet en dat er een kans is dat die zijn stemkeuze baseert op onvolledige informatie. Wanneer partijen in de Tweede Kamer en misschien zelfs in de regering zitten, zal hun politiek handelen veel meer onderwerpen beslaan dan de aan de groepen kiezers verstrekte informatie. Hierdoor kan een kiezer die niet op basis van een groot scala aan onderwerpen een keuze heeft gemaakt zich op bepaalde onderwerpen niet vertegenwoordigd voelen. Oftewel deze persoon wordt dan niet meer substantief gerepresenteerd.

Uit de interviews komt dus naar voren dat de informatie die kiezers ontvangen van politieke partijen verschilt. Dit kan ervoor zorgen dat burgers een stemkeuze maken op basis van een onvolledig beeld over de standpunten van een partij. Die standpunten zullen uiteindelijk gebruikt worden door de vertegenwoordigers van de politieke partijen bij besluiten over het beleid. In het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 is te lezen dat onvrede over beleid op bepaalde gebieden een van de voornaamste redenen is voor Nederlanders voor hun geringe vertrouwen in de politiek (Ipsos, 2022). De kans bestaat dat burgers ontevreden zijn over het beleid van de overheid, omdat de kiezer van te voren niet voldoende geïnformeerd was over welke soort beleid hun vertegenwoordigers zouden gaan voeren. Deze onvrede zet zich dan dus vervolgens om in wantrouwen jegens de overheid (Ipsos, 2022).

Persoon boven inhoud

Hoewel het binnen de partijen wel wat verschilde, bleek uit de interviews dat de lijsttrekker voor het overgrote deel van de partijen belangrijk is tijdens de campagne en ook een grote rol op zich nam gedurende deze tijd. Een van de partijen die de lijsttrekker inderdaad zeer belangrijk vond, is de PvdA:

“De lijsttrekker is super belangrijk.” (PvdA)

Ook het CDA is het eens dat haar lijsttrekker een grote rol heeft gespeeld in de 2021 verkiezingen:

“Hij is de lijsttrekker dus [zijn rol is] best groot zou ik zeggen. Kijk als lijsttrekker is het jouw gezicht.” (CDA)

Waarvoor een lijsttrekker precies wordt ingezet verschilt per partij, maar de SGP gaf bijvoorbeeld aan dat de lijsttrekker wordt ingezet om mensen te laten stemmen.

“Kees [van der Staaij] wordt ook wel ingezet juist op tactische momenten in zijn algemeenheid om mensen te bewegen tot dingen. Concreet tot het uitbrengen van de stem en dat is wel heel belangrijk omdat hij gewoon veel vertrouwen en waardering heeft in de achterban en mensen houden van personen. Ze kunnen zich daar veel bij voorstellen, voelen daar veel bij, dus dan helpt vaak veel meer dan een advertentie met wat speerpunten en enzovoort.” (SGP)

De SGP gaf dus aan dat mensen stemmen op een lijsttrekker, omdat die een bepaald gevoel bij hen oproept. Een gevoel hangt af van het beeld dat mensen hebben bij een lijsttrekker. Uit de interviews kwam dat sommige partijen het beeld van de lijsttrekker proberen te sturen door het profiel van een lijsttrekker in positieve zin te veranderen. De PvdA doet dit bijvoorbeeld door middel van de kledingkeuze van de lijsttrekker en door op te letten in welke programma's de lijsttrekker te zien is:

“Het is heel belangrijk om te weten wat voor profiel zij [de lijsttrekker tijdens de campagne] heeft, maar ook om dat profiel dus aan te passen. Dus als hij heel oubollig is, hé om maar wat te zeggen dan moet je dus wel dan. Ja, dan moet je, dan moet je zelfs met kledingkeuze moet je daar rekening mee houden, in welke programma's terecht komt als ze de hele tijd bij koffietijd zit, ja, daar word je natuurlijk niet, daar word je natuurlijk niet hip van.” (PvdA)

Wanneer dit werkt en mensen daadwerkelijk hun stemkeuze op basis van de gevoelens dat een lijsttrekker bij hen oproept dan is er sprake van symbolische representatie, aangezien een lijsttrekker een symbool is van een partij. Mensen voelen zich bij deze vorm van representatie gerepresenteerd als ze een positief gevoel voor de partij en de lijsttrekker voelen. Echter, het interview met het CDA maakt duidelijk dat een beeld van een lijsttrekker en daarmee het gevoel dat mensen van hem hebben snel om kan slaan. In het CDA interview gaf de respondent aan dat hun lijsttrekker door een keer de coronaregels te overtreden zijn imago als betrouwbare politicus verloor en dat dit er deels ook ervoor heeft gezorgd dat de partij het slechter deed in de peilingen.

“Wopke heeft een foutje gemaakt door tijdens de Tweede Kamerverkiezingen terwijl er corona maatregelen actief waren met Sven Kramer te gaan schaatsen in Thialf [...] En dat is heel fout gevallen in Nederland, want heel Nederland mocht niets en Wopke is daar gaan schaatsen. Dat was een beetje jammer. Dat was natuurlijk niet het beeld dat wij graag wilden creëren van Wopke. En het ergste was is dat wij net terwijl dit speelde een campagnevideo hadden opgenomen [...] Maar was het nou net jammer dat het [campagnefilmpje] op het ijs was, want schaatsen was natuurlijk nu radioactief. Daarnaast heeft hij [Wopke Hoekstra] het ook niet heel erg goed gedaan in een aantal debatten en voor je het wist, kelderde het zetelaantal dat wij peilden van een klif af.” (CDA)

Dit voorbeeld toont aan dat het gevoel dat mensen bij een lijsttrekker door een enkel incident al kan veranderen. Wopke Hoekstra had in dit geval een incident nog tijdens verkiezingstijd, maar het kan ook voorkomen dat een politicus diens goede imago verliest tijdens de regeringsperiode. Er is dus te stellen dat wanneer mensen hun stemkeuze baseren op het gevoel dat een lijsttrekker bij hen oproept het kan voorkomen dat er gedurende de regeringstijd iets gebeurt waardoor het gevoel dat de kiezer bij deze persoon had omslaat. Wanneer een kiezer geen positieve gevoelens meer voelt bij degene die hen vertegenwoordigt wordt deze kiezer ook niet meer symbolisch gerepresenteerd. Het blijkt dat mensen minder snel veranderen van standpunten en dat de meeste mensen trouw blijven aan hun standpunten (Hakhverdian et al., 2021). Hierdoor zal het eerder voorkomen dat een kiezers gevoelens veranderen waardoor die niet meer symbolisch wordt vertegenwoordigd dan dat een kiezers standpunten totaal veranderen waardoor die substantief niet meer wordt vertegenwoordigd. Wanneer een kiezer diens stemkeuze baseert op symbolische representatie is er een grotere kans dat deze representatie wegvalt door een incident dan wanneer die diens keus baseert op substantieve representatie.

Uit de interviews blijkt dat de lijsttrekker een belangrijke rol speelt in de campagne. Het is dan ook niet verrassend dat bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 30 procent van de kiezers op een partij stemde omdat de lijsttrekker ze aansprak (NOS, 2021). Uit peilingen afgenomen vijf weken voorafgaand aan de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 bleek voor 34 procent van de respondenten de lijsttrekker een onderdeel te zijn van hun stemmotieven. In dezelfde periode voor de Tweede Kamer van 2017 was dit voor 21 procent het geval (Kanne, 2021). Er is dus te stellen dat de lijsttrekker een grotere rol dan de vorige verkiezing heeft gespeeld tijdens de afgelopen verkiezing. In hetzelfde rapport wordt benoemd dat de lijsttrekker bij de Tweede Kamerverkiezing van 2021 voor

kiezers belangrijker was dan voor de coronacrisis. Er wordt hiernaast verteld dat kiezers hierdoor genoeg nemen met het stemmen op een partij die niet exact uitdraagt wat de kiezer denkt (Kanne, 2021). Dit laat dus zien dat bij de afgelopen verkiezingen de rol van de lijsttrekker ervoor heeft gezorgd dat kiezers hun mening minder goed hebben geuit bij het maken van hun stemkeuze. Hiermee wordt de kiezer vervolgens gedurende de regeerperiode wat betreft diens mening minder goed vertegenwoordigd door de gekozen vertegenwoordiger.

De Nederlandse burger geeft in het Ipsos/NOS Prinsjesdagonderzoek 2022 aan dat onder andere onvrede over het beleid van de overheid en zich niet vertegenwoordigd voelen door de overheid, heeft bijgedragen aan hun geringe vertrouwen in de politiek (Ipsos, 2022). Hiervoor is beschreven hoe de rol van de lijsttrekker ervoor heeft gezorgd dat mensen hun standpunten deels achterwege hebben gelaten bij het maken van hun stemkeuze. Nu blijkt dat burgers ontevreden zijn met het beleid van de overheid is het de vraag of dit een gevolg is van die stemkeuze gebaseerd op de lijsttrekker. Hiernaast bestaat de mogelijkheid dat de burger zich op dit moment niet vertegenwoordigd voelt doordat de kiezer de lijsttrekker naar een prioriteit heeft gemaakt bij diens stemkeuze en andere zaken die bijdragen aan het gevoel van vertegenwoordiging, zoals standpunten wat betreft toekomstig beleid, achterwege heeft gelaten.

5.5 Analyse rekrutering- en selectiefunctie

Voor het analyseren van de rekrutering- en selectiefunctie zal er worden ingegaan op de volgende bevinding: ‘schijndemocratische lijsttrekker’.

Schijndemocratische lijsttrekker

Uit de interviews kwam naar voren dat het kiezen van een lijsttrekker van een politieke partij een democratisch proces is. In de meeste interviews werd verteld dat mensen zich konden opgeven voor de positie van lijsttrekker en dat er dan vervolgens een commissie werd aangesteld die kijkt of de sollicitanten voldoen aan een bepaald profiel. Vervolgens werd er op een partijcongres door de leden gestemd wie de lijsttrekker zou worden.

“En de leden hebben echt overweldigend gestemd om Wopke Hoekstra lijsttrekker te maken.” (CDA)

“Dat is een democratisch proces, [...] in feite kan ieder lid zich kandideren voor welke kandidatenlijst dan ook of voor welke plek dan ook op de lijst. [...] Dat is zegmaar een bestuur van democratisch gekozen mensen en die stellen een profiel vast. [...] Nou dat wordt vastgesteld, dan wordt er vervolgens een periode gesteld dat mensen kunnen solliciteren en er wordt een commissie, een kandidatencommissie samengesteld, ook democratisch. Dus je hebt bijvoorbeeld vijf leden die dan door de partij ook op democratische wijze gekozen worden, die dan al die sollicitatiebrieven gaan lezen en die dan met een voordracht komen, met een advies komen.” (SP)

“Bij de ChristenUnie is het zo dat een partijcongres gehouden wordt waar alle leden voor uitgenodigd worden, die hebben daar stemrecht, en daar staat dan een voorstel van het bestuur van de ChristenUnie op de agenda waarin Gert Jan Segers wordt voorgedragen als lijsttrekker en daar wordt dan over gestemd.” (ChristenUnie)

“Als mensen lijsttrekker willen worden kunnen ze zich daarvoor melden bij het hoofdbestuur officieel [...] [Daar] kun je dan jezelf kandidaat voor stellen, vaak wordt er één iemand voorgedragen, meestal is dat Mark Rutte geweest de afgelopen jaren. Als je het daar niet mee eens bent dat kun je jezelf ook tegen kandideren en dan krijg je een verkiezing binnen de partij.” (VVD)

“Op het congres wordt er gestemd, door alle leden, wie de lijsttrekker wordt en of de kandidaten op de juiste plek staan op de kandidatenlijst.” (PvdA)

Alhoewel het verkiezen van een lijsttrekker dus een democratisch proces is, viel het op dat er vaak maar één kandidaat werd voorgedragen aan de leden. In de interviews werd verteld dat wanneer bijvoorbeeld de lijsttrekker zich kandidaat stelt er meestal geen tegenkandidaten zijn. Op het moment dat er één logische kandidaat naar voren treedt, is er dus eigenlijk geen sprake meer van een keuze.

“Dat doet niet iedereen zomaar, want je moet wel enigszins het gevoel hebben dat je reële kans maakt. Kijk, jij of ik het zou doen, die tegen Attje Kuiken op moet, dan denk: ja, niemand kent ons en iedereen kent Attje Kuiken, ja dan is er ook geen echte verkiezing, dus dat moet dan ook wel een bekend persoon, bekende politicus zijn, zal ik maar zeggen.” (PvdA)

“Alleen wat je natuurlijk in de praktijk wel ziet is dat, op het moment dat Mark Rutte zich kandidaat stelt dat er dan eigenlijk geen tegenkandidaten zijn. Dus dat iedereen zegt van nou daar zijn we het wel mee eens.” (VVD)

“Maar als iemand fractievoorzitter wordt kun je wel denken, nou hè het is best een logische volgende stap dat die lijsttrekker wordt.” (ChristenUnie)

In de interviews werd aangegeven dat de voorkeur uitgaat naar het naar voren treden van één lijsttrekker. Partijen die geen lijsttrekkersverkiezingen hadden, uiten namelijk gevoelens van blijdschap hierover en partijen die dit wel hadden spraken over de tweedeling die als gevolg hiervan ontstond in de partij.

“Dus we hadden niet een lijsttrekkersverkiezing dus we hebben niet eens gestemd, maar we hebben heel geklapt toen dat voorstel geagendeerd stond, dus dat ging erg soepel, dus geen lijsttrekkersverkiezing.” (ChristenUnie)

“Dat [een lijsttrekkersverkiezing] klinkt heel democratisch, maar uiteindelijk verzwakt dat je partij. Dus we zijn er niet heel erg ontevreden over dat we niet zo'n strijd hadden afgelopen jaar.” (SP)

“Je bent meer zichtbaar, dus misschien stemmen wel meer mensen op je, maar strijd is tegelijkertijd ook altijd een beetje lelijk. En dat mag als dat met een politiek opponent is, dus met met met een echt een hele andere partij dan dan is dat prima. Maar als dat binnen je partij is, dat gaat natuurlijk ook voor scheve gezichten zorgen kan hè, kan. Partij van de Arbeid heeft vaker lijsttrekkersverkiezingen gehad, waarin er dus een strijd is tussen twee partijen, tussen twee personen, en dat gehad met Samsom en Asscher bijvoorbeeld.” (PvdA)

Al geven de partijen aan dat het verkiezen van een lijsttrekker een democratisch proces is, is het de vraag of het proces uiteindelijk leidt tot een lijsttrekker die de partij het best zal vertegenwoordigen. Uit de interviews blijkt namelijk dat wanneer er een geschikte kandidaat naar voren stapt er geen behoefte is om te zoeken naar een kandidaat die misschien een hogere mate aan representativiteit met zich mee brengt. Op het moment dat daar niet naar wordt gezocht, bestaat de kans namelijk dat met een ander de descriptieve, symbolische en substantieve representatie beter vervuld zouden worden. Op het moment dat iemand bijvoorbeeld telkens wordt herkozen als lijsttrekker, vanuit gewoonte, terwijl de demografische opbouw van de achterban is veranderd bestaat dus de kans dat een andere lijsttrekker de descriptieve representatie beter zou kunnen waarborgen.

Uit de interviews is gebleken dat de voorkeur ernaar uitgaat om niet te vaak te wisselen van lijsttrekker en dat als er een 'logische' kandidaat is er niet verder wordt gezocht. Er is ook hiervoor beschreven hoe dit ervoor kan zorgen dat de lijsttrekker niet het meest ideale persoon is om de achterban van de partij te vertegenwoordigen. Dit kan ervoor zorgen dat de achterban zich als gevolg niet vertegenwoordigd voelt. Uit het Ipsos/NOS Prinsjesdag-onderzoek 2022 blijkt dat 14 procent van de Nederlanders die weinig vertrouwen hebben in de politiek dit verklaren met dat ze zich niet vertegenwoordigd voelen. De vraag is of dit percentage zou verbeteren en het vertrouwen dus zou toenemen wanneer de lijsttrekkers van politieke partijen, die als het ware het gezicht zijn van de landelijke politiek, zouden worden vervangen wanneer de lijsttrekker de achterban niet meer optimaal vertegenwoordigd.

6 Conclusie

In dit verslag is er geprobeerd antwoord te geven op de volgende onderzoeksvraag: *Hoe heeft de campagnevoering van politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 bijgedragen aan het voortbestaan van het wantrouwen van burgers in Nederlandse bewindspersonen?* Hiertoe zijn drie deelvragen onderzocht. De eerste deelvraag was: *Wat is representativiteit en hoe kunnen politieke partijen bij het voeren van campagne hieraan bijdragen?* Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat representativiteit valt onder te verdelen in vier verschillende vormen van representatie: formele representatie, symbolische representatie, descriptieve representatie en substantieve representatie (Pitkin, 1972). Politieke partijen kunnen tijdens campagnevoering deze representativiteit bevorderen of ondermijnen door de manier waarop zij de vijf, in dit onderzoek onderscheiden, functies uitvoeren: de articulatiefunctie, de communicatiefunctie, de aggregatiefunctie, de mobilisatiefunctie en de rekruterings- en selectiefunctie (Van der Veen, 2021). Ten eerste blijkt dat het functioneren van politieke partijen in campagnetijd bijdraagt aan hoe volledig en kloppend het beeld is dat politieke partijen en kiezers van elkaar hebben. Daarnaast kan het functioneren van politieke partijen ervoor zorgen dat sommige mensen in de samenleving niet op basis van elke soort representativiteit een stemkeuze kunnen maken. Ten slotte kan het functioneren veroorzaken dat sommige kiezers stemmen op basis van een soort representativiteit terwijl ze dachten dat ze vanuit een andere soort stemden. Vanuit deze drie theoretische inzichten kunnen uitspraken gedaan worden over de manier waarop de stemkeuze van kiezers invloed heeft op de representativiteit die zij ervaren met betrekking tot de politiek.

De tweede deelvraag was: *Hoe staat het ervoor met het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen?* Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat het vertrouwen in Nederlandse bewindspersonen historisch gezien laag ligt en dat er gesproken zou kunnen worden van een vertrouwenscrisis. Er zijn drie oorzaken voor deze lage mate aan vertrouwen te onderscheiden, namelijk: ‘falend beleid’, ‘onzichtbare kiezer’ en ‘ongelijke behandeling’. Met betrekking tot de eerste genoemde, wordt er onvrede over het beleid wat zich heeft omgezet in wantrouwen bedoeld. De tweede oorzaak: ‘onzichtbare kiezer’ omvat de burger die zich niet gezien en gehoord voelt waardoor het vertrouwen in het systeem die dit behoort te doen hierdoor laag is. Tot slot houdt ‘ongelijke behandeling’ de wijze waarop de inspraak van bepaalde groepen in grotere mate aanwezig is dan die van andere groepen in de politiek in. Hierdoor voelen sommige groepen zich niet gerepresenteerd, waardoor zij wantrouwen jegens de politiek ontwikkelen.

De derde deelvraag was: *Hoe zijn de functies van politieke partijen gewaarborgd tijdens de campagnevoering van Nederlandse politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen in 2021?* Om deze vragen te beantwoorden, zijn interviews uitgevoerd met campagnemedewerkers van zeven grote partijen in Nederland, het CDA, de CU, D66, de PvdA, de VVD, de SGP en de SP. Daaruit is op te maken dat tijdens het campagnevoeren van de politieke partijen electoraal gewin geregeld belangrijker werd gevonden dan het waarborgen van de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer. Het gevolg daarvan is dat de uitoefening van de functies van politieke partijen tijdens campagnevoering ontoereikend was. Navolgend zijn er drie conclusies om dit beeld te illustreren.

Ten eerste is op basis van de uitkomsten van de deelvragen te concluderen dat de campagnevoering van politieke partijen voor de afgelopen Tweede Kamerverkiezingen op meerdere manieren heeft bijgedragen aan het wantrouwen van burgers dat er heerst jegens Nederlandse bewindspersonen. Hieronder zullen drie conclusies die hieruit volgen uiteen worden gezet. De eerste conclusie is dat een aantal van de bevindingen gerelateerd kan worden aan de oorzaak van wantrouwen: ‘falend beleid’,

oftewel wantrouwen als gevolg van onvrede over het beleid dat het kabinet voert (Ipsos, 2022). De resultaten van de interviews tonen aan dat de kans bestaat dat het ontoereikend vervullen van de articulatie-, aggregatie- en mobilisatiefunctie voor een deel van de kiezers heeft bijgedragen aan het maken van een beperkt representatieve stemkeuze. Deze keuze heeft vervolgens een rol heeft gespeeld in het ontstaan van de onvrede over het beleid. De beperkt representatieve stemkeuze is mogelijk tot stand gekomen doordat de kiezer tijdens de campagne onvoldoende geïnformeerd is over het beleid dat politieke partijen willen gaan voeren en doordat de kiezer zijn keuze heeft gemaakt op basis van een verkiezingsprogramma dat is gevormd op basis van de wensen, eisen en belangen van een selectieve groep kiezers.

De tweede conclusie is dat een aantal bevindingen in verband valt te brengen met de oorzaak voor wantrouwen: ‘onzichtbare kiezer’, oftewel: wantrouwen dat bestaat omdat de burger vindt dat de politiek meer moet letten op wat de kiezer vindt en wil (Ipsos, 2022). Uit de interviews is te concluderen dat het aannemelijk is dat het ontoereikend vervullen van de communicatiefunctie en de rekruterings- en selectiefunctie een aandeel heeft gehad in het feit dat een deel van de kiezers een beperkt representatieve stemkeuze heeft gemaakt. Deze stemkeuze heeft vervolgens mogelijk een bijdrage geleverd aan het gevoel van onzichtbaarheid dat er onder de burger leeft. Er zijn hiervoor drie plausibele redenen te noemen. Ten eerste heeft de communicatie gedurende de campagnetijd voornamelijk bestaan uit het zenden van informatie naar de kiezer en was de communicatie onvoldoende tweezijdig. Ten tweede werd het gesprek tussen kiezer en kandidaat tijdens de onderzochte campagne belemmerd door de coronamaatregelen. Als laatste was de manier waarop sommige politieke partijen hun lijsttrekker geselecteerden niet bevorderlijk voor de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer.

Ten derde is te concluderen dat er een gerede kans bestaat dat de beschreven bevindingen hebben bijgedragen aan de oorzaak voor wantrouwen: ‘ongelijke behandeling’, oftewel wantrouwen dat de burger heeft doordat die vindt dat de politiek mensen niet gelijk behandelt (Ipsos, 2022). Uit de interviews bleek dat er een gerede kans is dat het ontoereikend vervullen van de aggregatiefunctie en de mobilisatiefunctie een bijdrage heeft geleverd aan een beperkte representatieve stemkeuze van een deel van de kiezers. Dit heeft geleid tot een beperkte representativiteit van de verkiezingsuitkomst. Deze uitkomst heeft mogelijk een bijdrage geleverd aan de opinie dat de politiek mensen niet gelijk behandelt. Dit kan verklaard worden doordat politieke partijen bij het schrijven van het verkiezingsprogramma onevenredige input ontvangen vanuit de verschillende groepen in de samenleving en doordat politieke partijen de afweging maken om de niet-stemmer slechts in beperkte mate te mobiliseren.

De hypothese die aan het begin van het onderzoek is geschreven is: *‘De campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 heeft bijgedragen aan het wantrouwen in politieke bewindspersonen, doordat politieke partijen kiezers hebben beïnvloed om een voor hen niet-representatieve stemkeuze te maken. In de campagnetijd naar aanloop van de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 schoten politieke partijen tekort in het vervullen van hun functies. Doordat politieke partijen hun functies niet optimaal vervulden, hebben groepen kiezers gestemd op een partij die qua standpunten en/of achtergrondkenmerken uiteindelijk niet representatief bleek te zijn voor hun eigen persoon. Gedurende de regeerperiode kwamen kiezers hier achter en dat versterkte hun toch al lage vertrouwen in politieke bewindspersonen.’* Op basis van het onderzoek kan deze hypothese worden aangenomen. Er zijn in dit onderzoek verbanden gevonden tussen de redenen van het heersende wantrouwen en het ontoereikend uitvoeren van de functies van politieke partijen gedurende de campagnevoering voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021. De campagnevoering

van politieke partijen heeft een rol gespeeld in het maken van een niet-representatieve stemkeuze en dit heeft mogelijk geresulteerd in wantrouwen.

Als slotconclusie is te stellen dat de representativiteit van de stemkeuze en daarmee van de Nederlandse politiek is aangetast door het campagnevoeren van politieke partijen voor de Tweede Kamerverkiezingen van 2021. Politieke partijen hebben tijdens deze campagne namelijk ontoereikend voldaan aan hun toegekende functies. Het schaden van de representativiteit heeft vervolgens mogelijk bijgedragen aan de afname van het al lage vertrouwen in de politiek. Hierdoor heeft dit wantrouwen zich kunnen ontwikkelen tot een vertrouwenscrisis in de Nederlandse bewindspersonen.

7 Discussie

In dit hoofdstuk zal er eerst in worden gegaan op de beperkingen van dit onderzoek. Vervolgens zal er worden ingegaan op een aantal implicaties. Hierna zullen er adviezen worden gegeven aan politieke partijen, kiezers en ngo's. Afsluitend zullen er aanbevelingen worden gedaan voor vervolgonderzoek.

Hoewel er wat betreft de interviews geprobeerd is de onderzoekseisen zo goed mogelijk te waarborgen, zijn er enkele aanmerkingen te maken op de wijze waarop de interviews zijn opgezet en afgenomen. Ten eerste is er bij het benaderen van de politieke partijen niet expliciet vermeld dat het interview over de Tweede Kamerverkiezingen van 2021 zou gaan. Aan het begin van het interview is dit wel nadrukkelijk aan alle respondenten duidelijk gemaakt. Dit heeft als gevolg gehad dat sommige interviews zijn afgenomen met mensen die op het moment van afname van het interview deel uitmaakten van het campagne team, maar die niet meewerkten aan de campagne van 2021. Voor de resultaten van dit onderzoek heeft dit echter geen groot verschil gemaakt aangezien de respondenten in de meeste gevallen alsnog veel kennis hadden over de campagnevoering van 2021 en aangezien uitspraken van respondenten waar ze niet zeker over waren, omdat ze niet bij de campagne betrokken waren, achterwege zijn gelaten bij de analyse. Verder hebben niet alle respondenten op elke vraag even volledig antwoord gegeven. Een reden hiervoor zou kunnen zijn dat de vraag niet goed is begrepen. In het vervolg zou er eventueel meer doorgevraagd kunnen worden wanneer dit zich voordoet. Omwille van de tijd die de respondenten beschikbaar hadden voor het gesprek is dit tijdens dit onderzoek niet altijd gebeurd.

Daarnaast zijn er respondenten met verschillende posities binnen de campagnevoering geïnterviewd. Aan de ene kant is hiermee een breder scala aan mensen binnen de campagnecommissie bereikt. Aan de andere kant bestaat de kans dat de antwoorden van de geïnterviewden mogelijk gekleurd zijn door hun positie. De verwachting is echter dat dit toch voornamelijk een verdiepend effect heeft gehad, doordat er in dit onderzoek is gekeken naar de campagnevoering van politieke partijen in het algemeen. Ten slotte is het belangrijk te benoemen dat hoewel een meerderheid van de partijen en de Tweede Kamer is geïnterviewd, de geïnterviewde partijen niet het gehele politieke spectrum dekken. Noemenswaardig is dat er geen rechts-populistische partijen zijn geïnterviewd. Deze partijen waren helaas niet bereid deel te nemen aan dit onderzoek. Dit kan invloed hebben gehad op de generaliseerbaarheid van dit onderzoek, maar omdat er in dit onderzoek uitspraken worden gedaan over de campagnevoering in het algemeen is de verwachting dat de resultaten in beperkte mate zouden veranderen wanneer deze partijen ook betrokken waren geweest.

In dit onderzoek is gekozen om te kijken naar de representativiteit van de stemkeuze met behulp van de theorie van Hanna Pitkin. Deze is voldoende toereikend gebleken voor dit onderzoek. Toch is het belangrijk te vermelden dat dit niet de enige lens is waarmee er gekeken kan worden naar de representativiteit van de stemkeuze als gevolg van de campagnevoering van politieke partijen. Zo geeft de theorie van Jane Mansbridge een andere uitsplitsing van representatie waarbij er vier wijze worden geïdentificeerd waarop iemand vertegenwoordigd kan worden (Mansbridge, 2003).

Een mogelijke implicatie van dit onderzoek wordt goed geïllustreerd door een column van Sheila Sitalsing die in de Volkskrant de bestuurlijke aanpak van crisissen beschrijft als een zogenaamde 'clusterfuck', 'een kluwen van conflicterende belangen, klunzigheid, ijdelheid, tegenspraak, goede intenties en kwade zin die op spectaculaire wijze op elkaar zijn gebotst'. Daarnaast stelt Sitalsing dat het woord crisis in de politiek graag wordt gebruikt, omdat het suggereert dat het probleem totaal onverwacht is en niemands schuld. Vervolgens schrijft Sitalsing dat er geen sprake is van crisissen,

maar dat de problemen een gevolg zijn van slecht beleid, ‘bestuurlijke clusterfucks’. Sitalsing betoogt dat er maar één echte crisis is, zijnde de crisis in het gezag van de overheid. Hierbij wordt er een uitspraak van de Raad voor het Openbaar Bestuur aangehaald die verkondigt dat om alle problemen die het label ‘crisis’ toegediend hebben gekregen op te lossen het essentieel is dat de burgers vrijwillig de macht aan de overheid afstaan (Sitalsing, 2022). In voorliggend onderzoek is beschreven hoe onvrede over het handelen van de overheid in tijden van crisis heeft bijgedragen aan het lage vertrouwen in de overheid. Het stuk van Sitalsing betoogt dat om de heersende ‘crisissen’ te kunnen oplossen, het zaak is om eerst het vertrouwen in de overheid te herstellen. Dit laat de urgentie zien van het oplossen van de ‘vertrouwenscrisis’. Wanneer er aan burgers gevraagd wordt naar maatschappelijke problemen wordt op dit moment de politiek genoemd (Den Ridder et al., 2022), het is dus zaak om de vertrouwenscrisis op te lossen zodat alle andere problemen waarmee Nederland op dit moment kampt kunnen worden aangepakt.

Ook uit het tweede Burgerperspectieven-rapport van 2022 blijkt dat de tevredenheid over het functioneren van de democratie is gekelderd (Den Ridder et al., 2022), wat in verband te brengen is met het eveneens kelderende politieke vertrouwen (Norris, 2011). Ook hieruit blijkt dat het van belang is dat er wordt gezocht naar een manier om het vertrouwen weer te doen stijgen om zodoende ook de ontevredenheid over het functioneren van de democratie weer een impuls de goede kant op te geven.

Naar aanleiding van dit onderzoek vallen er een aantal aanbevelingen te doen aan politieke partijen. Voordat dit zal worden beschreven is het belangrijk om te benoemen dat er in dit onderzoek naar voren kwam dat sommige, voor de representativiteit van de politiek niet bevorderende, keuzes van politieke partijen voort lijken te komen uit het heersende politieke klimaat. Sommige manieren van campagne voeren, die niet begunstigend zijn voor de representativiteit van de stemkeuze, lijken namelijk te leiden tot een groter electoraal gewin. Zeker nu het aantal politieke partijen groter is dan ooit wordt de strijd om de kiezer steeds groter. De kiezer kan nu makkelijker overstappen naar een soortgelijke partij. Daarom zal er verderop in deze discussie worden ingegaan op de rol die ngo’s kunnen spelen in deze kwestie. Dit gezegd hebbende ligt er ook een bepaalde verantwoordelijkheid bij de politieke partijen om er voor te zorgen dat de kiezer zo goed mogelijk vertegenwoordigd wordt. Er zullen dan nu ook een aantal adviezen volgen voor toekomstige campagnes, zoals de aankomende Provinciale Statenverkiezingen.

Ten eerste zou er om te zorgen dat kiezers in het bezit zijn van een zo volledig en correct mogelijk beeld van een partij op een brede manier geïnformeerd moeten worden over waar de politieke partij voor staat. Dit zou gedaan kunnen worden door informatie over een zo groot mogelijk scala aan onderwerpen aan te bieden, waarbij er wordt voorkomen dat verschillende groepen in de samenleving door het zien van gepersonaliseerde informatie een onvolledig beeld van de partij ontwikkelen. Daarnaast zou het ook bevorderend voor de representativiteit van de stemkeuze zijn als politieke partijen zich niet zouden richten op politieke trends, maar kiezers vooral gaan informeren over hun visies op en standpunten voor onderwerpen die op lange termijn relevant zijn. Uit dit onderzoek is namelijk gebleken dat hier voor de geïnterviewde politieke partijen nog winst valt te behalen. De afgelopen Tweede Kamerverkiezingen kwam het namelijk vaak voor dat de kiezer vooral op een beperkt aantal, vaak tijdgebonden onderwerpen geïnformeerd werd. Waarbij de informatie ook per doelgroep werd aangepast. Wanneer politieke partijen tijdens verkiezingstijd meer aandacht zullen besteden aan het informeren van de kiezer, zal de kiezer ook betere middelen hebben om een representatieve stemkeuze te maken. Verder wordt er vanuit dit onderzoek aan politieke partijen geadviseerd om geen onuitvoerbaar verkiezingsbelofte te doen. Naast het niet doen van deze belofte

zou het gevoel van verontwaardiging over verkiezingsbeloftes mogelijk ook verminderen wanneer politieke partijen verduidelijken hoe realistisch hun beloftes zijn.

Op het gebied van communicatie is er naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek ook een aanbeveling te doen. Om het vertrouwen in de politiek te waarborgen zouden politieke partijen tijdens toekomstige campagnes ervoor kunnen zorgen dat er meer interacties ontstaan tussen vertegenwoordiger en kiezer, waarbij niet alleen het informeren van de kiezer, maar vooral het luisteren naar de kiezer, centraal staat. Wat hierbij zou kunnen helpen is om een systeem te introduceren voor de terugkoppeling van deze gesprekken, zodat de gesprekken meegenomen kunnen worden. In dit onderzoek is namelijk duidelijk geworden dat de communicatie tussen vertegenwoordiger en kiezer gedurende de vorige Tweede Kamercampagne voornamelijk ging over het informeren van de kiezer en niet over het luisteren naar de kiezer. Het luisteren naar de kiezer gedurende de campagne is echter juist heel belangrijk, aangezien burgers het niet gehoord voelen door de politiek als een reden voor hun wantrouwen noemen (Ipsos, 2022).

Naast het voeren van gesprekken met de kiezer in het algemeen wordt er aan de politieke partijen ook aanbevolen om groepen mensen die niet uit zichzelf invloed uitoefenen op de politiek te betrekken bij het schrijven van hun verkiezingsprogramma. In dit onderzoek kwam naar voren dat dat nu slechts in geringe mate wordt gedaan, waardoor sommige groepen mensen amper invloed hebben op de verkiezingsprogramma's. Om deze mensen toch te betrekken en zo een meer representatief verkiezingsprogramma te krijgen luidt het advies om niet te wachten tot mensen de politieke partijen benaderen, maar om zelf langs de deuren te gaan of op straat te staan in buurten waar de politieke betrokkenheid laag. Zo kunnen politieke partijen door middel van gesprekken met mensen peilen wat de wensen en belangen van de amper politiek actieve mensen zijn. Een probleem hierbij kan zijn dat een deel van de burgers het gevoel heeft dat politieke partijen alleen geïnteresseerd zijn in hun stem en niet in hun mening (Kanne, 2020). Zolang dit wantrouwen er is, zal dit mogelijk drukken op de politieke participatie en op de bereidheid om met politici in gesprek te gaan. Om dit beeld te herstellen wordt er aan de politieke partijen geadviseerd om aan de kiezer duidelijk te maken dat hun mening er toe doet en wordt meegenomen, bijvoorbeeld door mensen na een gesprek te voorzien van concreet inzicht in hoe hun input is verwerkt.

Het laatste advies dat op basis van dit onderzoek gegeven kan worden aan de politieke partijen is om zich tijdens campagnevoering meer te richten op de algemene opkomst, bijvoorbeeld door middel van een opkomstcampagne. Dit zou bijvoorbeeld kunnen door meer langs de deuren te gaan, wat zich heeft bewezen als een extreem effectieve manier om de kiezer te mobiliseren (Green & Gerber, 2019). Uit de interviews kwam dat het mobiliseren van alle kiezers op dit moment nog geen grote prioriteit is en dat politieke partijen zich nog voornamelijk richten op hun potentiële kiezers. De hoogte van de opkomst voor een verkiezing wordt echter ook door veel verschillende structurele factoren beïnvloed. Aan veel van deze problemen of ontwikkelingen kunnen politieke partijen door middel van enkel campagnevoeren niks veranderen (Ostaaijen, 2022). Hier wordt dan ook een rol gezien voor het onderwijs, waar lesgeven over het belang van stemmen mogelijk invloed heeft in het verhogen van de opkomst.

De kiezer zelf heeft overigens ook de mogelijkheid om de representativiteit van diens eigen stemkeuze en daarmee mogelijk diens vertrouwen in de overheid te vergroten. Dit kan de kiezer onder andere doen door zich voor het maken van een stemkeuze nader te verdiepen in de verschillende standpunten van de partijen. Verder hebben kiezers ook zelf de mogelijkheid om hun inspraak te vergroten door, zoals vaak werd aangeraden door de politieke partijen in de interviews, lid te worden

van een politieke partij of door in ieder geval contact op te zoeken met politieke partijen. Wat hiernaast in dit onderzoek naar voren kwam was dat het belangrijk is voor de kiezer om te weten op welke manier die gerepresenteerd wil worden, dus bijvoorbeeld enkel op standpunten of dat de afkomst van de vertegenwoordiger van groot belang is. Op het moment dat de kiezer zich bij het maken van diens stemkeuze hiervan bewust is, neemt de kans af dat een kiezer per ongeluk volgens een andere vorm van representativiteit stemt en zich daardoor in de toekomst niet gerepresenteerd voelt.

Naast de politieke partijen en de kiezers zelf is er ook een rol toe te kennen aan een actor die buiten de kwestie staat, bijvoorbeeld ngo's. Op dit moment is de StemWijzer een wijdverspreid middel om te komen tot een stemkeuze (ProDemos, 2021). Er bestaan echter verschillende andere tools die kunnen helpen bij het maken van een stemkeuze, zo vatte NU.nl de verkiezingsprogramma's samen en bracht de Volkskrant een kieswijzer uit die keek naar hoe politieke partijen hadden gestemd in de Tweede Kamer (NU.nl, 2021) (De Volkskrant, z.d.). Deze tools bieden een andere vorm van stembijstand die daarom dus een goede aanvulling zouden zijn op de StemWijzer. Om zo veel mogelijk kiezers de mogelijkheid te bieden om gebruik te maken van stembijstand is het belangrijk dat de kiezer geïnformeerd is over de stembijstand die er beschikbaar is, bijvoorbeeld door middel van spotjes op tv of met behulp van reclameposters. Een andere manier om de kiezer te helpen met het maken van een, voor hun representatieve, stemkeuze is om de kiezer te leren over hoe deze een stemkeuze kan vormen. Dit zou bijvoorbeeld mogelijk gemaakt kunnen worden door in het onderwijs aandacht te besteden aan het maken van een stemkeuze waardoor je je voor een langere tijd vertegenwoordigd voelt. Als laatste zou er een instantie kunnen worden aangesteld die oog houdt op de invloed die campagnevoering heeft op de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer. Dit zou als een vorm van reflectie kunnen dienen voor de politieke partijen zelf, die wanneer duidelijk is hoe hun campagnevoering de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer beïnvloedt, vervolgens actie kunnen ondernemen. Ook zou op deze manier duidelijk worden gemaakt waar er hulp nodig is van onafhankelijke instanties.

Zojuist is er gepoogd om adviezen uit te brengen aan verschillende actoren die invloed kunnen uitoefenen op de stemkeuze van kiezers. Naast de concrete veranderingen die deze actoren kunnen doorvoeren, is het ook interessant om te bestuderen hoe veranderingen aan het huidige Nederlandse kiesstelsel kunnen bijdragen aan het waarborgen van de representativiteit en het vertrouwen in de politiek. De keuzes die de omschreven actoren namelijk maken in verband met campagnevoeren en stemmen liggen vast in het huidige politieke systeem. Hierin moeten politieke partijen streven naar zoveel mogelijk stemmen om zo inspraak te krijgen in de Nederlandse politiek (Tweede Kamer der Staten-Generaal, z.d.). Tegelijkertijd hebben kiezers een overweldigende hoeveelheid aan informatie om over de politieke partijen tot zich te nemen, onder andere door het groeiende aantal partijen (Van der Veen & Veldman, 2021). In combinatie met het drukke leven wat de kiezer lijdt is die niet altijd even goed in staat om zich goed in te lezen voor het maken van diens stemkeuze. Op basis van wat er in dit onderzoek is onderzocht valt er geen concrete aanbeveling te doen naar een systeem die in hogere mate voorkomt dat de politieke campagnevoering afbreuk doet aan de representativiteit of het vertrouwen van de kiezer. Er kan aan de hand van dit onderzoek wel een advies worden gegeven om nader te onderzoeken hoe systematische veranderingen in het kiesstelsel de geconstateerde problemen zouden kunnen verhelpen.

Naast de veranderingen die er door verschillende betrokkenen kunnen worden doorgevoerd wordt er naar aanleiding van dit onderzoek tevens geadviseerd om vervolgonderzoek te doen. In vervolgonderzoek zou er verder kunnen worden onderzocht op welke manier de representativiteit van

de stemkeuze van de kiezer bevorderd kan worden. Met dit onderzoek is aangetoond hoe campagnevoering invloed heeft op de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer. Echter zou het interessant en nuttig zijn om exact te onderzoeken hoe deze representativiteit bevorderd zou kunnen en wie daar bij te betrekken. In dit onderzoek is gepoogd om enkele adviezen te geven, maar het zou een aanvulling zijn om dit uitgebreider te onderzoeken.

Hiernaast zou er in vervolgonderzoek op een andere manier naar de casus, besproken in dit onderzoek, kunnen worden gekeken. De nadruk lag in dit onderzoek namelijk op de rol van politieke partijen in het verminderen van de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer. In vervolgonderzoek zou het interessant zijn om dieper onderzoek te doen naar hoe de campagnevoering daadwerkelijk invloed heeft gehad op de kiezer, door middel van diepte-interviews met wantrouwende kiezers. Hiermee zou het verband tussen de representativiteit van de stemkeuze van de kiezer en het vertrouwen van de kiezer in de politiek verder kunnen worden onderzocht.

Voor vervolgonderzoek is het verder interessant om te kijken naar het feit dat de campagnevoering in Nederland de afgelopen tijd een verandering heeft doorgemaakt. Het afnemende ledental van politieke partijen, het toenemende aantal politieke partijen, het gestegen aantal zwevende kiezers, de rol van de media en pressiegroepen en de rol van nieuwe mediakanalen hebben hier een rol in gespeeld (Van der Veen, 2021) (Parlement.com, z.d.). Bepaalde bevindingen in dit onderzoek tonen aan dat deze veranderingen kunnen leiden tot problemen. Zo is het ledental van politieke partijen afgenomen, maar is hun invloed in vergelijking met niet-leden nog steeds veel groter. Problemen treden ook op wanneer social media traditionele communicatiemiddelen proberen te vervangen. Het is belangrijk om verder onderzoek te doen naar de gevolgen van deze veranderingen om zo ook in de toekomst de representativiteit van de stemkeuze te waarborgen.

Literatuurlijst

- AD. (2022, 16 januari). Duizenden betogers bij Gronings fakkelprotest tegen gaswinning. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.ad.nl/binnenland/duizenden-betogers-bij-gronings-fakkelprotest-tegen-gaswinning~a12d36e4/>
- Bakker, P. (2016, 22 juni). Het profiel van de krantenlezer: sekse, leeftijd en welstand. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.svdj.nl/nieuws/het-profiel-van-de-krantenlezer-sexe-leeftijd-en-welstand/>
- Benders, L. (2022, 30 maart). Valide en betrouwbare interviewvragen formuleren. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/goede-interviewvragen-formuleren/>
- Bhandari, P. (2022, 10 mei). Mediërende en modererende variabelen: Het verschil. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/medierende-modererende-variabelen/>
- Bollaart, E., Dijksterhuis, S., Holder, M. ten, Hulst, W. van, Klein, M., Middelkamp, J., . . . Stevenson, S. (2018). Trekken aan een dood paard? Radboud Honours Academy. Radboud Honours Academy. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://theses.ubn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/6143/Bollaart%2C_Eline_1.pdf?sequence=1
- Bovens, M. (2017, 24 juli). De tweedeling tussen hoger en lager opgeleiden. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.socialevraagstukken.nl/de-tweedeling-tussen-hoger-en-lager-opgeleiden/>
- Bronshof, B. (2022, 13 juli). Sociale ongelijkheid: de kloof tussen hoog- en laag opgeleiden. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.eur.nl/nieuws/sociale-ongelijkheid-de-kloof-tussen-hoog-en-laag-opgeleiden>
- Bruin, I. de. (2022, 26 oktober). Dit is waarom steeds minder mensen naar de markt gaan. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.metronieuws.nl/geld-carriere/2022/10/minder-mensen-markt-waarom/>
- Celis, K. & Mazur, A. (2012). Hanna Pitkin's "Concept of Representation" revisited
- Introduction (Vol. 8). Politics & Gender.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2017, 12 december). Hoger opgeleiden meest betrokken bij politiek. Geraadpleegd op 24 december 2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2017/50/hoger-opgeleiden-meest-betrokken-bij-politiek>
- Damstra, A., Dekker, P., Ridder, J., Harteveld, E., Hendriks, I., Holsteyn, J., . . . Van Ham, C. (2021). Versplinterde vertegenwoordiging: Nationaal Kiezersonderzoek 2021. Stichting KiezersOnderzoek Nederland. Geraadpleegd op 26 december 2022, van <https://www.dpes.nl/wp-content/uploads/2021/11/NKO-2021-Versplinterde-vertegenwoordiging.pdf>
- Damstra, A. D. & Meer, T. M. van der. (2022, 4 januari). De rol van thema's: Issue ownership van partijen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://openresearch.amsterdam.nl/page/81510/de-rol-van-thema-s-issue-ownership-van-partijen>
- Den Ridder, J., Miltenburg, E., Kunst, S., Van 't Hul, L. & Van den Broek, A. (2022). Burgerperspectieven bericht 1 - 2022. Sociaal en Cultureel Planbureau. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.scp.nl/publicaties/publicaties/2022/09/01/burgerperspectieven-bericht-1-2022>
- De Volkskrant. (z.d.). De Stemchecker - Tweede Kamer - de Volkskrant. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.volkskrant.nl/kijkverder/2021/stemchecker-tweede-kamer/>
- Dietvorst, G. (2020, 27 juni). Man/vrouw, jong/oud, afkomst: waarop selecteren partijen hun kandidaten? Geraadpleegd van <https://nos.nl/artikel/2338703-man-vrouw-jong-oud-afkomst-waarop-selecteren-partijen-hun-kandidaten>
- Drew Westen & Publishing, B. N. (2017). Summary: The Political Brain: Review and Analysis of Drew Westen. Political Book Summaries.

EenVandaag. Energiecrisis. (z.d.). Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://eenvandaag.avrotros.nl/collectie/gascrisis/>

Geers, S., & Bos, L. (2017). 'Priming issues, party visibility, and party evaluations: The impact on vote switching', *Political Communication*, 34(3), 344-366.

Genau, L. (2022, 10 november). Semigestructureerde of half-gestructureerde interviews in je scriptie. Geraadpleegd op 26 december 2022, van <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/semigestructureerd-interview/>

Goede, A. de. (2021, 4 maart). De kiezer zweeft nog volop: "Zoveel mooie praatjes, maar wie kan ik geloven?" Geraadpleegd op 4 januari 2023, van <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/politiek/artikel/5217879/we-zweven-ons-nog-suf-ik-twijfel-nog-aan-het-hele-zooitje>

Green, D. P. & Gerber, A. S. (2019). *Get Out the Vote: How to Increase Voter Turnout* (4e editie). Brookings Institution Press.

Hakhverdian, A., Meer, T. van der & Hingh, V. de. (2021, 23 februari). Waarom kiezers wél trouw blijven aan hun standpunten, maar niet aan partijen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://decorrespondent.nl/12117/waarom-kiezers-wel-trouw-blijven-aan-hun-standpunten-maar-niet-aan-partijen/668322343920-56ad9dc1>

Hart van Nederland. (2022, 1 juli). Nederland gaat van crisis naar crisis en wantrouwen groeit: wat zit daarachter? Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.hartvannederland.nl/nieuws/politiek/nederland-gaat-van-crisis-naar-crisisen-wantrouwen-groeit>

Hosselet, L. H. (2020, 21 september). Op naar de achterkamertjes: zo word je burgerlobbyist. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.oneworld.nl/lezen/politiek/op-naar-de-achterkamertjes-zo-word-je-burgerlobbyist/>

I&O Research. (2022, 15 augustus). Zorgen over stikstof, maar ook begrip voor boer. Geraadpleegd op 16 oktober 2022, van <https://www.ioresearch.nl/actueel/zorgen-over-stikstof-maar-ook-begrip-voor-boer/>

I&O Research. (2012, 20 november). Motieven die het stemgedrag van Nederlandse kiezers bepalen. Geraadpleegd op 4 december 2022, van <https://www.ioresearch.nl/actueel/motieven-die-het-stemgedrag-van-nederlandse-kiezer-bepalen/>

Ipsos. (2021). Prinsjesdagonderzoek 2021. Geraadpleegd op 3 december 2022, van https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-09/21063887_Ipsos%20sNOS%20Prinsjesdag%20rapport%202021%20v2.0.pdf

Ipsos. (2022). Prinsjesdagonderzoek 2022: Rapport voor de NOS. Ipsos. Geraadpleegd op 24 december 2022, van https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2022-09/22059743_IpsosNOS_Prinsjesdagrapport2022_v2.0.pdf

Kanne, P. & Kranenburg, L. (2020, 8 januari). Democratie hoeft niet op schop, maar lager opgeleiden willen meer stem. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.ioresearch.nl/actueel/democratie-hoef-niet-op-schop-maar-lager-opgeleiden-willen-meer-stem/>

Kanne, P. & Driesse, M. (2021, 26 november). De kiezer gaat vooralsnog voor zekerheid, niet voor de inhoud. Geraadpleegd op 26 december 2022, van <https://www.ioresearch.nl/actueel/de-kiezer-gaat-vooralsnog-voor-zekerheid-niet-voor-de-inhoud/>

Kiesraad. (2021a, 5 februari). 37 partijen nemen deel aan Tweede Kamerverkiezing. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.kiesraad.nl/actueel/nieuws/2021/02/05/37-partijen-nemen-deel-aan-tweede-kamerverkiezing>

Kiesraad. (2021b, 29 maart). Officiële uitslag Tweede Kamerverkiezing 17 maart 2021. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.kiesraad.nl/actueel/nieuws/2021/03/26/officiële-uitslag-tweede-kamerverkiezing-17-maart-2021>

Koole, R. A. (2000). Interne partijdemocratie en representatie in DNPP jaarboek.

Lavine, H., Thomsen, C. J., Zannac, M. P., & Borgidad, E. (1998 juli). On the Primacy of Affect in the Determination of Attitudes and Behavior: The Moderating Role of Affective-Cognitive Ambivalence. Elsevier, (34), 398–421.

Lubbe, R. & Rademaker, G. (2021, 10 februari). De partijleider, de inhoud of toch uit gewoonte? Om deze redenen stemmen kiezers op hun partij. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://eenvandaag.avrotros.nl/item/de-partijleider-de-inhoud-of-toch-uit-gewoonte-om-deze-redenen-stemmen-kiezers-op-hun-partij/>

Mansbridge, J. (2003). Rethinking Representation. The American Political Science Review, 97(4), 515–528. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.jstor.org/stable/3593021>

Meijers, M. (2021, 3 maart). Hoe populistisch zijn Nederlandse partijen? Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://stukroodvlees.nl/hoe-populistisch-zijn-nederlandse-partijen/>

Ministerie van Algemene Zaken. (2022, 14 december). Aanpak crisis asielopvang. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/asielbeleid/aanpak-crisis-opvang-asielzoekers>

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2021, 1 juli). Continu Onderzoek Burgerperspectieven. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.scp.nl/over-scp/data-en-methoden/onderzoeken-in-uitvoering/lopende-onderzoeken/continu-onderzoek-burgerperspectieven>

Mullekom, D. van. (2021, 3 maart). Actualiteitendebat: Sociale media en de Tweede Kamerverkiezingen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://www.montesquieu-instituut.nl/id/vlelgs88xeo3/actualiteitendebat_sociale_media_en_de

Nieuwenhuis, M. (2022, 20 september). Rutte IV krijgt 3,3 als rapportcijfer: 'Vernietigender dan dit wordt het niet'. Geraadpleegd op 16 oktober 2022, van <https://www.ad.nl/politiek/rutte-iv-krijgt-3-3-als-rapportcijfer-vernietigender-dan-dit-wordt-het-niet~a83826f9/>

Norris, P. (2011). Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited. Cambridge University Press.

NOS. (2016, 26 augustus). Verkiezingsprogramma ook kans voor lobbyisten. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2128338-verkiezingsprogramma-ook-kans-voor-lobbyisten>

NOS. (2022, 6 juli). Helft van lokale en regionale politici ervaart agressie. Geraadpleegd op 16 oktober 2022, van <https://nos.nl/artikel/2435570-helft-van-lokale-en-regionale-politici-ervaart-agressie>

NOS. (2021, 21 maart). Lijsttrekkers claimden belangrijke rol, maar waren in stembokje niet doorslaggevend. Geraadpleegd van <https://nos.nl/collectie/13860/artikel/2373475-lijsttrekkers-claimden-belangrijke-rol-maar-waren-in-stembokje-niet-doorslaggevend>

NOS. (2022, 5 juli). “No farmers, no food”? En andere vragen over de boerenblokkades. Geraadpleegd op 26 december 2022, van <https://nos.nl/collectie/13901/artikel/2435465-no-farmers-no-food-en-andere-vragen-over-de-boerenblokkades>

NOS. (2021, 7 november). ‘In de wereld van BBB is het boerenbelang het algemeen belang’. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://nos.nl/nieuwsuur/collectie/13910/artikel/2404660-in-de-wereld-van-bbb-is-het-boerenbelang-het-algemeen-belang>

NOS. (2021, 18 maart). Verkiezingen in cijfers: hoge opkomst onder jongeren en zorg belangrijkste thema. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://nos.nl/collectie/13860/artikel/2373083-verkiezingen-in-cijfers-hoge-opkomst-onder-jongeren-en-zorg-belangrijkste-thema>

NOS. (2017, 13 maart). Waarom blijven miljoenen mensen weg van de stembus? En wie zijn het? Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://nos.nl/artikel/2162970-waarom-blijven-miljoenen-mensen-weg-van-de-stembus-n-wie-zijn-het>

NU.nl. (2021, 9 maart). Verkiezingsprogramma: Waar staat de VVD voor? Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.nu.nl/partijprogrammas/6114570/verkiezingsprogramma-waar-staat-de-vvd-voor.html>

Parlement.com. (z.d.-a). Demissionair kabinet. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://www.parlement.com/id/vhnnmt7j3lxp/demissionair_kabinet

Parlement.com. (z.d.-b). Ledenparticipatie in politieke partijen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://www.parlement.com/id/vhooalr3kdu1/ledenparticipatie_in_politieke_partijen

Parlement.com. (z.d.-c). Ontwikkeling ledental politieke partijen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://www.parlement.com/id/vilrc8i7wktq/ontwikkeling_ledental_politieke_partijen

Parlement.com. (z.d.-d). Opkomst bij Tweede Kamerverkiezingen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://www.parlement.com/id/vh8lnhrp8wsz/opkomst_bij_tweede_kamerverkiezingen

Parlement.com. (z.d.-e). Politiek leider van een partij. Geraadpleegd van https://www.parlement.com/id/vhnnmt7m19zr/politiek_leider_van_een_partij

Parlement.com. (z.d.). Aantal deelnemende partijen Tweede Kamerverkiezingen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://www.parlement.com/id/vk9scmucgijh/aantal_deelnemende_partijen_tweede

Pitkin, H. F. (1972). The Concept of Representation (New edition). Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.

ProDemos. (2019, 11 januari). Verkiezingstijd. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://prodemos.nl/kennis-en-debat/publicaties/informatie-over-politiek/verkiezingen/verkiezingsstrijd/>

ProDemos. (2021, 17 maart). Recordaantal gebruikers voor StemWijzer: 7,8 miljoen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://prodemos.nl/nieuws/recordaantal-gebruikers-voor-stemwijzer-78-miljoen/>

ProDemos. (2019, 11 januari). Verkiezingstijd. Geraadpleegd op 16 oktober 2022, van <https://prodemos.nl/kennis-en-debat/publicaties/informatie-over-politiek/verkiezingen/verkiezingsstrijd/>

ProDemos. (2019, 18 januari). Wat is een politieke partij? Geraadpleegd op 12 oktober 2022, van <https://prodemos.nl/kennis-en-debat/publicaties/informatie-over-politiek/politieke-partijen/is-politieke-partij/>

Ravensbergen, R. (2021, 14 maart). Rechts-populistische partijen: de verschillen en overeenkomsten. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/binnenland/2021/03/rechts-populistische-partijen-verschillen-overeenkomsten/>

RIVM. (2022). Tijdlijn van coronamaatregelen. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.rivm.nl/gedragsonderzoek/tijdlijn-maatregelen-covid>

RTL Nieuws. (2016, 17 oktober). Lijsttrekker belangrijk? “Met slechte boodschap win je geen verkiezingen, wie het ook vertelt”. Geraadpleegd van <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/376141/lijsttrekker-belangrijk-met-slechte-boodschap-win-je-geen>

RTL Nieuws. (2022, 19 juni). Klimaatmars in Rotterdam met duizenden mensen rustig verlopen. Geraadpleegd op 26 december 2022, van <https://www.rtlnieuws.nl/nieuws/nederland/artikel/5316056/duizenden-mensen-rotterdam-demonstratie-klimaatmars>

Schelde, A. van der. (2022, 15 augustus). Zorgen over stikstof, maar ook begrip voor boer. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.ioresearch.nl/actueel/zorgen-over-stikstof-maar-ook-begrip-voor-boer/>

Schmeets, H. S. (2017). Politieke betrokkenheid in Nederland. CBS.

Schra, E. L., Veldman, M. C., Olgers, A. A. J., & Philippens, H. M. M. G. (2018). Seneca maatschappijwetenschappen vwo deel 1: inleiding (2de ed., Vol. 2017). Harderwijk, Nederland: Seneca.

Silos, J. (2009, 20 maart). Partijen in beweging (Masterscriptie). Erasmus Universiteit Rotterdam. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://thesis.eur.nl/pub/5067>

Sitalsing, S. (2022, 23 december). Achter elke crisis schuilt een bestuurlijke clusterfuck. Geraadpleegd op 5 januari 2023, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/achter-elke-crisis-schuilt-een-bestuurlijke-clusterfuckbc21fda4/>

Sociale media en de verkiezingen: Nederland is Amerika niet - Verslag Actualiteitendebat 3 maart. (2021, 4 maart). Geraadpleegd op 6 januari 2023, van https://www.parlement.com/id/vlgtnwbaomx5/nieuws/sociale_media_en_de_verkiezingen

Soest, H. van. (2022, 23 januari). Veel Nederlanders voelen zich niet meer gehoord door Den Haag. Geraadpleegd op 16 oktober 2022, van <https://www.ad.nl/politiek/veel-nederlanders-voelen-zich-niet-meer-gehoord-door-den-haag~ad3b20ed/>

Spierings, N. & Jacobs, K. (2020, 12 juni). Home. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.tijdschriftcdv.nl/>

Stanford Encyclopedia of Philosophy. (2018, 29 augustus). Political Representation. Geraadpleegd op 12 oktober 2022, van <https://plato.stanford.edu/entries/political-representation/>

Steehan, G. (2022, 4 november). Filterbubbel » Gepersonaliseerde zoekresultaten, handig of risico? Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.mediawijjsheid.nl/filterbubbel/>

Stichting KiezersOnderzoek Nederland. (2017). Aanhoudend wisselvallig: Nationaal Kiezersonderzoek 2017. Geraadpleegd op 4 januari 2023, van https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/84152682/Aanhoudend_Wisselvallig_NKO_017.pdf

Thomson, R. (1999). The party mandate: election pledges and government actions in the Netherlands, 1985-1998. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://research.rug.nl/en/publications/the-party-mandate-election-pledges-and-govenment-actions-in-the->

Trouw. (2021, 17 februari). Vul hier het Kieskompas in voor de Tweede Kamerverkiezingen 2021. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.trouw.nl/politiek/vul-hier-het-kieskompas-in-voor-de-tweede-kamerverkiezingen-2021~ec91261/>

Tieleman, M. (2021, 6 mei). We móeten de overheid juist wantrouwen. Geraadpleegd op 16 oktober 2022, van <https://www.trouw.nl/opinie/we-moeten-de-overheid-juist-wantrouwen-b1592127/>

Tweede Kamer der Staten-Generaal. (z.d.). Campagne voeren. Geraadpleegd op 16 oktober 2022, van https://www.tweedekamer.nl/zo_werkt_de_kamer/verkiezingen_en_kabinetsformatie/campagne_voeren

Van Dale. Representatief. (z.d.-b). Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/representatief>

Van Dale. (1995). Groot woordenboek der Nederlandse taal: Deel s/z (12de editie, Vol. 3). Utrecht / Antwerpen, Nederland: Van Dale Lexicografie.

Van der Heyden, W. (2022, 17 september). Vernietigend rapportcijfer van 3,3 voor kabinet, meerderheid wil liever nieuwe verkiezingen. Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van <https://eenvandaag.avrotros.nl/panels/opiniepanel/alle-uitslagen/item/vernietigend-rapportcijfer-van-33-voor-kabinet-meerderheid-wil-liever-nieuwe-verkiezingen/>

Van der Linden, A. (2022, 26 juni). Zijn Nederlanders het vertrouwen in de politiek kwijt? Geraadpleegd op 13 oktober 2022, van <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2434118-zijn-nederlanders-het-vertouwen-in-de-politiek-kwijt>

Van der Veen, D. & Veldman, M. (2021). Seneca maatschappijwetenschappen vwo lesboek tweede geheel herziene druk (2de editie). Seneca Burgerschap.

Van Ostaaijen, J. (2022). Het antwoord op een lage opkomst: Naar een grotere betrokkenheid van politici en kiezers. In H. Vollaard, L. de Blok, J. den Ridder, & G. Jansen (editors), De lokale niet-stemmer: Een analyse van de lage opkomst bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2022 (blz. 82-87). Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.

Van Wonderen, R. (2022, 15 april). Ongehoorde en ongeziene burger wantrouwt overheid. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.socialevraagstukken.nl/rubrieken/onderzoek/ongehoorde-en-ongeziene-burger-wantrouwt-overheid/>

Vonk, R. (2021, 10 september). Weten mensen waarom ze op iemand stemmen? - Joop - BNNVARA. Geraadpleegd op 6 januari 2023, van <https://www.bnnvara.nl/joop/artikelen/weten-mensen-waarom-ze-op-iemand-stemmen>

Voorn, R. (2021, 11 maart). Onderzoek: lijsttrekkers komen in drie smaken. Geraadpleegd op 6 januari 2023 van <https://www.marketingfacts.nl/berichten/onderzoek-lijsttrekkers-komen-in-drie-smaken/>

Logboek

Buiten de activiteiten die worden beschreven hebben wij elkaar ook veel gebeld om te helpen met datgene waar de ander mee bezig was. Dit is niet elke keer opgeschreven als aparte activiteit, maar is wel meegenomen in de totale tijd voor de dag.

Lara:

Activiteiten	Uren	Datum
- Introductie PWS	30 minuten	14-03-2022
- Introductie PWS	40 minuten	01-06-2022
- Onderwerp bedenken	2 uur en 35 minuten	14-07-2022
- Onderwerp bespreken met begeleider	40 minuten	16-07-2022
- Onderwerp bespreken met begeleider	50 minuten	07-09-2022
- Hoofd- en deelvragen bedenken	50 minuten	8-09-2022
- Onderwerp uitwerken	1 uur en 30 minuten	09-09-2022
- Feedback onderwerp uitwerken verwerken	15 minuten	13-09-2022
- Literatuur lezen - Onderwerp uitwerken	3 uur	20-09-2022
- Onderwerp bespreken met begeleider	50 minuten	21-09-2022
- Onderzoeksopzet schrijven	8 uur en 30 minuten	25-09-2022
- Feedback onderzoeksopzet verwerken	30 minuten	26-09-2022
- Hoofdvraag bespreken met begeleider	1 uur	28-09-2022
- Hoofdvraag opstellen	30 minuten	03-10-2022
- Deelvragen opstellen	50 minuten	04-10-2022
- Hoofd- en deelvragen opstellen	4 uur	10-10-2022
- Hoofd- en deelvragen opstellen - Onderzoeksmethode bedenken - Inleiding schrijven - Theoretisch kader schrijven	5 uur	11-10-2022
- Theoretisch kader schrijven	4 uur	12-10-2022
- Inleiding schrijven - Theoretisch kader schrijven - Onderzoeksmethode uitwerken	5 uur	13-10-2022
- Theoretisch kader schrijven	3 uur en 30 minuten	15-10-2022

- Onderzoeksofzet schrijven	1 uur en 30 minuten	16-10-2022
- Onderzoeksofzet schrijven - Theoretisch kader schrijven - Feedback begeleider lezen	2 uur en 30 minuten	17-10-2022
- Interviewvragen verbeteren	30 minuten	18-10-2022
- Theoretisch kader schrijven - Empirie schrijven	4 uur	13-11-2022
- Benaderen van politieke partijen	2 uur	23-11-2022
- Interviewvragen schrijven - E-mails politieke partijen beantwoorden - Feedback interviewvragen verwerken - Interviews voorbereiden	8 uur en 30 minuten	24-11-2022
- Interview SGP voorbereiden - Interview SGP afnemen	1 uur en 45 minuten	25-11-2022
- Interview ChristenUnie voorbereiden - Interview ChristenUnie afnemen	1 uur en 30 minuten	28-11-2022
- Interview inplannen VVD - Empirie schrijven	2 uur en 30 minuten	29-11-2022
- Empirie schrijven - Interview PvdA voorbereiden - Interview PvdA afnemen	2 uur en 40 minuten	30-11-2022
- Interview inplannen D66	15 minuten	01-12-2022
- Interview CDA voorbereiden - Interview CDA afnemen	2 uur	02-11-2022
- Empirie schrijven	3 uur	03-11-2022
- Empirie schrijven - Voortgang naar begeleider sturen	5 uur	04-11-2022
- Interview VVD voorbereiden - Interview VVD afnemen	1 uur	07-12-2022
- Feedback met begeleider bespreken	40 minuten	08-12-2022
- Transcriberen interview ChristenUnie	3 uur	09-12-2022
- Transcriberen interview SP - Transcriberen interview PvdA - Transcriberen interview VVD	5 uur	10-12-2022
- Transcriberen interview PvdA	2 uur	11-12-2022
- Transcriberen interview PvdA	2 uur en 30 minuten	12-12-2022

- Transcriberen interview SP	5 uur	13-12-2022
- Interview D66 afnemen - Interview D66 voorbereiden - Transcriberen interview D66	2 uur en 15 minuten	14-12-2022
- Analyseren interview methode bedenken	1 uur	15-12-2022
- Analyseren interviews methode bespreken met begeleider - Analyseren en coderen interviews methode bedenken	2 uur	16-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	1 uur	16-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	4 uur	17-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	6 uur	18-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	4 uur	19-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	6 uur	20-12-2022
- Analyseren interviews	7 uur	21-12-2022
- Analyseren interviews	2 uur	22-12-2022
- Analyseren interviews - Opmaak transcriptie	9 uur	23-12-2022
- Empirie herschrijven - Analyse interviews herschrijven	13 uur	24-12-2022
- Empirie herschrijven - Theoretisch kader herschrijven	9 uur	25-12-2022
- Theoretisch kader herschrijven - Analyse interviews herschrijven - Conclusie schrijven - Discussie schrijven - Methode schrijven - Opmaak verzorgen - Literatuurlijst bijwerken - Conceptueel model maken - E-mail begeleider opstellen	15 uur	26-12-2022
- Conclusie schrijven	1 uur	03-01-2023
- Conclusie schrijven	4 uur	04-01-2023
- Conclusie schrijven - Discussie schrijven	3 uur	05-01-2023
- Conclusie schrijven - Discussie schrijven - Literatuurlijst bijwerken	6 uur	06-01-2023

- Opmaak verzorgen - Onderzoek verbeteren		
- Logboek opstellen	2 uur	07-01-2023
- Conclusie herschrijven - Discussie herschrijven - Feedback gehele werkstuk verwerken	8 uur en 30 minuten	26-01-2023
- Discussie herschrijven - Feedback gehele werkstuk verwerken - Werkstuk algemeen verbeteren	6 uur	27-01-2023
Totaal:	211 uur en 55 minuten	

Ronja:

Activiteiten	Uren	Datum
- Introductie PWS	30 minuten	14-03-2022
- Introductie PWS	40 minuten	01-06-2022
- Onderwerp bedenken	2 uur en 35 minuten	14-07-2022
- Onderwerp bespreken met begeleider - Literatuur lezen	1 uur en 30 minuten	16-07-2022
- Onderwerp bespreken met begeleider	50 minuten	07-09-2022
- Hoofd- en deelvragen bedenken	50 minuten	08-09-2022
- Onderwerp uitwerken	1 uur en 30 minuten	09-09-2022
- Feedback onderwerp uitwerken verwerken - Literatuur lezen	1 uur en 15 minuten	13-09-2022
- Literatuur lezen - Onderwerp uitwerken	2 uur	20-09-2022
- Onderwerp bespreken met begeleider	50 minuten	21-09-2022
- Literatuur lezen	1 uur en 30 minuten	23-09-2022
- Onderzoeksopzet schrijven	8 uur en 30 minuten	25-09-2022
- Feedback onderzoeksopzet verwerken	30 minuten	26-09-2022
- Hoofdvraag bespreken met begeleider	1 uur	28-09-2022
- Hoofdvraag opstellen	30 minuten	03-10-2022
- Deelvragen opstellen	50 minuten	04-10-2022
- Hoofd- en deelvragen opstellen	4 uur	10-10-2022

- Hoofd- en deelvragen opstellen - Onderzoeksmethode bedenken - Inleiding schrijven	5 uur	11-10-2022
- Inleiding schrijven - Literatuuronderzoek	5 uur	12-10-2022
- Inleiding schrijven - Literatuuronderzoek	6 uur	13-10-2022
- Telefonisch overleg theoretisch kader	45 minuten	15-10-2022
- Inleiding aanvullen	20 minuten	16-10-2022
- Feedback begeleider lezen	30 minuten	17-10-2022
- Interviewvragen verbeteren - Schrijven theoretisch kader	2 uur en 30 minuten	18-10-2022
- Benaderen van politieke partijen - Schrijven theoretisch kader	6 uur	23-11-2022
- Interviewvragen schrijven - E-mails politieke partijen beantwoorden - Feedback interviewvragen verwerken - Interviews voorbereiden - Schrijven theoretisch kader	9 uur	24-11-2022
- Interview SGP voorbereiden - Interview SGP afnemen	1 uur en 45 minuten	25-11-2022
- Interview ChristenUnie voorbereiden - Interview ChristenUnie afnemen	1 uur en 30 minuten	28-11-2022
- Interview inplannen VVD - Theorie schrijven	2 uur en 30 minuten	29-11-2022
- Theoretisch kader schrijven - Interview PvdA voorbereiden - Interview PvdA afnemen	2 uur	30-11-2022
- Interview inplannen D66	15 minuten	01-12-2022
- Interview CDA voorbereiden - Interview CDA afnemen	2 uur	02-12-2022
- Theoretisch kader schrijven	30 minuten	03-12-2022
- Theoretisch kader schrijven - Voortgang naar begeleider sturen	7 uur	04-12-2022
- Interview VVD voorbereiden - Interview VVD afnemen	1 uur	07-12-2022
- Feedback met begeleider bespreken	40 minuten	08-12-2022

- Transcriberen interview CDA	4 uur	13-12-2022
- Interview D66 afnemen - Interview D66 voorbereiden - Transcriberen interview CDA - Transcriberen interview D66 - Transcriberen interview SGP	8 uur	14-12-2022
- Transcriberen interview SGP	4 uur	15-12-2022
- Transcriberen interview D66 - Analyseren interviews methode bespreken met begeleider - Analyseren en coderen interviews methode bedenken	5 uur	16-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	4 uur en 30 minuten	17-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	8 uur	18-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	4 uur	19-12-2022
- Analyseren en coderen interviews	5 uur en 30 minuten	20-12-2022
- Analyseren interviews	6 uur	21-12-2022
- Analyseren interviews	1 uur en 30 minuten	22-12-2022
- Analyseren interviews - Methode schrijven	8 uur	23-12-2022
- Methode schrijven - Voorwoord schrijven	9 uur en 45 minuten	24-12-2022
- Theoretisch kader schrijven - Analyse aanvullen	6 uur en 15 minuten	25-12-2022
- Theoretisch kader schrijven - Inleiding schrijven - Bronnen verwerken - Opmaak verzorgen - E-mail begeleider opstellen	11 uur en 30 minuten	26-12-2022
- Voorwoord aanvullen	15 minuten	03-01-2023
- Theoretisch kader schrijven - Inleiding verbeteren	3 uur	04-01-2023
- Theoretisch kader schrijven - Analyse aanvullen	8 uur en 30 minuten	05-01-2023
- Bronnen verwerken - Discussie schrijven - Samenvatting schrijven - Leeswijzer schrijven - Werkstuk in het algemeen verbeteren en	10 uur en 30 minuten	06-01-2023

aanvullen - Opmaak verzorgen		
- Logboek opstellen	2 uur en 30 minuten	07-01-2023
- Conclusie herschrijven - Discussie herschrijven - Feedback gehele werkstuk verwerken	10 uur	26-01-2023
- Discussie herschrijven - Feedback gehele werkstuk verwerken - Werkstuk algemeen verbeteren	5 uur	27-01-2023
Totaal:	209 uur en 20 minuten	