

DOET HET ERTOE WELK NIEUWS ER GEBRACHT WORDT?

Over de invloed van de nieuwsmedia op het verkiezingssucces van het Vlaams Blok¹

Stefaan Walgrave – Universiteit Antwerpen
Knut De Swert – Universiteit Antwerpen

In haar boek *A virtuous Circle* (2000) schaarft Pippa Norris zich resoluut aan de zijde van de media-optimisten. Op grond van indrukwekkend empirisch bewijsmateriaal gaat zij lijnrecht in tegen de theorie van de 'video-malaise', die momenteel de boventoon voert. Zij maakt op overtuigende wijze haar stelling hard dat krantenlezers en tv-kijkers helemaal niet minder blijk geven van burgerzin dan andere burgers. Integendeel zelfs: wie interesse heeft voor het nieuws, beschikt veel meer over het soort attitudes en gedrag dat in een democratie zo sterk gewaardeerd wordt. Het gebruik van nieuwsmedia is positief gerelateerd aan een hele reeks indicatoren voor kennis van, vertrouwen in en betrokkenheid bij de politiek.

Op het onderzoek van Norris kan op twee manieren kritiek worden uitgeoefend. Om te beginnen valt er meer in de kranten te lezen of op de tv te zien dan alleen maar nieuwsberichten. De meeste mensen kijken naar ontspanningsprogramma's, films, soaps of shows en hebben veel minder – of helemaal geen – interesse voor het nieuws. Zelfs al zou het grootste deel van het nieuws interesse opwekken en het vertrouwen in de politiek gunstig beïnvloeden, dan nog zou het zo kunnen zijn dat al de rest van wat er gepubliceerd en uitgezonden wordt – en daar gaat veel meer aandacht naar toe dan naar het nieuws – een nefaste invloed heeft op de democratische attitudes. Uiteindelijk zouden de media er wel eens niet zo goed kunnen uitkomen. Marc Hooghe behandelt verder in dit nummer het probleem van de soaps.

Een tweede punt van kritiek – en dat zal precies ons punt zijn in dit artikel – is dat de *inhoud* van het nieuws niet zomaar terzijde geschoven kan worden. Het kan best zijn dat actualiteitsprogramma's of krantenverslagen over het algemeen de nobelste politieke attitudes bij de kijkers of lezers opwekken, maar het is ook zo dat *sommige* nieuwsmedia de publieke opinie vergiftigen en een zeer negatieve invloed hebben op het politiek gebeuren. Norris besteedt wel aandacht aan de inhoud van het nieuws, maar bij het bestuderen van de invloed ervan op burgerschapsattitudes maakt zij nauwelijks onderscheid tussen de verschillende manieren waarop het nieuws aangeboden wordt. Met welke kranten en welke tv-zenders komt het publiek in aanraking en wat is dan het inhoudelijk aanbod? Geven sommige nieuwsprogramma's of bepaalde onderwerpen voedsel aan antipolitieke attitudes? In deze verkennende bijdrage zullen wij trachten aan te tonen dat de specifieke nieuwsinhoud bepaalt of nieuwsberichten al dan niet bevorderlijk zijn voor de democratie. Wij willen meer bepaald nagaan of de Vlaamse nieuwsmedia door de manier waarop zij verslag uitbrachten over bepaalde nieuwsfeiten en door overbeklemtoning van bepaalde onderwerpen, bijgedragen hebben tot de opmars van het extreem-rechtse Vlaams Blok. Men kan moeilijk beweren dat deze partij goed nieuws is voor de democratie in België. Zou het niet kunnen dat sommige media het aantal kiezers voor het Vlaams Blok sterk hebben doen toenemen door precies deze thema's te bespelen waar het Vlaams Blok garen bij spint?

In België zijn Vlaams Blok en antipolitiek praktisch synoniemen. Deze extreem-rechtse politieke partij spruit voort uit de Vlaamse nationalistische beweging. Zij werd in 1978 opgericht, toen een aantal nationalistenvan de harde lijn uit de gematigde en eerder links geörienteerde Volksunie stapten². Alhoewel het Vlaams Blok alleen in Vlaanderen (60% van de Belgische bevolking) actief is, domineert de partij ook in Wallonië elk gesprek over politiek. Voor elke politieke partij is het Vlaams Blok de uitgesproken vijand, de duivel in partijkledij. Afgewen op het Vlaams Blok kan in het parlement altijd op applaus rekenen, zowel vanop de regeringsbanken als vanuit de oppositie. Het Vlaams Blok wordt beschuldigd

van racisme en fascisme; de partij heeft geen respect voor de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens; zij is ondemocratisch en wordt autoritair geleid. Sommige van de grootste protestacties die België in de jaren negentig kende, waren gericht tegen het Vlaams Blok, en de anti-racistische beweging is een van de meest actieve, nieuwe sociale bewegingen in het land. De *VRT* heeft een charter ondertekend (*De VRT en de democratische samenleving*) waarin de journalisten aangespoord worden om uiterst kritisch te zijn over het Vlaams Blok en om geen overdreven aandacht te schenken aan de partij. Het Centrum voor Gelijkheid van Kansen en Racismebestrijding (een gouvernementele antiracistische organisatie) spant zelfs rechtszaken aan tegen de partij om haar te laten veroordelen wegens racisme. Tot nog toe zonder succes. Het Vlaams Blok is de paria van de Belgische politiek en zit gevangen in het *cordon sanitaire*. In tegenstelling tot andere Europese landen met sterke extreem-rechtse partijen (zoals bijvoorbeeld Oostenrijk, Italië, Denemarken) hebben alle Vlaamse partijen plechtig afgesproken om onder geen enkele voorwaarde en op geen enkel bestuurlijk niveau met het Vlaams Blok samen te werken. Daardoor is het Vlaams Blok een absolute oppositiepartij geworden, die zich niet moet bekommeren om de uitvoering van haar programma. De partij heeft dan ook niet af te rekenen met interne twisten over haar doeleinden; zij concentreert zich vooral op het winnen van verkiezingen en streeft niet naar regeringsdeelname of het uitvoeren van haar politiek programma (Müller en Strøm, 1999). Eerste Minister Guy Verhofstadt (VLD) verklaarde zelfs dat het succes van zijn regenboogcoalitie – met groenen, liberalen en socialisten – gemakkelijk afgelezen kan worden van de uitslag die het Vlaams Blok zal halen bij de verkiezingen na afloop van de huidige legislatuur (1999-2003).

Wellicht heeft de Eerste Minister al spijt van zijn boude uitspraak, want de aanhang van het Vlaams Blok blijft met elke verkiezing toenemen. Vooral in de jaren negentig kende de partij een forse groei. In 1999 behaalde zij 15,3% van de Vlaamse stemmen, waardoor zij de derde partij in Vlaanderen werd en daarbij de SP.A, de traditionele regeringspartner, voorbijstak³. De grote doorbraak kwam met de nationale verkiezingen in 1991 – later bekend geworden als de 'Zwarte Zondag': het aantal stemmen voor extreem-rechts verdrievoudigde en ging van 3,0% in 1987 naar 10,3%. Sedert 1981 boekt het Vlaams Blok winst bij alle nationale verkiezingen, en dat resultaat wordt weerspiegeld in de lokale verkiezingen. In 2000 behaalde het Vlaams Blok in Antwerpen 33,0% van de stemmen. Daardoor zijn de andere partijen er verplicht een monstercoalitie aan te gaan om het Vlaams Blok uit het stadsbestuur te houden. Op zichzelf genomen is een nationale verkiezingsuitslag met 15,3% nog niet dramatisch, maar het Belgische partijstelsel is misschien wel het meest gefragmenteerde en competitieve van heel West-Europa (Lane en Ersson, 1991; Anckar, 2000)⁴. De grootste partij, de VLD, behaalde in 1999 slechts 22,6% van de Vlaamse stemmen. Daardoor moeten minstens vier partijen hun krachten bundelen om in het Vlaams Parlement tot een werkbare meerderheid te komen⁵. Deze versplintering heeft voor gevolg dat het Vlaams Blok, met nauwelijks een zevende van alle stemmen, zwaar doorweegt op de Belgische politiek. Dat hypothekeert elk debat over politiek beleid. De schrik dat het Vlaams Blok blijft groeien is er de oorzaak van dat beslissingen soms op de lange baan geschoven worden (zoals dat bijvoorbeeld het geval is met het stemrecht voor burgers die niet tot de E.U. behoren). De andere partijen beschuldigen er elkaar voortdurend van dat bepaalde politieke initiatieven of een bepaalde retoriek de aanhang van het Vlaamse Blok alleen maar zullen doen toenemen.

De spectaculaire opmars van het Vlaams Blok heeft veel politieke wetenschappers ertoe aangezet op zoek te gaan naar de oorzaken ervan. In hun pogingen om het mysterie van dat succes te ontrafelen gaat hun aandacht vooral uit de kiezers van het Vlaams Blok. Volgens sommige onderzoekers zijn wij getuige van het ontstaan van een nieuwe breuklijn, waarbij de links-libertaire en de rechts-autoritaire partijen successen boeken. Deze nieuwe breuklijn komt in de plaats van de klassieke breuklijnen: de socio-economische (met de tegenstelling

links/rechts), de confessionele (katholiek/vrijzinnig) en de taalbreuklijn (Nederlandstalig/Franstalig) (Swyngedouw, 1992; Elchardus, 1994; Billiet en Swyngedouw, 1995; Elchardus en Pelleriaux, 1998). Politieke attitudes als ethnocentrisme, materialisme of postmaterialisme, instrumenteel individualisme, gevoelens van politieke machteloosheid, gebrek aan vertrouwen in de politiek en in de maatschappij brengen volgens deze onderzoekers stemmen aan voor het Vlaams Blok. Deze brede en diepgaande omslag in attitudes komt ook tot uiting in het gedrag van de kiezer, die niet loyaal is tegenover zijn partij en dus gemakkelijk van kamp wisselt. Andere onderzoekers concentreren zich – nog steeds vanuit het oogpunt van de kiezer – meer op de politieke thema's die het Vlaams Blok 'opeist' (Maddens, 1994, 1998; Billiet en De Witte, 1995; Swyngedouw, 2001). Zoals overal elders waar extreem-rechtse partijen successen boeken komt de discussie in feite neer op de vraag of de kiezers van het Vlaams Blok *voor* iets stemmen (een partij, een kandidaat, een programma, een thema...) dan wel *tegen* iets (de andere partijen, het systeem, de gevestigde orde,...) (Billiet en De Witte, 1995). Maar er gaat zeer weinig aandacht naar de aanbodzijde van het raadsel dat het Vlaams Blok is. Het Vlaams Blok is een politieke partij die op een professionele manier geleid wordt, die over veel geld beschikt, die een ongewoon scherp politiek profiel heeft, met politici met een sterke persoonlijkheid en die zeer vlot ter taal zijn. De partij kent bijna geen interne twisten. Zij hanteert bovendien een uitgekende, alomtegenwoordige en uitgesproken populistische communicatiestrategie, die perfect inspeelt op de (wijdverspreide) afkeer van de politiek.

Reeds vanaf het moment dat het Vlaams Blok in 1991 zijn grote doorbraak kende is er een geanimeerd maatschappelijk en politiek debat aan de gang over de rol die de media spelen bij de pijlsnelle opmars van die partij (Billiet, Swyngedouw, Carton, 1993). De Belgische politici en andere politieke actoren verwijten de media dat ze de politici van het Vlaams Blok een forum geven en dat ze overdreven nadruk leggen op de thema's die het Vlaams Blok bespeelt. Zij beweren dat de negatieve en cynische manier van berichtgeving de antipolitieke gevoelens die bij het brede publiek leven, nog doet toenemen. Vreemd genoeg werd deze bewering tot nog toe niet wetenschappelijk onderzocht. Empirische onderzoekers zwegen meestal over de massamedia en beperkten zich tot het vertrouwde en minder controversiële onderzoek van de kiezers. Zo konden ze het glibberige terrein van het problematische oorzakelijkheid ontwijken, dat meestal met mediastudies geassocieerd wordt. Vooral de nieuwsmedia liggen regelmatig in de vuurlijn. Dat is een van de redenen waarom wij ons tot hen beperkten, alhoewel fictieprogramma's en shows elk op hun manier eveneens een voedingsbodem zouden kunnen zijn voor de opkomst van extreem-rechts. Nieuwsmedia kunnen op drie manieren in verband gebracht worden met het succes van een politieke partij: (1) de partij (of haar politici) komt heel vaak en positief in het nieuws, (2) de thema's van de partij krijgen overdreven aandacht, (3) de manier waarop het nieuws gebracht wordt is gewoonlijk is het voordeel van de partij.

Door de manier waarop zij aandacht schenken aan de partij, berichten over bepaalde thema's of het nieuws kaderen, kunnen de nieuwsmedia de opinievorming van het brede publiek sturen en zo het succes van een partij een sterk impuls geven, of juist kelderen. De eerste manier van beïnvloeding werd reeds eerder onderzocht (De Swert, 2002). Daar schenken wij dus verder geen aandacht meer aan. De derde manier valt veel moeilijker in te schatten. Tot nog toe beschikken wij niet over voldoende betrouwbare gegevens om iets zinnigs te zeggen over de veronderstelde negatieve vooringenomenheid in verband met de politieke berichtgeving. Daarom zullen wij ons in dit artikel beperken tot de tweede mogelijkheid: het is mogelijk dat de aandacht van de media voor typische thema's van het Vlaams Blok in de loop van de jaren toegenomen is en dat dit bijgedragen heeft tot het succes van de partij. In het kader van een ruimer opgevat onderzoek over *agenda setting* beschikken wij over uitgebreide informatie over de hele periode van 1991 tot 2000. Deze gegevens zullen ons toelaten onze hypothese dat bepaalde thema's door toedoen van de media hoog op de politieke agenda komen empirisch te testen.

De vraag die wij ons in dit artikel stellen is een heel eenvoudige: dragen de media bij tot het succes van het Vlaams Blok door veel aandacht te besteden aan thema's die de partij als de hare opeist? Wij gaan in vier hoofdstukken op deze vraag in. In het eerste deel van dit artikel besteden wij aandacht aan de theorieën die ten grondslag liggen aan de hypothese dat 'de media de politieke thema's bepalen'. Wij zullen de *agenda setting*-theorie van de media en het publiek in verband brengen met de hypothese dat het stemgedrag beïnvloed wordt door het 'eigendomsrecht' op bepaalde thema's. Zo proberen we de veronderstelling aannemelijk te maken dat de aandacht van de media voor bepaalde thema's het stemgedrag beïnvloedt. Vervolgens maken we gebruik van twee empirische bronnen om de thema's te bepalen die eigendom zijn van het Vlaams Blok. Wij pluizen de partijmanifesten van het Vlaams Blok uit en de motieven waarvoor iemand voor het Vlaams Blok stemt. Wij doen dat voor de periode 1991-2000. Daarbij gaan wij op zoek naar typische, en indien mogelijk exclusieve, thema's van het Vlaams Blok. Daarna voeren wij een longitudinaal onderzoek uit naar de inhoud van het televisie- en dagbladnieuws. Daarbij gaan wij na of de thema's die karakteristiek zijn voor het Vlaams Blok in de periode 1991-2000 vaak, en in toenemende mate, in de geschreven en audiovisuele pers aan bod kwamen. Ten slotte brengen wij de verkregen resultaten over de evolutie binnen de onderzochte periode samen met de electorale groei van het Vlaams Blok. Met de nodige voorzichtigheid zullen wij dan kunnen vaststellen of er al dan niet een verband is tussen de inhoud van het nieuws, de thema's die een partij naar voor schuift, en succes bij de verkiezingen.

De theorie van de agenda setting en van het monopolie op bepaalde thema's

I. De klassieke theorie van de *agenda setting* stelt dat de mate van aandacht die de media aan een bepaald thema besteden, bepalend is voor de wijze waarop het brede publiek met dat thema omgaat (zie o.a.: Cohen, 1963; McCombs en Shaw, 1972; Dearing en Rogers, 1996). Alleen al het feit dat er veel tijd aan een thema besteed wordt, zal met zich meebrengen dat het publiek dat thema als een probleem gaat zien. Het nieuws bepaalt wat het publiek als prioritair ervaart. Alhoewel deze theorie heel veel kritiek kreeg, blijft zij nog altijd een van de belangrijkste en meest onderzochte hypothesen over het verband tussen media en politiek.

De theorie van de *agenda setting* wordt vooral bekritiseerd op methodologische gronden. Het voornaamste punt van kritiek betreft het altijd terugkerende raadsel van de richting van de causaliteit: beïnvloeden de media het publiek of beïnvloedt het publiek de media? Of zijn beide veronderstellingen waar? Hoe kunnen wij dat vaststellen? Een correlatie is immers nog geen bewijs van oorzakelijkheid. Onze bewering over de media en de thema's van het Vlaams Blok lijdt aan hetzelfde euvel. Enkel een zorgvuldige analyse van de gegevens en voorzichtige conclusies kunnen tegemoetkomen aan deze pertinente kritiek. Eén van de voornaamste punten van kritiek is de tijdsfactor. Onze stelling is dat de niet aflatende aandacht die de nieuwsmedia al lang aan de thema's van het Vlaams Blok besteden, bijgedragen kan hebben tot het verkiezingssucces van die partij. De theorie van de *agenda setting* daarentegen onderzoekt in de eerste plaats de *kortetermijneffecten* van de media. Het is natuurlijk wel zo dat de gedachte dat een voortdurende en cumulatieve herhaling van steeds dezelfde thema's de bezorgdheid van het publiek over een bepaalde problematiek stuurt, een kerngedachte is uit de klassieke theorie. Dat wijst al op een iets langer tijdsperspectief dan een onmiddellijke reactie van het publiek (Dearing en Rogers, 1996). Toch spitsen de meeste onderzoeken over de theorie van de *agenda setting* zich eerder toe op de kortetermijneffecten. Zij gaan na hoe bepaalde thema's plots een topprioriteit worden om dan weer even snel naar beneden te duiken. De *issue agenda cyclus* van Downs (1972) is hiervan een schoolvoorbeeld. De agenda van het publiek en de agenda van de media komen namelijk neer op een *zero sum spel*: een thema kan maar meer aandacht krijgen als een ander thema er minder krijgt, en er duiken steeds nieuwe thema's op (Hilgartner en

Bosk, 1988). Anderzijds is het dan weer zo dat enquêtes aantonen dat de aandacht van het publiek toch niet zo grillig is als wel eens gedacht wordt: dezelfde politieke thema's kunnen soms zeer lang op publieke belangstelling rekenen. De verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat deze thema's ook voortdurende 'gewone' aandacht van de media krijgen. Onze gegevens laten ons toe verder te kijken dan de aandachtspieken die door een mediahype veroorzaakt worden en ons vooral te concentreren op de langetermijneffecten.

II. Om invloed op het stemgedrag te hebben moeten we de theorie van de *agenda setting* – de media maken het nieuws – combineren met de theorie van het monopolie op bepaalde thema's. Dat een partij het monopolie heeft op bepaalde thema's betekent dat de kiezers er in het algemeen van overtuigd zijn dat die partij het best geplaatst is om een bepaald politiek probleem aan te pakken (Petrocik, 1990; 1996; Narud en Valen, 2001). Die partijen worden geloofwaardig en bekwaam geacht om dat bepaalde politieke probleem op te lossen. De kiezer gaat ervan uit dat de partij expert is in die bepaalde materie – en niet in een andere. Onderzoek heeft aangetoond dat kiezers absoluut geen aandacht hebben voor de standpunten van partijen over bepaalde thema's als de partij daar niet het monopolie over heeft. Het monopolie over bepaalde thema's is soms maar van heel korte duur: de kiezers gaan na hoe goed de partij op dat specifieke gebied presteert en geven haar een voorwaardelijk mandaat om haar beleid uit te voeren. De meeste monopolies op bepaalde thema's blijven echter zeer lang en zijn zeer stabiel (Petrocik, 1996; Masket, 2000). Het gevolg is dat het voor partijen zeer moeilijk is om een nieuw thema als het hunne op te eisen, zeker als een andere partij dat al eerder gedaan heeft. Omgekeerd is het ook zeer moeilijk om van een bepaald thema af te geraken (Maddens, 1994). Omdat veel kiezers hun stem uitbrengen op een bepaald thema in plaats van op basis van loyaliteit voor een partij of van ideologische verwantschap, is het monopolie op een thema een machtig wapen op de verkiezingsmarkt (Dalton e.al., 1984; Carmines, 1991). Budge en Farlie (1983) hebben empirisch aangetoond dat een partij de verkiezingen wint als haar thema's hoog op de publieke agenda staan.

De politieke partijen hebben wel het probleem dat de kiezers maar aandacht hebben voor een paar thema's tegelijk (Iyengar en Kinder, 1987). Omdat alleen belangrijke thema's echt een effect hebben op de politieke overtuiging en het kiesgedrag is het uiterst belangrijk voor een partij dat haar thema's onmiddellijk in het oog springen. Vooral die thema's die het publiek belangrijk acht, zijn eerder schaars en vluchtig. Het mag dan al zo zijn dat het standpunt van de burgers over bepaalde politieke kwesties gedurende een langere tijd relatief onveranderd blijft, hun inschatting van het belang ervan verandert voortdurend (Page en Shapiro, 1992). Dat brengt met zich mee dat de publieke *agenda setting* – de aandacht van het publiek op bepaalde thema's vestigen en van andere thema's afleiden – van beslissend belang is voor het politiek gedrag van de burgers, en meer bepaald voor hun stemgedrag. Anderzijds is het zo dat niet alle kiezers zo maar het ene thema voor het andere inruilen: er zijn kleine maar vaste kernen van kiezers die zich permanent om een bepaald thema bekommeren en dat ook nauwlettend volgen. Sommige auteurs maken een onderscheid tussen gesofistikeerde en minder gesofistikeerde kiezers (Lane, 1962). De gesofistikeerde kiezers zijn in staat verschillende thema's tegelijk in het oog te houden en ze in een bredere context te plaatsen. De minder gesofistikeerde kiezers daarentegen hebben slechts interesse voor een beperkt aantal thema's zonder dat ze die met elkaar in verband kunnen brengen; daardoor hebben zij slechts een gefragmenteerd zicht op de politiek (Maddens en Hajnal, 2001). Gesofistikeerde kiezers hebben ook veel meer interesse voor moeilijker onderwerpen – meer technisch, tijdelijk en minder symbolisch – dan de minder gesofistikeerde kiezers (Carmines en Stimson, 1980).

Of iemand al dan niet een gesofistikeerde kiezer is, hangt onder andere af van het opleidingsniveau. De overzichten van de Belgische verkiezingen tonen aan dat de kiezers van het Vlaams Blok tot de laagstgeschoolde behoren (Billiet e.a., 2001). Dat brengt ons tot de

voorzichtige hypothese dat het kiespubliek van het Vlaams Blok bestaat uit weinig gesofistikeerde kiezers, die slechts aandacht hebben voor een beperkt aantal, relatief eenvoudige thema's en die heel gevoelig zijn voor *agenda setting* door de media. Deze hypothese wordt verder onderbouwd door de bewering van Merill en Grofman (1997) dat het model waarbij de thema's zeer sterk naar voor komen (het monopolie op een thema) vooral van toepassing is op oppositiepartijen, en dus minder opgaat voor regeringspartijen. Omdat het Vlaams Blok wezenlijk een oppositiepartij is, zijn haar verkiezingsresultaten, veel meer dan dat voor de andere Vlaamse partijen het geval is, afhankelijk van *agenda setting* en van themagebonden stemmen.

III. De *agenda setting* door de media en het monopolie van politieke partijen op bepaalde thema's leiden ertoe dat de partijen tijdens de verkiezingscampagne op hun eigen thema's blijven hameren en ze op de publieke agenda proberen te krijgen. Onderzoekers spreken van *priming* als ze verwijzen naar het feit dat de kiezers sommige thema's laten meespelen in hun beslissing om op een bepaalde partij te stemmen als die thema's maar uitgebreid genoeg aan bod gekomen zijn in de media. Daarom hebben heel veel onderzoekers al veel aandacht besteed aan de slag om de *agenda setting* tijdens de verkiezingscampagnes (bijvoorbeeld Norris, 1997; Norris e.a., 1999; Kleinnijenhuis e.a., 1995; Dalton e.a., 1998). Wij geloven dat er redenen zijn om ons niet tot de verkiezingsperiode te beperken bij het onderzoek naar de *agenda setting* en het electoraal succes van een partij.

In de meeste onderzoeken over *agenda setting* en verkiezingssuccessen van een partij, worden de onderwerpen die in de media aan bod kwamen slechts over een korte periode gaande van zes weken tot – uitzonderlijk – een jaar voor de verkiezingsperiode bijgehouden (bijvoorbeeld Narud en Valen, 2001; Norris e.a., 1999; Norris, 1997; Kleinnijenhuis e.a., 1995; Dalton e.a., 1998). Onze studie daarentegen steunt op een echt longitudinaal opzet. Zij omvat een periode van tien jaar, waarin de mediaberichtgeving van zowel tijdens als buiten de verkiezingsperiode geanalyseerd werd. De klassieke onderzoeken richten zich op de kortetermijneffecten van de media tijdens de verkiezingscampagne; onze gegevens laten toe langetermijneffecten en gecumuleerde effecten op het spoor te komen. Volgens ons is er een cruciaal onderscheid tussen enerzijds de gevolgen van een langdurige blootstelling aan de media met dagdagelijkse en cumulatieve berichtgeving en anderzijds de effecten op korte termijn van een berichtgeving die zich op de verkiezingscampagne concentreert.

Verkiezingscampagnes zijn periodes met een ongebruikelijk hoog politiek nieuwsgehalte. De politieke partijen, de kandidaten en de media sloven zich uit om de aandacht van de kiezer te trekken. Op het hoogtepunt van de campagne is er haast geen ontsnappen aan politieke boodschappen. De verkiezingscampagnes wakkeren de politieke attitudes van de kiezers aan, maar het is zeer waarschijnlijk dat die zich al vroeger, vóór de verkiezingsperiode, minstens toch gedeeltelijk een mening gevormd hebben over bepaalde thema's. Een herhaalde en langdurige blootstelling aan de nieuwsmedia zou een invloed kunnen hebben op attitudes en meningen op allerlei gebieden, zoals dat met een proces van socialisatie het geval is (Norris e.a., 1999). Wij zouden zelfs voorzichtig kunnen veronderstellen dat de dynamiek van een typische verkiezingscampagne interesse voor de politiek opwekt, maar tegelijkertijd de mensen blind maakt voor nieuwe thema's. Eenmaal dat de kiezers politiek actief zijn, nemen ze een beslissing en sluiten ze zich aan bij een politieke partij (de hunne), zoals blijkt uit het onderzoek over *partisan reinforcement* (Lazarsfeld e.a., 1944). Dat betekent echter dat ze veel minder open staan voor nieuwe thema's die tijdens de verkiezingscampagne aan bod komen. Daarenboven houden de partijen en hun kandidaten tijdens de verkiezingscampagne de media zeer sterk in de gaten, op zoek naar onfaire vooringenomenheid. De partijen en de kandidaten hebben het bovendien tijdens de verkiezingscampagne voor het zeggen – of ze proberen dat alleszins. Omdat zij over de informatie beschikken die de media willen hebben, zijn zij in staat de media naar hun hand te zetten. Het gevolg daarvan is dat *agenda setting* voor de media tijdens de

verkiezingscampagne wel eens moeilijker zou kunnen zijn dan in een periode dat er geen verkiezingen zijn. In de weken die voorafgingen aan de Britse verkiezingscampagne was er alleszins geen spoor te vinden van kortetermijneffecten van de media op het publiek (Norris e.a. 1999). De Britse media waren totaal niet in staat de politieke agenda van het publiek te sturen. Tijdens de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 1992 deed zich hetzelfde fenomeen voor. Dalton (e.a. 1998) trok daaruit de conclusie dat de media tijdens verkiezingsperiodes maar een zeer beperkte invloed hebben op de *agenda setting*, daar waar zij in periodes van gewone politieke activiteit zelf de nieuwsthema's uitkiezen. De vaststelling van Masket (2000) dat een verkiezingscampagne niet méér doet dan de kiezers van een partij eraan te herinneren dat een andere partij het monopolie heeft op een thema, biedt bijkomende ondersteuning aan de hypothese van langetermijneffecten. Zelfs voor de campagne van start gaat, hebben de kiezers al een goed beeld van welke thema's bij welke partij horen; een verkiezingscampagne lijkt de verschillen alleen maar scherper af. Masket (2000 p. 19) stelt dat : 'Campaign activity seemed to have the effect of reinforcing issue ownership in the minds of nonpartisans'. Dat wijst erop dat er bij de kiezer ook buiten de verkiezingscampagne een sluimerende kennis is van welk thema bij welke partij hoort, onafhankelijk van de mediaverslaggeving tijdens de verkiezingscampagne. Of de aandacht die de media aan een bepaald thema schenken de kiezers een langere tijd blijft is natuurlijk een andere kwestie. De vraag is of thema's die lange tijd voor de verkiezingen veel aandacht kregen van de media, een invloed hebben op de stem van de kiezer. De theorie over het monopolie op bepaalde thema's lijkt eerder op een negatief antwoord te wijzen: wat vandaag voor de kiezer een belangrijk punt schijnt te zijn, is dat morgen weer niet meer. Het is nochtans mogelijk dat de groep van kiezers die gedurende lange tijd en onafhankelijk van afzonderlijke gebeurtenissen geïnteresseerd blijven in een bepaalde maatschappelijke problematiek, beïnvloed worden door de permanente aandacht die de media in het verleden aan die problematiek gewijd hebben.

Het monopolie van het Vlaams Blok op bepaalde thema's: partijmanifesten en motieven van de kiezers

I. Om na te gaan welke thema's nadrukkelijk met het Vlaams Blok geassocieerd worden hebben we eerst de klassieke analyse van de partijmanifesten gedaan. Wij werden daarbij geïnspireerd door het baanbrekend werk van Budge, Robertson en Hearl (1987), die ook een analyse van partijprogramma's uitvoerden om uit te maken op welke thema's een partij het monopolie had. Met alle zinnen, en zinsfragmenten, van de drie partijprogramma's van het Vlaams Blok (1991, 1995, 1999) werden bepaalde thema's verbonden. Wij gebruikten daarvoor dezelfde codes als voor de inhoudelijke analyse van het medianieuws (zie verder). Tabel 1 geeft de resultaten weer van deze analyse van het verkiezingsprogramma van het Vlaams Blok in de jaren negentig. Vier thema's staan duidelijk op de voorgrond: het Vlaamse nationalisme, de migranten, de antipolitiek en het veiligheidsprobleem.

TABEL 1: Thema's van de partijmanifesten van het Vlaams Blok 1991-1999 (in %)⁶

	1991 (N=126)	1995 (N=1425)	1999 (N=270)	Gemiddelde 1991-1999
Vlaams nationalisme	13,0	6,4	12,4	10,6
Immigratie	15,6	5,3	8,0	9,6
Antipolitiek	3,3	4,1	4,9	4,1
Veiligheid	10,5	11,0	16,1	12,5
TOTAAL	42,4	26,8	41,4	36,8

Deze vier thema's vormen het overgrote deel van de programma's van het Vlaams Blok. Alle vier zijn het kwesies die zeer sterk benadrukt worden in de verkiezingsmanifesten. Een

snelle blik op de andere thema's die in 1999 in het programma van het Vlaams Blok te vinden waren, leert ons dat alleen een heel brede categorie als de Europese politiek qua aandacht (8%) die eraan besteed wordt, ongeveer vergelijkbaar is met de andere punten uit het manifest. Dan volgen het emancipatiebeleid (4,3%), het milieu, de sociale zekerheid en internationale relaties (elk 3,1%). De klassieke politieke thema's als de werkloosheid krijgen in het programma van het Vlaams Blok praktisch geen aandacht (in dit geval 1,2%). Het was met deze vier vermelde thema's dat het Vlaams Blok zich in de jaren negentig profileerde. Zij *zijn* het politieke profiel van het Vlaams Blok. Tot nog toe beschikken wij niet over dergelijke analyses van de partijmanifesten van de andere Vlaamse partijen. Daarom kunnen wij ook nog niet uitmaken of deze vier thema's de exclusieve eigendom zijn van het Vlaams Blok. Maar in elk geval is duidelijk dat het Vlaams Blok er minstens mede-eigenaar van is.

Als we de verschillende verkiezingen vergelijken kunnen we in het algemeen stellen dat het Vlaams Blok zich in 1991 met deze thema's profileerde, ze in 1995 lichtjes losliet, maar ze tijdens de nationale verkiezingen van 1999 weer volop bespeelde. De vier thema's zijn – met uitzondering van het veiligheidsthema – op politiek gebied eerder marginaal. Het is dus onthutsend vast te stellen dat zij 41,4% van de aandacht kregen in de manifesten van het Vlaams Blok.

Als we de verschillende thema's eens van nabij bekijken, ontdekken we interessante verschillen. Het anti-immigratiethema mag dan wel hét thema zijn van alle nieuwe extreem-rechtse partijen in Europa (voor een overzicht: zie Billiet en De Witte, 1995), in Vlaanderen heeft het thema geleidelijk zijn scharnierrol in het programma van het Vlaams Blok verloren. Het zou kunnen dat het monopolie van het Vlaams Blok op deze problematiek zo stevig is dat de partij het zich kan veroorloven er een beetje minder de nadruk op te leggen. Het omgekeerde geldt voor het thema van de antipolitiek: dat kwam in de loop van de jaren langzaam meer centraal te staan in de partijmanifesten. Toch wordt dat thema er niet erg in benadrukt. Dat is niet verbazingswekkend: antipolitiek is eerder een politieke diagnose dan een remedie en van verkiezingsprogramma's verwachten we dat zij zich meer bezig houden met de remedie (beleidsvoorstellen formuleren). Daarenboven is antipolitiek meer een kwestie van retoriek, een manier om de zaken voor te stellen. Antipolitiek draait minder om thema's, en wij hebben ons in onze codering enkel met thema's beziggehouden. Daarom verwachten wij dat de antipolitiek meer doorslaggevend zal zijn in het stemgedrag van de kiezer. Het veiligheidsthema heeft over de jaren aanzienlijk aan belang gewonnen. Sinds 1999 heeft deze problematiek de centrale rol overgenomen die het migrantenthema tot dan toe speelde. Nu is veiligheid hét thema bij uitstek van het Vlaams Blok. De kwestie van het Vlaams nationalisme kent een wat eigenaardig verloop, met een kleine inzinking in 1995 maar een zeer sterke aantrekkingskracht in 1991 en 1999. Kort samengevat: immigratie is als thema misschien ietwat voorbijgestreefd en veiligheid (en antipolitiek) is in. In het algemeen is er een lichte tendens naar differentiatie van thema's waar te nemen: in 1999 was de aandacht die naar de verschillende thema's ging wat beter gespreid dan in 1995. Het Vlaams Blok was niet langer meer een éénthemapartij, die zich bijna uitsluitend concentreerde op het migrantenthema.

II. Het probleem met de analyse van partijmanifesten is dat die ons niet vertellen hoe de partij zich in werkelijkheid profileert. Het is best mogelijk dat een partij een evenwichtig programma heeft waarin verschillende politieke thema's en kwesties in gelijke mate aan bod komen, maar dat zij in haar politieke activiteit in het algemeen (bijvoorbeeld in het parlement) en in haar verkiezingscommunicatie in het bijzonder zich slechts op een beperkt aantal specifieke thema's toespitst. Norris (e.a., 1999)) bijvoorbeeld heeft aangetoond dat er in de nationale verkiezingen in Groot-Brittannië in 1997⁷ dikwijls een enorm verschil was tussen de thema's die in het partijmanifest voorkwamen en wat in de electorale communicatie van de partij (persmededelingen, uitzendtijd voor de partijen) gezegd werd.

Daarom is het belangrijk dat er ook rekening gehouden wordt met de manier waarop de kiezer de partijgebonden thema's percipieert.

In de meeste onderzoeken over het onmiddellijk in het oog springen van thema's wordt aan het publiek de klassieke vraag gesteld wat zij de belangrijkste politieke thema's vinden. Aangezien dit artikel specifiek gaat over de stemmen voor het Vlaams Blok en niet over het effect van de media op het publiek in het algemeen, zullen wij uitgaan van de motieven die de kiezers van het Vlaams Blok – in de vorm van antwoorden op open vragen – aanhouden waarom zij hun stem op die partij uitbrachten. Dat is een ietwat andere aanpak om te achterhalen welke thema's de kiezers van het Vlaams Blok belangrijk achten. Het voordeel van open vragen is dat de respondenten alleen het doorslaggevend motief aanhalen. Zij geven dan gewoonlijk maar één antwoord. Dat sluit herinneringseffecten uit, die zouden kunnen meespelen als de respondent de gelegenheid krijgt mogelijke motieven te overlopen, zoals dat bij gesloten vragen het geval is. Wij zijn ervan overtuigd dat wij met deze open vragen een belangrijke dimensie van het stemmen voor het Vlaams Blok gevat hebben⁸.

Dankzij het verkiezingsonderzoek van 1991, 1995 en 1999 van ISPO-PIOP konden wij via de open vragen de thema's op het spoor komen die de kiezers van het Vlaams Blok nauw aan het hart liggen. In Tabel 2 hebben wij de voornaamste motieven samengebracht. De kiezers van het Vlaams Blok vermelden nauwelijks andere dan de vier reeds genoemde thema's. De tabel toont niet alleen het percentage Vlaams-Blokkiezers dat een bepaald thema aanhaalde, maar ook het percentage kiezers van de partijen die na het Vlaams Blok deze thematiek het vaakst vermeldde. Dat laat ons toe vast te stellen welke thema's kenmerkend zijn voor het Vlaams Blok en welke *exclusief* bij het Vlaams Blok horen.

TABEL 2: Themagebonden motieven van de kiezers van het Vlaams Blok (VB) 1991-1999 (in % van alle vermelde motieven om voor het Vlaams Blok te stemmen) vergeleken met het percentage van kiezers van die partijen die na het Vlaams Blok deze thematiek het vaakst vermeldden⁹

	1991		1995		1999		Gemiddelde VB 1991-1995
	VB	andere	VB	andere	VB	Andere	
Vlaams nationalisme	4,0	30,9 (VU)	5,4	5,32 (VU)	7,4	14,9 (VU)	16,8
Immigratie	50,2	5,9 (Aga)	33,0	1,8 (Aga)	26,8	1,3 (Aga)	36,7
Antipolitiek	32,2	21,6 (Aga)	20,9	9,9 (Aga)	22,4	15,6 (Aga)	29,6
Veiligheid	0,0	0,0	4,8	0,2 (SP)	10,8	0,6 (VLD)	5,2
TOTAAL	86,4	-	68,5	-	76,4	-	77,1

Historisch is het Vlaams Blok ontstaan uit een intern conflict binnen de Volksunie. De stichters van het Vlaams Blok wilden verder gaan dan de Volksunie en stuurden aan op separatisme. In de ogen van de kiezers heeft het Vlaams Blok nochtans niet het monopolie op het thema van het Vlaams nationalisme. Alhoewel een groot deel van deze kiezers door de thematiek aangesproken wordt, steekt de (vroegere) VU met dat thema het VB moeiteloos voorbij. In de loop van de tijd is de VU minder aandacht beginnen te besteden aan de kwestie van het nationalisme, terwijl het Vlaams Blok precies met dit thema winst begon te boeken.

De migrantenproblematiek is hét thema bij uitstek. Met deze kwestie heeft de partij altijd al een grote aantrekkingskracht gehad op de kiezers. Nu komt het thema wat minder prominent aan bod, maar het is nog altijd het meest spraakmakende onder de kiezers van het Vlaams Blok. De enige partij die een mogelijke concurrent is, is Agalev; maar die neemt

een pro-migrantenstandpunt in. Samengevat: het Vlaams Blok heeft een exclusieve claim op het migrantenthema; het is een schoolvoorbeeld van een monopolie op een thema.

Antipolitieke gevoelens meten is eerder problematisch. Wij geloven dat dit thema vooral in 1991 erg overschat werd¹⁰. Zoals te verwachten was zijn thema's in verband met antipolitiek belangrijker voor de kiezers dan voor de partijprogramma's. In de ogen van de kiezer is het thema¹¹ altijd al belangrijk geweest voor het Vlaams Blok; in absolute cijfers is er nauwelijks enige evolutie geweest tussen 1991 en 1999. In relatieve cijfers daarentegen is het thema in de jaren negentig lichtjes naar de voorgrond gekomen. Binnen de partij zelf kwam de migrantenkwestie bij de kiezers minder prominent naar voor, waardoor het thema van de antipolitiek er bijna mee op gelijke voet kwam te staan. Agalev, dat met het thema van de antipolitiek dicht in de buurt kwam van de percentages die het Vlaams Blok ermee haalde, verloor voor een stuk zijn greep op het thema. De verrassend hoge score (15,6%) die Agalev in 1999 met deze kwestie behaalde was waarschijnlijk te wijten aan de zogenaamde dioxinecrisis, die net twee weken voor de verkiezing van 1999 uitbrak. Dit voedselschandaal behoorde tot het exclusieve domein van Agalev: het milieu – een thema waar Agalev reeds sinds de oprichting van de partij het monopolie op had. Dit schandaal beheerste de verkiezingen volledig¹². Waarschijnlijk gaven een heel aantal Agalev-stemmers deze affaire op als motief voor hun stem en kregen zij zo de code mee die toegekend werd aan stemmen op grond van antipolitieke gevoelens (omdat zij in hun motivering verwezen naar een politieke 'affaire'). Samengevat: wij verwachten dat de hoge score van Agalev op antipolitieke gevoelens slechts tijdelijk en niet-karakteristiek zal blijken te zijn. Al bij al durven wij stellen dat op het einde van dit decennium het Vlaams Blok een zekere claim heeft op het thema van de antipolitiek¹³.

Vreemd genoeg haalden de Vlaams-Blokkiezers van 1991 in geen enkel van de open vragen het veiligheidsthema aan als motief waarom ze voor de partij stemden. Billiet (1993) vermoedt dat het veiligheidsthema in 1991 nog gezien werd als een onderdeel van het bredere migrantenthema. Vlaams-Blokkiezers vonden dat misdaad en migranten samenhoorden en namen niet de moeite om de kwestie van de veiligheid apart te vermelden¹⁴. In het kader van ons onderzoek naar *agenda setting* is de ontwikkeling van de criminaliteitsproblematiek van een subthema tot een prominent aanwezig verkiezingsthema een interessant gegeven. Billiet vraagt zich zelfs af of het feit dat veiligheid als thema niet voorkwam als motivatie voor het stemgedrag in 1991, verband houdt met het feit dat de media weinig aandacht schonken aan dat thema in de periode die de verkiezingen voorafging, dan wel met het feit dat criminaliteit toen nog niet beschouwd werd als een thema dat bij één bepaalde partij hoorde. In de jaren negentig trok het veiligheidsthema steeds meer kiezers aan tot het Vlaams Blok. Belangrijker is dat geen enkele andere partij blijkbaar echt het tij trachtte te keren. Zij schenen deze altijd maar belangrijker wordende kwestie helemaal aan het Vlaams Blok over te laten¹⁵.

Als wij de resultaten van 1991 met die van 1999 vergelijken, mogen we besluiten dat in de ogen van de kiezers het monopolie van het Vlaams Blok op bepaalde thema's veel scherper afgelijnd werd én dat die thema's tegelijkertijd ook meer divers geworden zijn. De partij is erin geslaagd om haar actieterrein uit te breiden. Zij is lang geen énthemapartij meer, met alleen maar het migrantenvraagstuk op haar agenda. Zij is nu sterk geprofileerd op het gebied van de veiligheidsproblematiek, de antipolitiek en het nationalisme. Tegelijkertijd is de partij erin geslaagd de andere partijen de pas af te snijden en van deze thema's haar exclusief jachtgebied te maken.

Wij moeten goed in gedachten houden dat de kiezers van het Vlaams Blok vooral hun stem uitbrengen omwille van thema's. Als wij voor de verkiezingen van 1999 hun motieven vergelijken met die van de kiezers van de andere partijen, dan zien wij dat het Vlaams Blok veruit het grootste aantal monopolies op bepaalde thema's heeft, met het migrantenvraagstuk als de grootste uitschieter (Swyngedouw e.a., 2001). Van de motieven die het algemeen kiespubliek vermeldt, zijn er slechts 17,1% themagebonden. Bij de kiezers

van het Vlaams Blok loopt dit percentage op tot 48,8% (de cijfers worden niet vermeld in de tabel). Ook Maddens en Hajnal (2001) stelden vast dat het Vlaams Blok, samen met Agalev, de Vlaamse partij is met het meest uitgesproken profiel. De partij haalt zeer veel voordeel uit het beklemtonen van bepaalde thema's. Daarbij komt dat zij er zelfs in slaagde tussen 1991 en 1995 dit voordeel nog te vergroten. Uit dit alles kunnen wij besluiten dat het Vlaams Blok typisch een partij is die met thema's werkt. De *agenda setting* door de media is daardoor een zeer belangrijke factor bij het verklaren van het succes van de partij.

III. Als wij de twee criteria – de partijprogramma's en de motieven van de kiezers – aan de hand waarvan wij het monopolie op bepaalde thema's onderzocht hebben, met elkaar vergelijken, dan ontdekken wij treffende overeenkomsten. Niet alleen springen telkens precies dezelfde vier thema's in het oog, maar ook hun ontwikkeling in de tijd verloopt identiek. Uit de twee reeksen van gegevens blijkt dat er in de loop van de tijd een diversifiëring van thema's gekomen is, waarbij die thema's geleidelijk ook ongeveer dezelfde aandacht begonnen te krijgen (alhoewel deze tendens is de partijmanifesten eerder miniem is).

Het Vlaams nationalisme was het oorspronkelijke thema waarmee het Vlaams Blok zich profileerde en daarmee heeft het in de jaren 80 waarschijnlijk kiezers kunnen aantrekken. Die kwestie doet het nog altijd bij een deel van het kiespubliek en krijgt nog behoorlijk veel aandacht in het partijprogramma. In 1999 flakkerde deze problematiek weer op, zowel in het partijmanifest als bij de kiezers.

Het migrantenthema blijft erop achteruitgaan. Geleidelijk aan besteedde het Vlaams Blok minder aandacht aan deze problematiek... en de kiezers volgden de partij hierin (of omgekeerd). Wij mogen redelijkerwijze aannemen dat de extreem-rechtse partij een zodanige claim heeft op het thema, dat ze het zich kan veroorloven er niet steeds opnieuw op terug te komen. Na de grote doorbraak in 1991, die vooral te danken was aan het migrantenthema waarmee de partij een tweede golf kiezers binnenhaalde, viel er met hetzelfde thema waarschijnlijk nog maar weinig extra te winnen. De partij moest er verder alleen nog maar voor zorgen dat ze de anti-migrantenstemmers aan zich kon blijven binden.

De antipolitiek is een ander sterk thema. Maar de evolutie bij de kiezers en bij de programma's verloopt niet parallel. Zoals we reeds eerder zegden was de bevraging over dit thema in 1991 niet bijzonder betrouwbaar. Het is dus best mogelijk dat er wel degelijk een parallellisme is, maar dat het door een methodologische vertekening niet aan het licht gekomen is. Tussen 1995 en 1999 werd het thema steeds belangrijker en bracht het misschien wel een derde golf kiezers aan.

Nu heeft het Vlaams Blok met de criminaliteitsproblematiek een nieuwe visvijver gevonden. Daarmee haalt de partij een vierde golf kiezers binnen. Zowel in het partijprogramma als bij de kiezers won het thema in de loop van de jaren aan belang. Het parallellisme is bijna perfect. Zeer waarschijnlijk is de toename van het aantal kiezers van het Vlaams Blok in de jaren negentig voor een groot deel te wijten aan het veiligheidsthema. Anderzijds is het ook mogelijk dat een deel van de aanhang van het Vlaams Blok gewoon de orde van belangrijkheid van de thema's veranderd heeft en bijvoorbeeld nu de veiligheidsproblematiek voorrang geeft op het migrantenvraagstuk. Dat zou betekenen dat het opduiken van de veiligheidsproblematiek als priorair thema niet noodzakelijk betekent dat er ook nieuwe kiezers bijkomen. Het veiligheids-thema en de criminaliteit zullen hoe dan ook scherp in het oog moeten worden gehouden bij de analyse van de mediaberichtgeving.

Wij kunnen ons onderzoek naar het monopolie van partijen op bepaalde thema's nu als volgt samenvatten: (1) het Vlaams Blok is een voorbeeld van een partij, die zich profileert aan de hand van welbepaalde thema's en, veel meer dan dat voor andere partijen het geval is, op basis hiervan kiezers wint; (2) deze thema's hebben een merkwaardig stabiel en consistent patroon, zowel wat betreft het partijprogramma als de kiezers; (3) in de jaren negentig waren vooral de kwesties van de migranten, de veiligheid en de antipolitiek

belangrijk voor het succes van het Vlaams Blok, terwijl het Vlaams nationalisme als thema stagneerde. De vraag is nu hoe de media met deze thema's zijn omgegaan.

Hoe komt de agenda van het Vlaams Blok aan bod op de tv en in de kranten?

Voor het verzamelen van onze gegevens hebben wij ons gebaseerd op drie belangrijke Vlaamse kranten. Twee daarvan zijn kwaliteitskranten (*De Standaard* en *De Morgen*), de derde is een populaire krant (*Het Laatste Nieuws*). De drie kranten leunen bovendien bij verschillende partijen aan. Wat de tv betreft, hebben wij de berichtgeving geanalyseerd van twee zenders: de *VRT* (de openbare zender) en *VTM* (de commerciële zender). Wat de pers betreft, hebben we – met uitzondering van de kranten op dinsdagen en donderdagen¹⁶ – al het voorpaginanieuws gecodeerd dat tussen 1 januari 1991 en 31 december 2000 in die kranten verscheen. In totaal hebben we 5.425 kranten¹⁷ doorgenomen, wat neerkomt op 34.855 verschillende nieuwsartikels. Omdat we geen indexen ter beschikking hadden, moesten de artikels een voor een doorbladerd en gecodeerd worden, wat 1800 uur in beslag nam. Het aanbrengen van de codes gebeurde door getrainde en begeleidde codeurs. Soms was het moeilijk om een beslissing te nemen, maar elk artikel kreeg slechts één themacode mee. Omdat we rekening gehouden hebben met eventueel later uit te voeren internationaal vergelijkend onderzoek en met het oog op de analyse van de evolutie in de tijd van andere gegevens die al met deze thesaurus¹⁸ verzameld werden, hebben we gekozen voor de internationaal veel gebruikte en hiërarchische geordende EUROVOC-thesaurus¹⁹. Die thesaurus werd ontworpen om alle documenten van de EU te coderen en bevatte oorspronkelijk 6.075 'beschrijvingen'. Wij hebben EUROVOC aan onze noden aangepast en het aantal verschillende codes teruggebracht tot 143 in totaal²⁰. Deze werkwijze heeft ons toegelaten een veel verfijnder analyse door te voeren dan gewoonlijk het geval is bij onderzoek naar *agenda setting*. Alleen al de omvang van de databank staat er borg voor dat wij voor alle categorieën een betrouwbare analyse konden doorvoeren.

Wat de tv-berichtgeving betreft, hebben wij een vergelijkbare inspanning geleverd. Wij hebben dezelfde thesaurus gebruikt om de nieuwsberichten te coderen die op de twee belangrijkste zenders – *VRT* en *VTM* – in *prime time* (19 uur) uitgezonden worden. Jammer genoeg zijn er pas gegevens vanaf 1993 beschikbaar. De codering van de nieuwsberichten gebeurde op basis van samenvattingen die door een commerciële firma (*Auxipresse*) ter beschikking gesteld werden. In totaal werden 5.018 nieuwsuitzendingen gecodeerd door dezelfde codeurs²¹. Dat kostte ongeveer 2.000 uur tijd. Dit keer werden niet alleen de belangrijkste nieuwsfeiten, maar *alle* tv-nieuwsberichten nauwgezet onderzocht. Dat leverde ons een enorme televisiedatabank op met 59.362 nieuwsfeiten.

Als we de nieuwsberichten van pers en tv samenvoegen, dan beschikken we over een mediadatabank met 94.218 nieuwsonderwerpen over een periode van 10 jaar (1991-2000). De tv-nieuwsonderwerpen werden gewogen aan de hand van het aantal seconden dat ze vermeld werden; voor de kranten gebeurde dat aan de hand van de lengte van het artikel²². In tegenstelling tot de werkwijze die we gebruikten bij de analyse van de motieven van de kiezers –waar geen onderscheid werd gemaakt tussen de misdrijven zelf en het juridisch beleid – laten de gegevens uit onze mediagegevensbank ons toe het onderwerp van de criminaliteit op te splitsen en berichten over 'echte' criminaliteit af te splitsen van berichten over misdaadbestrijding. Maar wij zullen hier enkel gebruik maken van de uitgezuiverde categorie misdrijven²³. In Tabel 3 zijn alle mediagegevens samengevoegd.

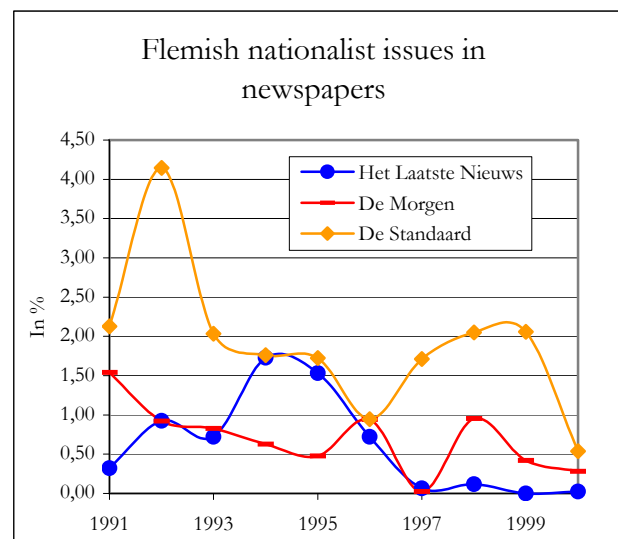
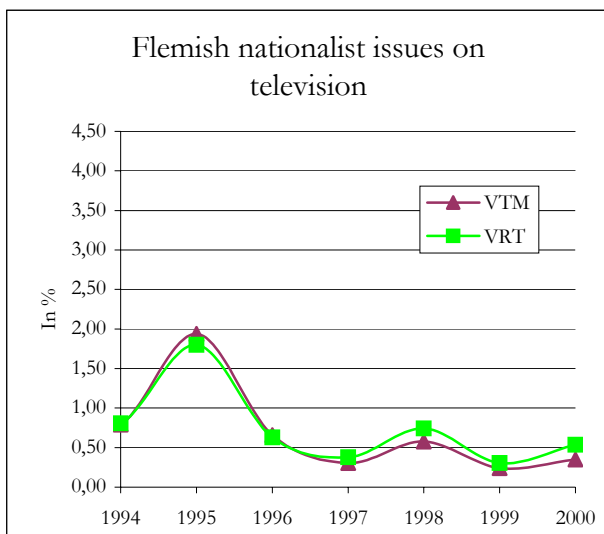
TABEL 3: Thema's van het Vlaams Blok in de Vlaamse media 1991-2000 (uitgedrukt in % van het totaal aantal nieuwsfeiten waarover in dat specifieke medium bericht werd)

	1991 (N=4104)	1992 (N=4350)	1993 (N=10601)	1994 (N=10286)	1995 (N=8894)	1996 (N=10911)	1997 (N=11834)	1998 (N=9483)	1999 (N=10545)	2000 (N=13209)
Vlaams nationalisme										
<i>VTM</i> (N=27.365)	-	-	0,76	0,79	1,94	0,66	0,30	0,57	0,24	0,35
<i>VRT</i> (N=31.966)	-	-	0,82	0,81	1,80	0,63	0,38	0,74	0,30	0,53
TOTAAL TELEVISIE	-	-	0,79	0,80	1,87	0,65	0,34	0,66	0,27	0,44
<i>Het Laatste Nieuws</i> (N=9068)	0,32	0,93	0,72	1,73	1,53	0,72	0,07	0,12	0,0	0,03
<i>De Morgen</i> (N=12.397)	1,54	0,92	0,83	0,63	0,48	0,94	0,02	0,95	0,42	0,28
<i>De Standaard</i> (N=13.244)	2,13	4,15	2,04	1,76	1,72	0,94	1,71	2,05	2,06	0,54
TOTAAL KRANTEN	1,33	2,00	1,20	1,37	1,24	0,87	0,60	1,04	0,83	0,28
TOTAAL ALLE MEDIA			1,03	1,14	1,49	0,78	0,50	0,89	0,60	0,35
Immigranten										
<i>VTM</i> (N=27.365)	-	-	1,51	1,05	1,04	0,57	1,03	3,02	3,41	3,18
<i>VRT</i> (N=31.966)	-	-	1,14	0,99	1,12	0,77	1,14	3,40	4,07	4,37
TOTAAL TELEVISIE	-	-	1,33	1,02	1,08	0,67	1,09	3,21	3,74	3,78
<i>Het Laatste Nieuws</i> (N=9068)	2,31	1,05	0,82	1,55	0,63	0,82	0,74	2,29	3,41	1,44
<i>De Morgen</i> (N=12.397)	2,87	2,57	2,84	1,99	1,63	0,54	0,98	4,20	3,32	4,16
<i>De Standaard</i> (N=13.244)	0,70	1,68	0,56	1,50	0,47	0,98	0,55	2,37	3,79	3,41
TOTAAL KRANTEN	1,96	1,77	1,41	1,68	0,91	0,78	0,76	2,95	3,51	3,00
TOTAAL ALLE MEDIA			1,37	1,42	0,98	0,74	0,89	3,06	3,60	3,31
Antipolitiek										
<i>VTM</i> (N=27.365)	-	-	1,33	3,15	5,08	4,90	5,76	4,64	1,06	1,56
<i>VRT</i> (N=31.966)	-	-	1,65	3,66	4,39	5,56	5,39	3,82	0,98	1,01
TOTAAL TELEVISIE	-	-	1,49	3,41	4,74	5,23	5,58	4,23	1,02	1,29
<i>Het Laatste Nieuws</i> (N=9068)	2,57	1,53	3,36	5,64	14,50	9,58	5,49	6,94	2,78	2,70
<i>De Morgen</i> (N=12.397)	0,82	1,04	2,79	6,16	6,56	8,54	8,89	7,67	1,29	1,19
<i>De Standaard</i> (N=13.244)	0,29	0,38	1,90	5,55	5,70	6,32	6,91	4,30	2,10	0,40
TOTAAL KRANTEN	1,23	0,98	2,68	5,78	8,92	8,15	7,10	6,30	2,06	1,43
TOTAAL ALLE MEDIA			2,21	4,83	7,25	6,98	6,49	5,47	1,64	1,37
Criminaliteit										
<i>VTM</i> (N=27.365)	-	-	6,75	8,34	5,94	14,79	17,04	13,48	11,09	10,52
<i>VRT</i> (N=31.966)	-	-	3,70	4,34	2,97	9,80	9,99	7,44	5,57	5,11
TOTAAL TELEVISIE	-	-	5,23	6,34	4,46	12,30	13,52	10,46	8,33	7,82
<i>Het Laatste Nieuws</i> (N=9068)	15,33	25,85	23,99	21,45	10,99	27,90	27,72	22,73	26,64	20,83
<i>De Morgen</i> (N=12.397)	3,96	4,72	5,65	3,02	1,45	9,83	9,97	6,79	4,58	3,26
<i>De Standaard</i> (N=13.244)	0,92	1,35	0,74	1,37	1,02	2,51	4,78	3,28	2,03	1,37
TOTAAL KRANTEN	6,74	10,64	10,13	8,61	4,49	13,41	14,16	10,93	11,08	8,49
TOTAAL ALLE MEDIA			8,17	7,70	4,47	12,97	13,90	10,74	9,98	8,22

In de jaren negentig verloren de media geleidelijk aan hun belangstelling voor de kwestie van het Vlaams nationalisme. Alle media vertonen eenzelfde patroon van teruggeschoefde verslaggeving. Grafiek 1 toont dit zeer duidelijk aan. Het bijna perfecte parallelisme in de neerwaartse beweging bij de twee televisiezenders is treffend. Voor de kranten, die traditioneel bij een partij aanleunen, is het beeld meer genuanceerd. *De Standaard*, het

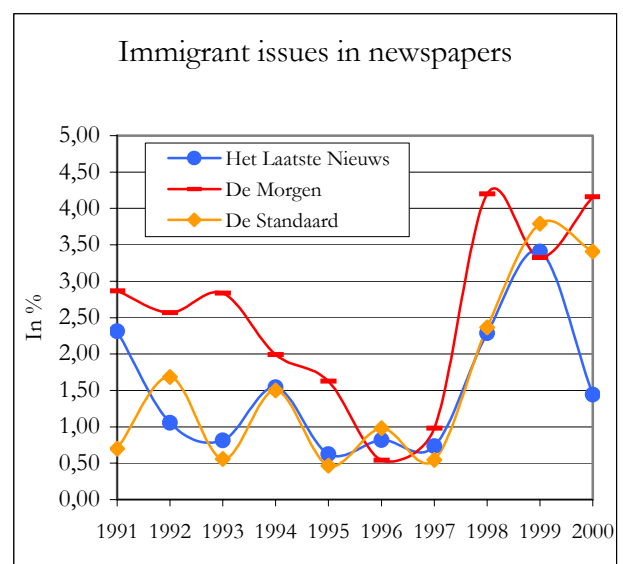
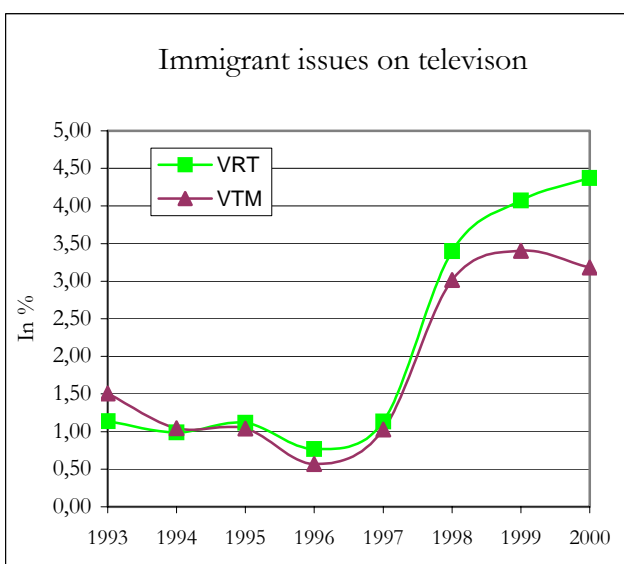
meest intellectuele van de dagbladen en met een oorspronkelijke katholieke achtergrond, is eerder een voorstander van meer Vlaamse autonomie. Over het algemeen echter is de aandacht voor het thema sterk teruggelopen. Naarmate de federalisering zich in de jaren negentig doorzette, met verdere onderhandelingen in 1992 en een belangrijke staats hervorming in 1993 verminderde de taalstrijd en de nationalistische reflex. Op het einde van de jaren negentig was het thema uit het nieuws verdwenen. Daarbij komt dat, op *De Standaard* na, de overige kranten nooit veel aandacht (2%) aan de kwestie besteed hebben. De groei van het Vlaams Blok in de jaren negentig kan dus zeker niet toegeschreven worden aan een overbenadrukking van het nationalisme door de media. In onze verdere analyse zullen wij dus ook geen aandacht besteden aan dat thema.

GRAFIEK 1: Mediaberichtgeving over Vlaams-nationalistische thema's (in %)



Onze analyse van het monopolie op bepaalde thema's laat zien dat het migrantenthema wat minder belangrijk geworden is voor de kiezers van het Vlaams Blok en ook minder aandacht krijgt in het partijprogramma. Maar de analyse van de inhoud van de nieuwsberichtgeving toont aan dat het thema in de onderzochte periode van tien jaar, wel degelijk meer en meer aan bod kwam. Dat is zeer duidelijk af te lezen van Grafiek 2.

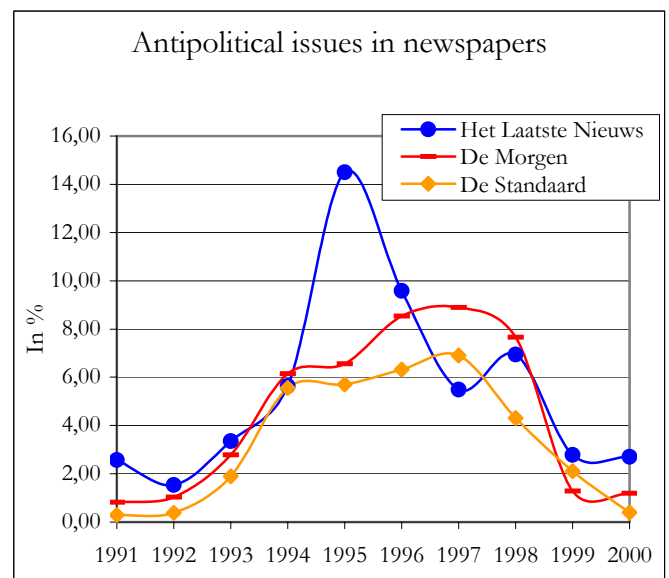
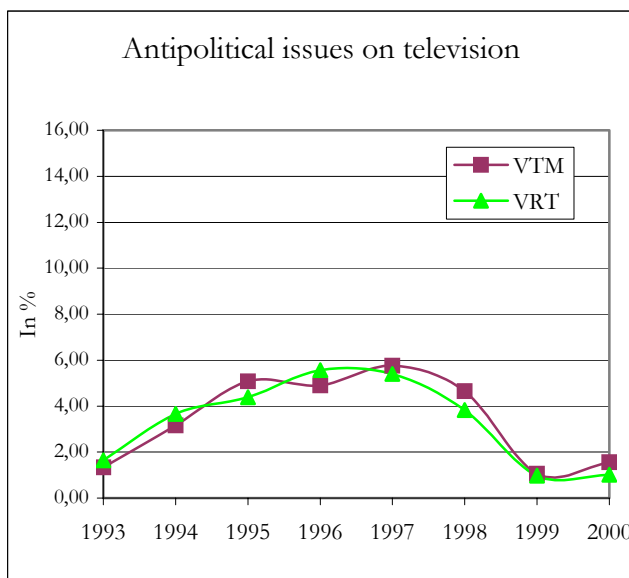
GRAFIEK 2: Mediaberichtgeving over de migrantenproblematiek (in %)



Ook hier loopt de curve voor *VRT* en *VTM* vrijwel gelijk. Alleen tegen het einde van de onderzochte periode intensifieert de *VRT* de berichtgeving, terwijl *VTM* het onderwerp moeilijker te worden. Voor de kranten is de situatie weer minder duidelijk, maar over het algemeen lijkt de migrantenproblematiek aan belang te winnen. De linkse kwaliteitskrant *De Morgen* schenkt het meest aandacht aan het thema, maar dan vanuit een pro-migrantenstandpunt. De toenemende aandacht vanaf 1996 voor deze kwestie is te wijten aan de opeenvolgende crisissituaties die België kende in verband met het asielbeleid. Vooral op het einde van het vorige decennium kon het land de plotse grote toevloed van duizenden thuisloze asielzoekers niet meer aan en moest het de asielprocedure wijzigen om nieuwe kandidaten te ontmoedigen naar België te komen. Tegelijkertijd werd een massieve regularisatieprocedure opgestart voor illegale immigranten en werden overal in het land nieuwe opvangcentra opgericht. Over het algemeen slaagde de migrantenproblematiek erin meer media-aandacht te krijgen dan de kwestie van het Vlaams nationalisme (maximum 4,5%), maar zonder dat het een centraal nieuwsthema werd.

De antipolitiek is eveneens een zeer plausibele verklaring voor het succes van extreem-rechts. Dat thema liet zich echter niet zo goed meten, zowel wat betreft de kiezers als de partijprogramma's. Wij hebben nochtans eerder al beweerd dat de antipolitiek in de jaren negentig een van de trekpleisters was voor het Vlaams Blok. Zijn daar sporen van terug te vinden in de media? De aandacht van de media voor de antipolitiek overtreft veruit die voor de andere twee thema's. In 1995 besteedde *Het Laatste Nieuws* zelfs 14,5% van het voorpaginanieuws aan artikels in verband met antipolitiek (Grafiek 3). Misschien wilde deze populistische liberale krant – de meest gelezen krant in België en de enige echte *tabloid* die het land kent – wel een rekening vereffenen met zijn gezworen politieke vijand, de toenmalige S.P. en de P.S., die op dat moment diep verwickeld waren in een omkooptschandaal. Maar ook de andere media deden dapper mee en ruimden veel plaats in voor antipolitiek (maximum 6% - 8%). De beide tv-zenders volgden elkaar daarbij op de voet. De antipolitiek is een bijzonder dankbaar onderwerp voor alle media. Op het eerste gezicht is er geen duidelijke stijging of daling waar te nemen; wij kunnen alleen maar vaststellen dat het thema in het midden van de jaren negentig, in de periode tussen de nationale verkiezingen van 1995 en 1999, buitensporig veel aandacht kreeg.

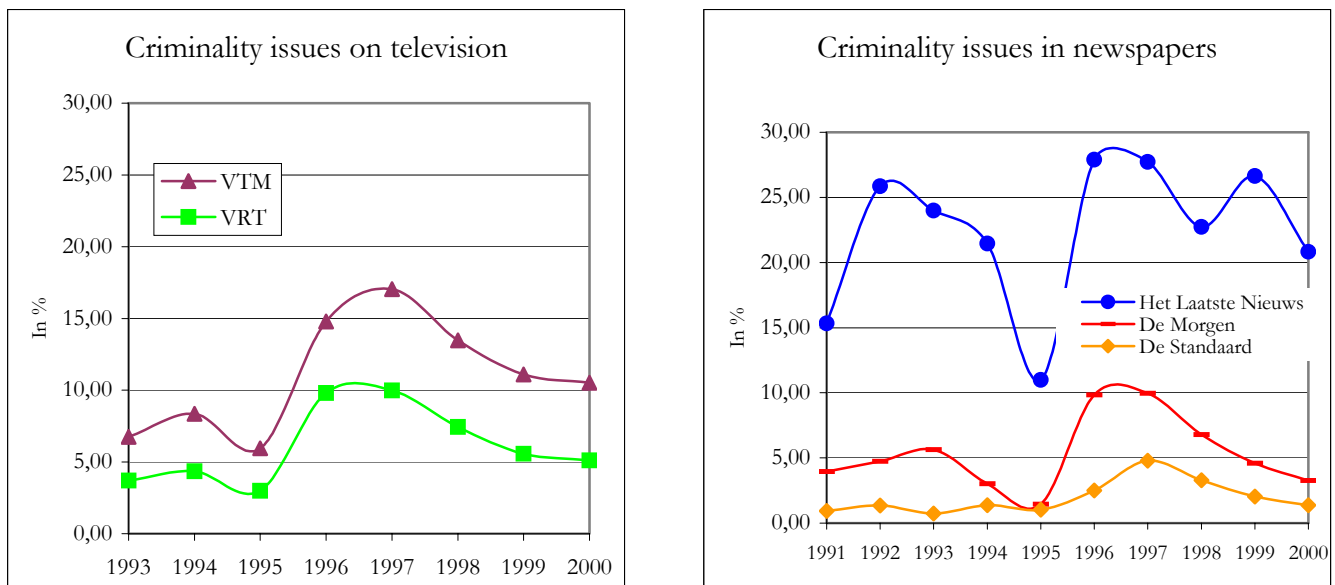
GRAFIEK 3: Mediaberichtgeving in verband met de antipolitiek (in %)



In 1995 was het zogenaamde Agusta-Dassault-schandaal op zijn hoogtepunt. De socialistische regeringspartners hadden smeergeld aangenomen van helikopter- en vliegtuigfabricanten om hun invloed aan te wenden bij het toekennen van een grote order. Deze omkooptschandalen bleven de media fascineren. Zowel de kranten als de beide tv-zenders beten er zich in vast. Dat ging zo een paar jaar door (1996, 1997, 1998), maar in 1999 – een verkiezingsjaar – was het plots gedaan.

Onze hypothese is dat de successen die het Vlaams Blok in de jaren negentig boekte, vooral te danken waren aan het toenemend belang van de criminaliteitsproblematiek. In grafiek 4 hebben we de cijfers samengebracht over criminaliteit. De witteboordencriminaliteit hebben we weggelaten, omdat het Vlaams Blok vooral bezorgd is over de kleine criminaliteit, inbraken, sexmisdaden, geweld enzovoort. Het eerste wat opvalt is dat het onderwerp enorm veel aandacht krijgt in de media. Weer is het populaire *Het Laatste Nieuws* de ongeslagen kampioen met een bijna consistente score van meer dan 20% verhalen over criminele feiten als voerpaginanieuws. Maar ook de andere kranten doen in dat verband aardig hun best. Als we ook de tv-verslaggeving erbij betrekken, dan stellen we vast dat van alle thema's waar het Vlaams Blok het monopolie op bezit, criminaliteit veruit het meest aan bod komt in de Vlaamse media. In feite is het het onderwerp dat over het algemeen op de sterkste belangstelling kan rekenen, en alleen voorbijgestoken wordt door het internationale nieuws (10,3% vs 9,1%) wat de tv betreft; in de kranten halen het internationale nieuws (11,6% vs 8,3%) en internationale crisissituaties (oorlogen, conflicten) (9,3% vs 8,3) het nipt op de berichtgeving over criminaliteit. Criminaliteit is groot nieuws!

GRAFIEK 4: Mediaberichtgeving over criminaliteit en de aanpak ervan (in %)



Voor de eerste, en enige, keer reageren de openbare en de commerciële zender helemaal verschillend. *VTM* steekt de *VRT* gemakkelijk voorbij. Op het einde van de periode die wij bestudeerd hebben, schenkt *VTM* tweemaal zoveel aandacht aan onderwerpen in verband met criminaliteit als de *VRT*. Merkwaardig genoeg loopt de curve over de hele tijdsperiode nagenoeg parallel, met dal- en piekmomenten op hetzelfde ogenblik. Geleidelijk aan wordt de afstand echter groter, met een opwaartse beweging van *VTM*. Vooral in de jaren 1996 en 1997 kreeg het thema van de criminaliteit bijzonder veel aandacht: de affaire Dutroux was toen op haar hoogtepunt. Het publiek was geschokt door het seksueel misbruik van en de gruwelijke moord op een aantal jonge meisjes. De media waren door het dolle heen. Dit leidde uiteindelijk tot de Witte Mars, de grootste protestmanifestatie die België ooit meemaakte (Walgrave en Manssens, 2000). Na deze periode van hoogconjunctuur

verzwakte de aandacht voor het thema criminaliteit maar heel langzaam. Een ander merkwaardig jaar is het verkiezingsjaar 1995: criminaliteit kwam bijna niet aan bod, in geen enkel van de kranten. Alles bij elkaar genomen steeg de aandacht voor het thema in de jaren negentig. Met uitzondering van *De Morgen* besteedden de kranten in de laatste jaren van de onderzochte periode meer tijd en aandacht aan het thema dan in de eerste jaren. Als we alle kranten samen nemen, dan steeg het percentage artikels over criminaliteit met 65%: van 5% in 1991 naar 8,3% in 2000. Wat de tv betreft, steeg het percentage met 49%: van 5,2% in 1993 naar 8,3% in 2000. Criminaliteit wordt altijd maar groter nieuws! Alleen al de aandacht die aan de hele kwestie van de criminaliteit besteed wordt sterkt ons in ons vermoeden dat het precies dit onderwerp is dat de aanhang van het Vlaams Blok doet toenemen.

We mogen besluiten dat de Vlaamse media gedurende de jaren negentig in toenemende mate aandacht besteedden aan de thema's die het Vlaams Blok als zijn monopolie beschouwt. Behalve het Vlaams nationalisme kregen het migrantenvraagstuk, de antipolitiek en de criminaliteit meer aandacht alhoewel het soms wel met hoogtes en laagtes ging. Vooral de antipolitiek en de criminaliteit lijken de beste kandidaten te zijn om de Vlaams Blok successen te helpen verklaren. Die thema's kregen bijzonder veel aandacht en tijd, en de dal- en piekmomenten kwamen op hetzelfde moment in alle vijf onderzochte media. De invloed van de media is hoogstwaarschijnlijk groter als alle media op hetzelfde moment dezelfde thema's steeds opnieuw opvoeren of juist links laten liggen en daardoor een gemeenschappelijke en alomtegenwoordige nieuwsagenda creëren.

Het samenspel van monopolie op een thema, agenda setting, en stemgedrag: zijn de media verantwoordelijk voor het succes van het Vlaams Blok?

Laat ons nu starten met het meest heikele deel van ons onderzoek. Het mag dan wel zo zijn dat drie van de vier specifieke thema's van het Vlaamse Blok in de jaren negentig bijzonder veel aandacht kregen, maar betekent dat ook dat de berichtgeving in de media bijgedragen heeft tot het succes van het Vlaams Blok? Bewijzen vinden voor mogelijke media-effecten is buitengewoon moeilijk. De klassieke methode is dat men de resultaten van longitudinale onderzoeken die het mediagebruik van een representatief staal van de bevolking meten, in verband brengt met gedetailleerde gegevens over de inhoud van het nieuws die gedurende een lange periode verzameld werden. Maar zelfs onder deze ideale omstandigheden is het, zonder een werkelijk experimenteel opgezette situatie, bijna onmogelijk om correlatie en causaliteit uit elkaar te houden. Mensen hanteren een eigen selectiemechanisme en hebben een duidelijke voorkeur voor bepaalde programma's of bepaalde kranten. Die bepaalde krant of die bepaalde zender zal hen dan ook beïnvloeden. Maar hoe zit het dan juist? Is er eerst de eigen voorkeur die bepaalt wat men leest of waar men naar kijkt, of vormen de media de smaak van het publiek? En wat dan met schijnverbanden, die teweeggebracht worden door een derde in het spel? Het is bijvoorbeeld zeer goed denkbaar dat er in Vlaanderen een *reële* toename was van problemen in verband met criminaliteit en immigratie, waardoor er meer media-aandacht was voor dit gegeven én dat het Vlaams Blok tegelijkertijd ook meer stemmen won. Als dat het geval zou zijn, dan zijn niet de media, maar is de realiteit zelf verantwoordelijk voor het succes van het Vlaams Blok. Spijtig genoeg komt deze factor in dit artikel niet aan bod, omdat we geen betrouwbare objectieve gegevens hebben.

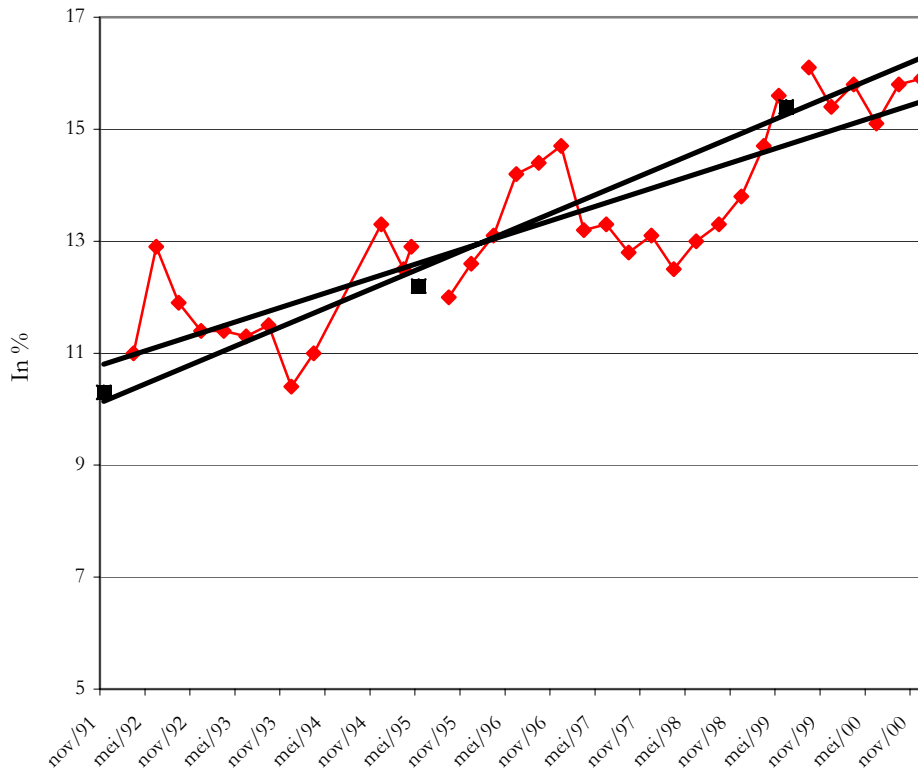
Een exploratieve analyse moet ons toelaten na te gaan of we redelijkerwijze mogen aannemen dat er een verband is tussen de groei van het Vlaams Blok en de belangstelling van de media voor bepaalde thema's. Onze analyse is op het ogenblik echter nog te verkennend om nu reeds een duidelijk beeld van het verband te hebben. In een verdere fase

van dit onderzoek zullen wij onze metingen nog verfijnen in de hoop sterker bewijs te kunnen ontwikkelen.

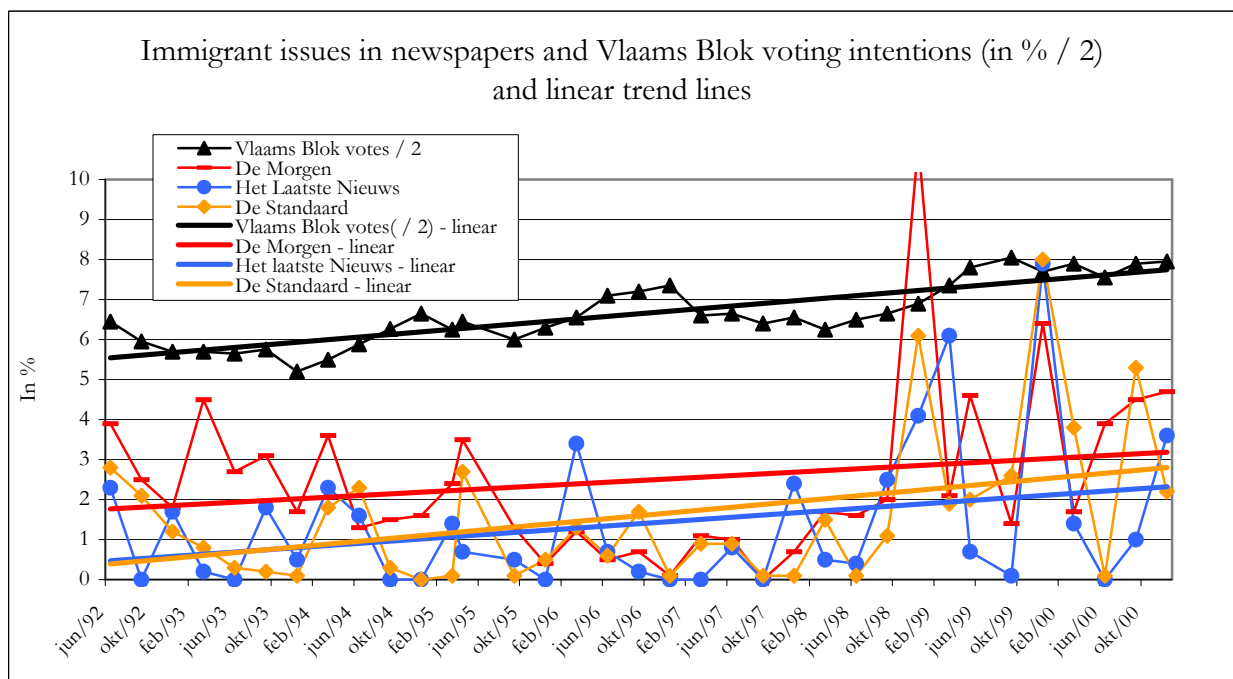
Een fundamenteel probleem waarmee wij in al onze analyses geconfronteerd worden is dat het verband tussen de afhankelijke variabele - (het voornemen te) stemmen voor het Vlaamse Blok – en de tussenliggende variabelen – de verschillende thema's van het Vlaams Blok – niet glashelder is. Kunnen we de vier thema's die typisch voor het Vlaams Blok zijn, gewoon op een hoop gooien met alle andere thema's? Wij hebben gesteld dat het Vlaams Blok tot op zekere hoogte een monopolie heeft op deze thema's, maar het is moeilijk vast te stellen hoe zwaar een bepaalde thematiek doorweegt bij een stem voor het Vlaams Blok. Onze bevraging ging in feite over het monopolie van het Vlaams Blok op bepaalde thema's, en niet zozeer over de volgorde van belangrijkheid in de ogen van de kiezers van het Vlaams Blok. Wat betekent het voor het Vlaams Blok dat er voor het Vlaams nationalisme minder interesse is vanwege de media, terwijl de aandacht voor de criminaliteitsproblematiek blijft stijgen? Compenseren deze twee bewegingen elkaar, of is het ene thema belangrijker geworden dan het andere? Gesteld dat we er kunnen van uitgaan dat het ene onderwerp in de plaats van het andere komt, kunnen we dan gewoon een optelsom maken van de aandacht die naar de verschillende onderwerpen gaat? Of moeten we de verschillende onderwerpen een verschillende weging meegeven, die met de tijd kan veranderen? Wij weten het niet. We moeten wel erg voorzichtig zijn met cumulatieve gegevens die alle thema's ongedifferentieerd samen nemen.

Voor analyses over ontwikkelingen in de tijd hebben wij gegevens over langere periodes nodig, met zoveel mogelijk meetpunten. Voor onze onafhankelijke variabele – de belangstelling van de media – hebben wij gedetailleerde, dagelijkse metingen. Voor onze afhankelijke variabele daarentegen – het succes van het Vlaams Blok – beschikken we maar over een beperkt aantal meetpunten: de drie verkiezingen in de jaren negentig. Wij zouden dat probleem kunnen oplossen door een aantal extra meetpunten in de tijd te creëren, door ook de resultaten van het Vlaams Blok bij andere verkiezingen mee in rekening te brengen. Het punt is echter dat deze verkiezingen zich in een andere context afspelen (Europees en lokaal). Ook het tijdstip ervan, namelijk in 1994 en 2000, dichtbij de nationale verkiezingen, maakt dat deze werkwijze geen goed alternatief is. Daarom hebben wij de voorkeur gegeven aan de resultaten van de peilingen over het stemgedrag die het INRA op zeer regelmatige tijdstippen uitvoert en die al sedert de beginjaren van 1990 om de drie maanden in *La Libre Belgique* gepubliceerd worden. Commerciële opiniepeilingen zijn natuurlijk niet altijd even betrouwbaar maar het zijn de enige gegevens waarover we beschikken. Wij zijn alleen geïnteresseerd in de *evolutie* van het voorgenomen stemgedrag, niet in het (voorspelde) resultaat van een partij. Grafiek 5 geeft weer – te beginnen vanaf 1991²⁴ – wat de kiesintenties waren die INRA noteerde, en wat het werkelijke kiesresultaat was voor het Vlaams Blok. De omvang én de trends van zowel de kiesintenties als van het effectief stemgedrag lopen parallel. Wij kunnen dus vrij gerust zijn dat de resultaten van de peilingen die het INRA uitvoert als een tamelijke betrouwbare afhankelijke variabele voor het succes van het Vlaams Blok kunnen fungeren. Maar alleen al het loutere feit dat enquêtes enkel intenties noteren, en niet het werkelijke kiesgedrag, en dat er altijd wel metingsfouten zijn – wat onder meer te wijten is aan het beperkt aantal respondenten – maakt dat het potentiële verband tussen mediabelangstelling voor thema's van het Vlaams Blok en de stemmen die het Vlaams Blok haalt, hoogstwaarschijnlijk onderschat wordt.

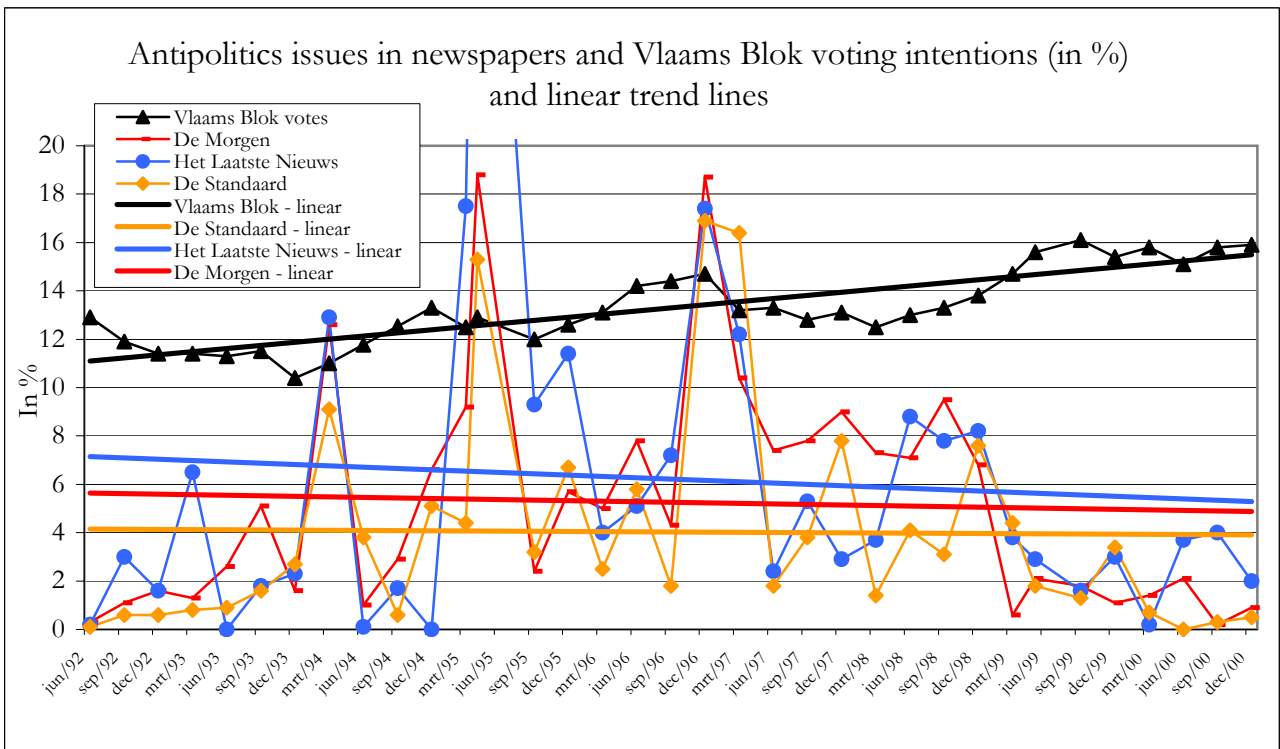
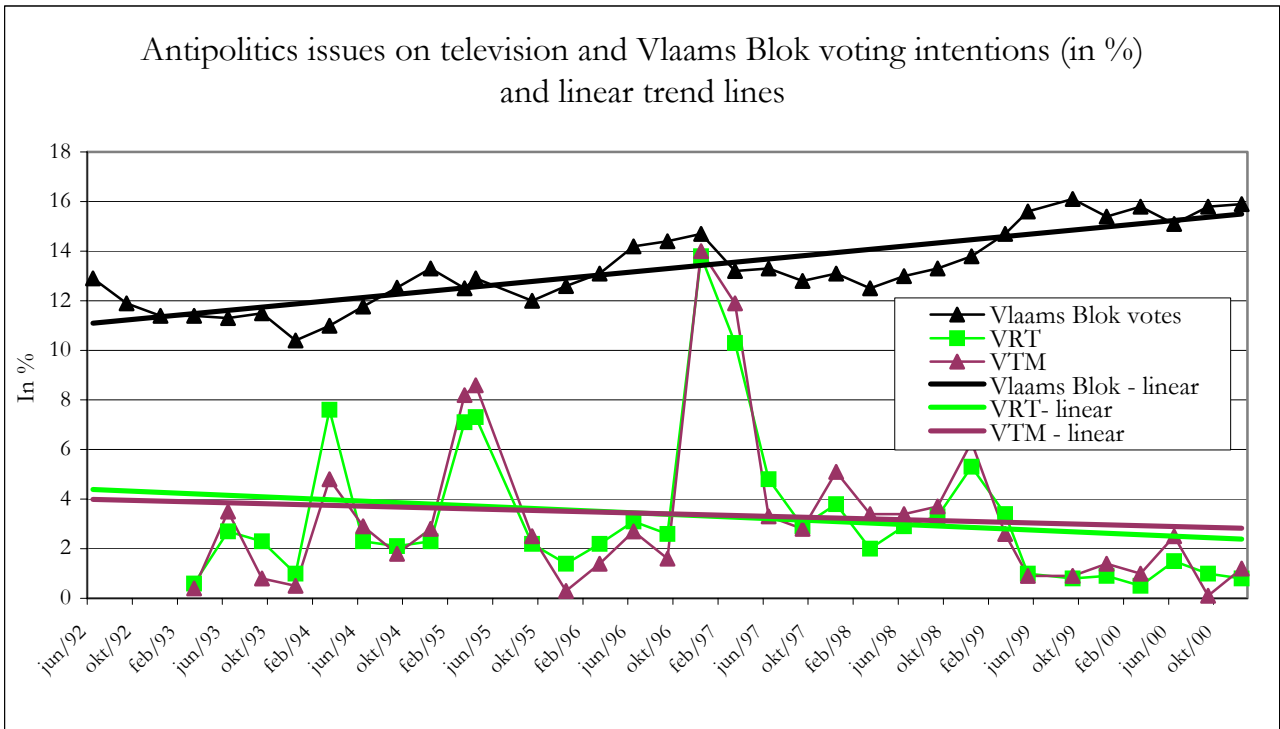
GRAFIEK 5: Kiesintenties (driemaandelijks INRA-peiling) en effectieve stemmen voor het Vlaams Blok in de jaren 90 (in %), met lineaire trendlijnen



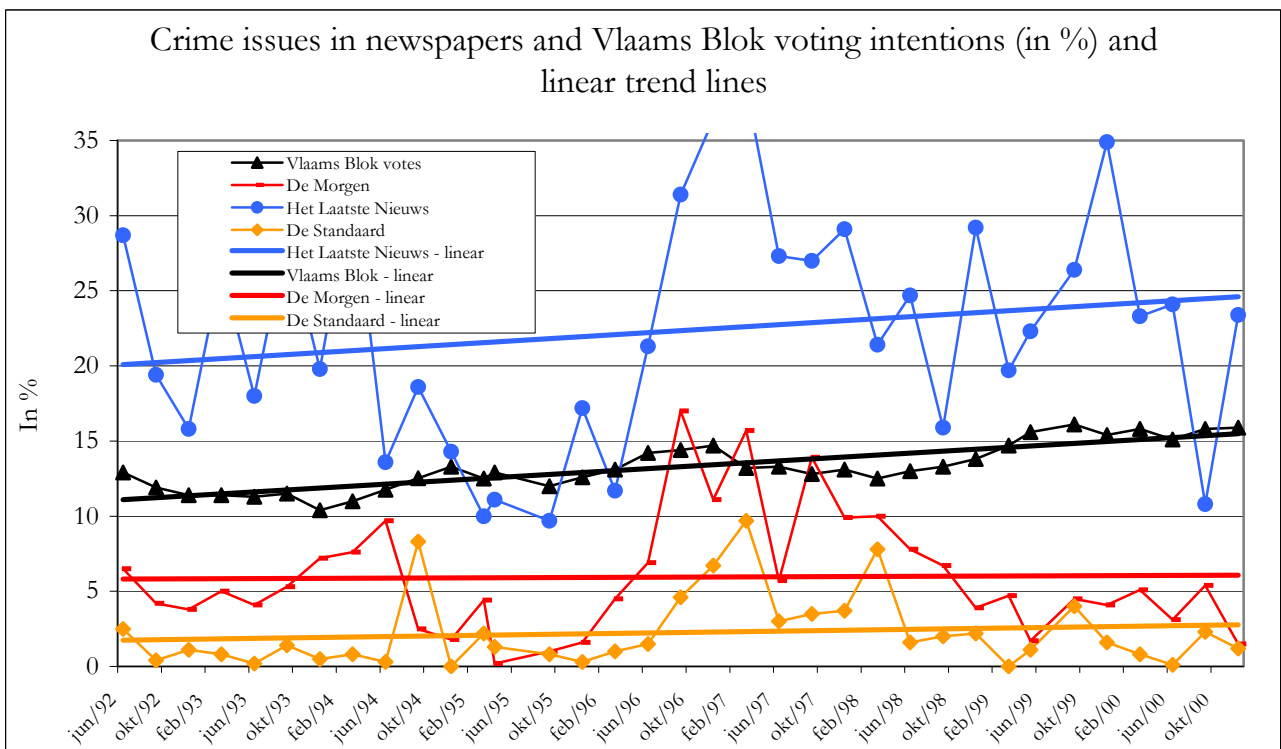
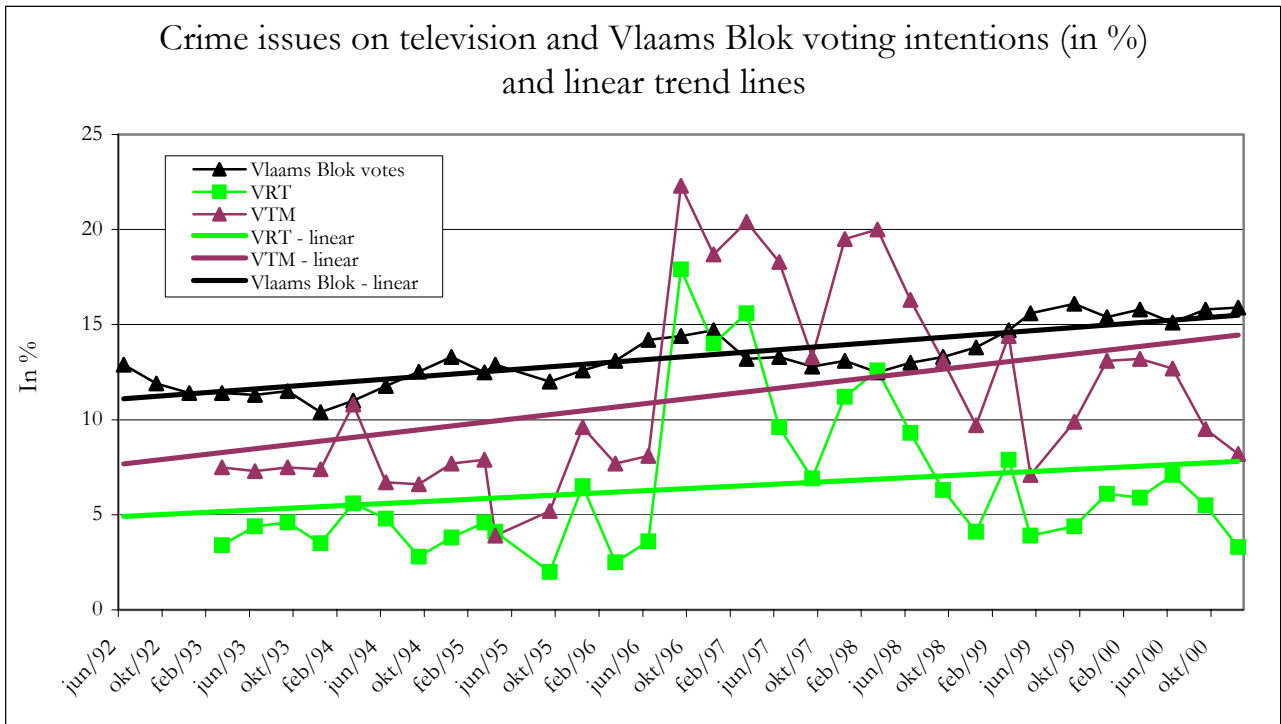
Wij hebben gekozen voor een eenvoudige analyse waarbij we voor de jaren negentig de inhoud van de nieuwsberichten in verband gebracht hebben met de kiesresultaten van het Vlaams Blok. Wij hebben daarbij enkel rekening gehouden met drie thema's: de migrantenproblematiek, de criminaliteit en de antipolitiek. Voor deze drie thema's hebben we lineaire trendlijnen gebruikt om in beeld te brengen of de groei van het Vlaams Blok parallel verloopt met de toename van zijn thema's, verder hebben we eenvoudige bivariabele correlaties berekend tussen de belangstelling van de media voor bepaalde thema's enerzijds en de verkiezingsuitslagen van het Vlaams Blok anderzijds. Deze, wat primitieve, langetermijnanalyses zijn consistent met de hypothese dat sommige processen in verband met *agenda setting* traag verlopen en een cumulatief effect hebben. Om bepaalde thema's in iemands hoofd te prenten heb je tijd nodig: je moet beetje bij beetje en telkens opnieuw iemands aandacht voor een bepaald thema trachten te sturen.



GRAFIEK 7: Media-belangstelling voor de antipolitiek (in %) en stemintenties voor het Vlaams Blok (in % / 2), met lineaire trendlijnen (over periodes van drie maanden)



GRAFIEK 8: Media- belangstelling voor criminaliteit (in %) en stemintenties voor het Vlaams Blok (in %), met lineaire trendlijnen (over periodes van drie maanden)



Een snelle blik op deze grafieken leert ons al dat ons bewijsmateriaal niet eenduidig is. In verband met de migrantenproblematiek is er bij de vijf onderzochte media een stijgende tendens merkbaar, die in overeenstemming is met de groei van het Vlaams Blok in de jaren negentig. Meer nog: de belangstelling van de vijf media nam ongeveer evenredig toe met de vooruitgang van het Vlaams Blok. Ons baserend op de stemmotieven die de kiezers aangaven en op de partijmanifesten, namen wij aan dat het migrantenthema waarschijnlijk minder belangrijk geworden was voor de verdere vooruitgang van het Vlaams Blok, maar de parallellen die we nu gevonden hebben zijn zo merkwaardig dat we ze niet kunnen negeren. Het omgekeerde geldt voor het thema van de antipolitiek. Alhoewel de media er minder aandacht aan schonken, bleef het succes van het Vlaams Blok gestaag toenemen. Op basis van deze eenvoudige analyse moeten wij aannemen dat nieuwsberichtgeving in verband met de antipolitiek niet verantwoordelijk is voor de vooruitgang van het Vlaams Blok. Berichtgeving in verband met criminaliteit leidt tot een verschillend resultaat: de meer populaire media (*VTM*, de *VRT* en *Het Laatste Nieuws*) kregen duidelijk meer aandacht voor dat onderwerp, maar bij de twee kwaliteitsdagbladen was er nauwelijks een toename (*De Standaard*), of eerder een lichte daling (*De Morgen*) merkbaar voor de thematiek.

Wat het meest opvalt is dat beide tv-zenders – die geen van beide weg te denken zijn in een Vlaams huisgezin – duidelijk veel meer gingen berichten over kwesties in verband met criminaliteit. Deze verhoogde aandacht liep praktisch parallel met de toename van het succes van het Vlaams Blok. Deze eenvoudige analyse van de trendlijnen laat ons als voorlopig besluit stellen dat het thema van de antipolitiek geen schuld treft, maar onze vermoedens ten overstaan van het migrantenthema en de criminaliteit blijken terecht te zijn.

Om deze eerste besluiten verder uit te zoeken hebben we de correlatiecoëfficiënt berekend tussen twee eenvoudige variabelen: de aandacht die van de media naar bepaalde thema's uitging in de drie maanden die de verkiezingen voorafgingen en de stemintenties voor het Vlaams Blok. Op basis van de INRA-gegevens over de periode van maart 1993 tot december 2000 hebben we zo 32 gevallen gecreëerd. Tabel 4 geeft de correlatiematrix weer.

TABEL 4: Eenvoudige bivariabele correlaties tussen enerzijds de aandacht van de media, gedurende de drie maanden die de verkiezingen voorafgingen, voor de migrantenproblematiek, de antipolitiek en criminaliteit en anderzijds de kiesintenties voor het Vlaams Blok (N=32)

	Het Laatste Nieuws	De Morgen	De Standa ard	Alle kranten	VTM	VRT	Alle tv- zenders	Alle media
Migranten	0,285	0,188	0,467	0,349	0,373	0,511	0,453	0,421
Antipolitiek	-0,083	-0,120	-0,038	-0,088	-0,072	-0,127	-0,099	-0,141
Criminaliteit	0,198	-0,067	0,104	0,127	0,230	0,147	0,196	0,154
Alle thema's	0,126	-0,068	0,160	0,087	0,232	0,226	0,232	0,127

De meeste coëfficiënten zijn eerder klein, maar wij hadden ook niet verwacht dat we sterke correlaties zouden vinden. Het is duidelijk dat in het kiesgedrag ook nog andere factoren meespelen dan alleen de aandacht die de media aan een bepaald thema besteden. In elk geval bevestigen de zwakke correlaties die de tabel toont, de conclusies die wij uit de trendlijnen getrokken hebben. De aandacht die naar migranten en asielzoekers gaat bepaalt in zekere mate, en consistent positief, het succes van het Vlaams Blok. Hoe meer de media over die thematiek berichten, hoe meer kiezers er zeggen dat zij bij de volgende verkiezingen voor het Blok zullen stemmen. De link tussen aandacht voor dat bepaalde thema en stemmen voor het Blok gaat op voor alle media; alleen voor *De Morgen* is het verband wat minder uitgesproken. Weer blijkt dat er geen correlatie is tussen het thema van de antipolitiek en de verkiezingsuitslagen van het Vlaams Blok. Integendeel zelfs: voor alle media geven de coëfficiënten eerder een (zwakke) negatieve correlatie – als de aandacht voor de antipolitiek toeneemt, stagneert het Vlaams Blok of gaat het zelfs achteruit. Ook hierin is dus een bewijs te vinden dat de antipolitiek vrijuit gaat wat betreft het succes van het Vlaams Blok. Aandacht voor criminaliteit, daarentegen, is consistent en positief gerelateerd aan stemmen voor die partij. Alleen *De Morgen* is hierop de uitzondering. Het verband met de commerciële zender, *VTM*, is zeer sterk. Hetzelfde geldt in mindere mate voor het populairste Vlaamse dagblad, *Het Laatste Nieuws*.

Meer algemeen kunnen we stellen dat de correlatiecoëfficiënten voor de tv-zenders en voor de *tabloid Het Laatste Nieuws* merkkelijk hoger liggen dan die voor de kwaliteitskranten (met uitzondering van de berichtgeving van *De Standaard* over de migrantenproblematiek). Waarschijnlijk is het zo dat de berichtgeving op populaire zenders en in de *tabloids* meer invloed heeft op het succes van het Vlaams Blok dan dat zulks voor de kwaliteitskranten het geval is. Samengevat: onze gegevens suggereren dat de migrantenproblematiek (ongeacht het medium) of de criminaliteit (in de populaire verslaggeving) de beste kandidaten zijn om mediaverslaggeving rechtstreeks in verband te brengen met het succes van het Vlaams Blok.

Ons onderzoek baseren op periodes van telkens drie maanden is natuurlijk niet erg consistent met onze bewering dat *agenda setting* en verkiezingsthema's langetermijnaangelegenheden zijn. Het is door telkens opnieuw, jaar na jaar, dezelfde thema's te benadrukken dat er een cumulatief effect ontstaat. De media-agenda is voortdurend in beweging. Wat op het ene ogenblik een topprioriteit is, zinkt even snel weer weg. Daarom hebben wij alle gevonden correlaties tussen het voortdurend geconfronteerd worden met een bepaalde problematiek en de kiesintenties opnieuw berekend, maar dit keer hebben we dat gedaan over het volle jaar dat aan de verkiezingen voorafging. De resultaten worden weergegeven in Tabel 5.

TABLE 5: Eenvoudige bivariabele correlaties tussen enerzijds de thema's migranten, antipolitiek en criminaliteit (gedurende een vol jaar voorafgaand aan de verkiezingen) en anderzijds kiesintenties voor het Vlaams Blok (N=32)

	Het Laatste Nieuws	De Morgen	De Standaard	All newspapers	VTM	VRT	All TV- channels	All media
Migranten	0,704	0,358	0,771	0,645	0,635	0,767	0,719	0,694
Antipolitiek	-0,146	-0,226	-0,079	-0,166	-0,125	-0,183	-0,155	-0,168
Criminaliteit	0,149	-0,121	0,021	0,052	0,267	0,139	0,216	0,142
Alle thema's	0,152	-0,134	0,205	0,073	0,296	0,287	0,294	0,196

Zoals te verwachten was, zijn bijna alle coëfficiënten nu lichtjes gestegen. Dat geeft steun aan onze bewering dat het langetermijneffect speelt: er is een sterker verband tussen voorkeur voor het Vlaams Blok en langdurige media-aandacht voor een bepaalde thematiek dan bij kortstondige aandacht voor diezelfde thematiek. Over het algemeen genomen zijn de gevonden correlaties op basis van een volledig jaar consistent met de coëfficiënt over een periode van drie maanden. Het migrantenthema is de grote uitzondering, met op jaarbasis zeer hoge correlatiecoëfficiënten. Ook hier is het verband tussen het Vlaams Blok en tv-berichtgeving duidelijker sterker dan dat zulks het geval is voor de kranten.

Alhoewel we geen bewijs hebben van een oorzakelijk verband, wijzen de meeste cijfers minstens toch in de richting van een correlatie tussen enerzijds berichtgeving over de migrantenproblematiek en criminaliteit en anderzijds het succes van het Vlaams Blok. Wij willen hier graag bijkomend, alhoewel onrechtstreeks, bewijsmateriaal brengen dat onze beweringen staft. Dit materiaal moet nog grondiger worden uitgediept. Het is wel een begin van bewijs dat er op het individuele niveau een verband is tussen wat de media vertellen en het kiesgedrag. Deze link ontbrak tot nog toe in onze macro-analyse. Onze analyse toont aan dat vooral de meest populaire media – meer bepaald de commerciële zender *VTM* en de krant *Het Laatste Nieuws* – bijzonder veel aandacht schenken en veel plaats inruimen voor thema's van het Vlaams Blok. Deze verschillen hoeven geen verbazing te wekken. Zij liggen in het verlengde van heel veel ander onderzoek over publieke versus openbare omroepen en hun respectief publiek (voor een overzicht: zie Holtz-Bacha en Norris, 2001). In 1998 verzamelden Elchardus en Hooghe (Elchardus e.a., 1998; Hooghe, 2002) enquêtegegevens over het kijkgedrag en het lezen van kranten in Vlaanderen. Zij peilden ook naar het kiesgedrag²⁵. Wij wilden nagaan of respondenten die vooral gebruik maken van de populaire media, geneigd zijn hun stem uit te brengen op het Vlaams Blok. Dat is inderdaad zo! Van alle Vlaams-Blokkiezers geeft 48% *VTM* op als hun favoriete zender tegen slechts 22% van de *VRT*-kijkers²⁶. Wat de kranten betreft: 54,% van de kiezers van het Vlaams Blok leest *Het Laatste Nieuws*. Dat staat in scherp contrast met de lezers van *De Standaard* (4,2%) en van *De Morgen* (0%!). Er is nog verdere analyse met meerdere variabelen vereist om deze cijfers in perspectief te plaatsen, maar deze resultaten zijn in elk geval consistent met onze stelling dat het kiespubliek van het Vlaams Blok een duidelijke voorkeur heeft voor precies die media die de thema's van het Vlaams Blok benadrukken. Deze gegevens sterken ons in onze overtuiging dat de Vlaamse media waarschijnlijk bijgedragen hebben tot de sterke groei van het Vlaams Blok in de jaren negentig.

Conclusie

Onbarmhartige critici zouden natuurlijk gemakkelijk kunnen opwerpen dat we wel veel gesuggereerd, maar helemaal niets bewezen hebben. Zij hebben gelijk. Wij zijn er sterk van overtuigd dat we heel wat argumenten aangebracht hebben om een verband aan te tonen tussen het succes van extreem-rechts en de aandacht die de pers aan de thema's van die partij besteedt, maar we hebben geen harde en sluitende bewijzen dat media-aandacht voor thema's als migrantenproblematiek en criminaliteit effectief geleid hebben naar het verontrustende succes van het Vlaams Blok. We beschikken eenvoudigweg niet over de

nodige gegevens. Het is bijvoorbeeld best mogelijk dat er eerst bepaalde ontwikkelingen op het gebied van criminaliteit en antipolitiek aan de gang waren, die dan aandacht kregen van de media én tegelijkertijd ook bijdroegen tot het succes van het Vlaams Blok. Wij moeten ook voorzichtig te werk gaan vooraleer wij de mogelijkheid uitsluiten dat er éerst succes was voor het Vlaams Blok en dat de media pas daarna heel veel aandacht begonnen te schenken aan de thema's van het Blok. Dat was bijvoorbeeld in Italië het geval met de Lega Nord en de media (Biorcio, 2002). Het feit dat vooral de populairste, commerciële media – die voor hun reclame-inkomsten afhankelijk zijn van een zo groot mogelijk aantal kijkers of lezers – die thema's bespelen, wil zeggen dat het gros van het Vlaamse publiek geïnteresseerd is in dit soort berichtgeving en zich wel degelijk zorgen maakt over de toenemende immigratie en criminaliteit. Wij worden hier hoogstwaarschijnlijk geconfronteerd met het omgekeerde van de al klassiek geworden *virtuous circle* van Pippa Norris (2000). Wij hebben eerder te maken met een *vicious circle*. Wie stemt voor het Vlaams Blok gebruikt die media die het meest overeenstemmen met de eigen opvattingen (en angsten), en op hun beurt versterken die media die attitudes en prioriteiten.

Wij mogen ervan uitgaan dat de aandacht van de media voor migrantenkwesties en criminaliteit gedurende de laatste tien jaar niet alleen in België toegenomen is. Nochtans is het niet zo dat in de landen waar die stijging zich ook voordeed, de extreem-rechtse partijen sterk staan. In het Verenigd Koninkrijk kreeg extreem-rechts nooit een voet aan de grond alhoewel het land bekend is voor zijn meedogenloze riooljournalistiek, met een ongezonde voorkeur voor criminaliteit. In dit geval heeft dat waarschijnlijk te maken met het gesloten kiessysteem dat het land kent. Maar ons punt is dat de aandacht die de media besteden aan thema's die vooral extreem-rechtse partijen claimen, *op zich* niet automatisch succes voor die partijen met zich meebrengt. Het succes van dergelijke partijen is te wijten aan het samenspel van de communicatiestrategie van de partij, institutionele structuren, maatschappelijke problemen die zich op een gegeven moment aandienen en de belangstelling van de media. Alleen systematisch vergelijkend onderzoek kan deze complexe causaliteit ontwarren. Wij hopen dat wij in de nabije toekomst zullen kunnen beschikken over een vergelijkbare inhoudelijke analyse voor het Franstalige landsgedeelte waar extreem-rechts nagenoeg afwezig is en – in electorale termen – slechts een dwerg is vergeleken met het Vlaams Blok. De Franstalige media zullen naar alle waarschijnlijkheid even veel en in toenemende mate aandacht geschonken hebben aan thema's als criminaliteit en antipolitiek. Dat staft onze stelling dat er interactie moet zijn tussen de media en iets of iemand anders, willen ze enig effect ressembleren.

Keren we ten slotte terug naar onze oorspronkelijke vraagstelling: *Doet het ertoe welk nieuws er gebracht wordt?* Wij denken dat wij de hypothese aannemelijk gemaakt hebben dat de berichtgeving in de Vlaamse media bijgedragen heeft tot het succes van het Vlaams Blok. De uitgebreide en toenemende aandacht die vooral de populaire en meest gelezen of bekeken media besteed hebben aan de migrantenproblematiek en aan de criminaliteit, is positief gerelateerd aan de electorale groei van het Vlaams Blok in de jaren negentig. Onze voorlopige conclusie luidt dan ook: *Wat er in het nieuws verteld wordt, is wel degelijk belangrijk.*

Literatuur

- ANSOLABEHRE, Steven, Roy BEHR, Shanto IYENGAR (1991), 'Mass media and elections. An Overview' in *American Politics Quarterly*, 19, p. 109-139.
- ANCKAR, Karsten (2000), 'Size and Party System Fragmentation' in *Party Politics*, 6,3, p. 305-328.
- BILLIET, Jaak, Marc SWYNGEDOUW, Ann CARTON (1993), 'Protest, Ongenoegen en Onverschilligheid op 24 november... en nadien' in *Res Publica*, 35, 2, p. 221-235.
- BILLIET, Jaak (1993), *Ondanks beperkt zicht*. Brussel, VUBPress.
- BILLIET, Jaak, Marc SWYNGEDOUW (1995), 'De keuze tussen groen en extreem-rechts. Sporen van een nieuwe breuklijn' in *Res Publica*, 35, 2, p. 247-262.
- BILLIET, Jaak, Hans DE WITTE (1995), 'Attitudinal dispositions to vote for a "new" extreme right-wing party: The case of 'Vlaams Blok' in *European Journal of Political Research*, 27, p. 181-202.
- BILLIET, Jaak, Marc SWYNGEDOUW, Astrid DEPICKERE, Erik MEERSSEMAN (2001), *Structurele determinanten van het stemgedrag en culturele kenmerken van de kiezerskorpsen in Vlaanderen*. ISPO-paper.
- BILLIET, Jaak, Hans DE WITTE (2001), 'Wie stemde in juni 1999 voor het Vlaams Blok en waarom?' in *Tijdschrift voor Sociologie*, 22, 1, p. 5-35.
- BIORCIO, Roberto (2002), 'The Northern League and the Italian Media System' in Gianpetro MAZZOLENI, Bruce HORSFIELD and Julianne STEWART, *Supporting and undermining populism. The media and the neopopulist movements*. Westpoint, Praeger.
- BUDGE, Ian, D.J. FARLIE (1983), *Explaining and Predicting Elections: Issue-Effects and Party Strategies in Twenty-three democracies*. London, Allen and Unwin.
- BUDGE, Ian, David ROBERTSON, Derek HEARL (eds.) (1987), *Ideology, Strategy and Party Choice. Spatial Analysis of Post-war Election Programmes in 19 Democracies*. Cambridge, Cambridge University Press.
- CARMINES, Edward G., James A. STIMSON (1989), *Issues Evolution. Race and the transformation of American politics*, Princeton, Princeton University Press.
- CARMINES, Edward G. (1991), 'The Logic of Party alignments' in *Journal of theoretical Politics*, 3 (January 1991), p. 65-80.
- CUYT, Bjorn, Knut DE SWERT (2000), *Media en politiek. Een kwantitatieve analyse van de binnenlandse politieke berichtgeving in drie Vlaamse kranten*. Antwerpen, UIA.
- HILGARTNER, Stephen, Charles L. BOSK (1988), 'The Rise and Fall of Social Problems, A Public Arenas Model' in *American Journal of Sociology*, 94, 1, p. 53-78.
- COHEN, Bernard. C. (1963), *The Press and Foreign Policy*. Princeton, Princeton University Press.
- DALTON, Russel J., FLANAGAN C. Scott, Paul Allen BECK (eds.) (1984), *Electoral Change in Advanced Industrial democracies*. Princeton, Princeton University Press.
- DALTON, Russel, J., Paul Allen BECK, Robert HUCKFELDT, William KOETZLE (1998), 'A Test of the Media-Centred Agenda Setting: Newspaper Content and Public Interests in a Presidential Election', in *Political Communication*, 15, p. 463-481.
- DEARING, James W., Everett M. ROGERS (1996) *Agenda-setting*. Thousand Oaks, Sage.
- DE SWERT, Knut (2002) *The cordon sanitaire in the Flemish media*. Paper for the ECPR joint workgroup sessions, 22-28 March 2002.
- DOWNS, Anthony (1972), 'Up and Down with Ecology: the Issue-Attention Cycle' in *Public Interest*, 28, p. 38-50.
- ELCHARDUS, Marc (1994), 'Gekaapte Deugden' in *Samenleving en Politiek*, 1, 1, p. 20-27.
- ELCHARDUS, Marc, Koen PELLERIAUX (1998) 'De polis verdeeld – hoe de kiezers links en rechts herdefiniëren' in Marc SWYNGEDOUW, Jaak BILLIET, Ann CARTON en Roeland BEERTEN (red.), *De (on)redelijke kiezer*. Leuven, ACCO, p. 183-210.

- ELCHARDUS, Marc, Marc HOOGHE, Wendy SMITS (1998), *Technisch verslag bij de survey TOR98. 2. Algemene beschrijving, frequenties, codeboek en vragenlijst*. TOR-Rapport 1998/23, Brussel, VUB.
- GERBNER, George (1980), 'The mainstreaming of America' in *Journal of Communication*, 30, p. 10-29.
- GOVAERT, Serge (1992) 'Le Vlaams Blok et ses dissidences' in *Courier hebdomadaire du CRISP*, 1365.
- HOLTZ-BACHA, Christina, Pippa NORRIS (2001), "'To entertain, inform, and educate": Still the role of public television?' in *Political Communication*, 18, p. 123-140.
- HOOGHE, Marc (2002), 'Watching Television and Civic Engagement. Disentangling the Effects of Time, Programs, and Stations' in *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 7, 2, p. 220-240.
- IGNAZI, Piero (1992), 'The silent counter-revolution. Hypotheses on the emergence of extreme right-wing parties in Europe' in *European Journal of Political research*, 22, p. 3-34,
- IYENGAR, Shanto, Donald R. KINDER (1987), *News that matters*. Chicago, University of Chicago Press.
- KLEINIENHUIS, Jan, Dirk OEGEMA, Jan DE RIDDER, Herman BOS (1995), *De democratie op drift. Een evaluatie van de verkiezingscampagne van 1994*. Amsterdam, VU Uitgeverij.
- LANE, Robert E. (1962), *Political ideology. Why the common American man believes what he does*. New York, the Free Press.
- LANE, Jan-Erik, Svante O. ERSSON (1991), *Politics and society in Western Europe*. London, Sage.
- LAZARUSFELD, Paul F., Bernard BERELSON, Hazel GAUDET (1944) *The people's Choice, How the Voter Makes up his Mind in a presidential Campaign*. New York, Columbia University Press.
- LIJPHART, Arend (1994), *Electoral systems and party systems: A study of twenty-seven democracies 1945-1990*. New York, Oxford University Press.
- MADDENS, Bart (1994), *Kiesgedrag en partijstrategie*. Leuven, afdeling politicologie.
- MADDENS, Bart (1998), 'De partijkeuze en de beleidsthema's' in Marc SWYNGEDOUW, Jaak BILLIET, Ann CARTON en Roeland BEERTEN (red.), *De (on)redelijke kiezer*. Leuven, Acco, 69-91.
- MADDENS, Bart, Istvan HAJNAL (2001), 'Alternative models of issue voting: The case of the 1991 and 1995 elections in Belgium' in *European Journal of Political Research*, 39, p. 319-346.
- MASKET, Seth (2000), *A campaign state of mind, The Activation of Latent Partisanship and Issue Ownership in Local Elections*. Paper for the 2000 Annual Meeting of the American Political Science Association, Washington, August 31-September 3, 2000.
- MCCOMBS, Maxwell E., David SHAW (1972), 'The agenda-setting function of the mass media' in *Public Opinion Quarterly*, 69, 4, p. 813-824.
- MCCOMBS Maxwell E., Esteban Lopez-ESCOBAR, Juan Pablo LLAMAS (2000), 'Setting the Agenda of attributes in the 1996 Spanish General Election' in *Journal of Communication*, 50, 2, p. 77-92.
- MERRILL, Samuel, Bernard GROFMAN (1997), 'Directional and proximity of voter utility and choice: a new synthesis and an illustrative test of competing models' in *Journal of Theoretical Politics*, 9, p. 25-48.
- MÜLLER, Wolfgang C., Kaare STRØM (1999), *Policy, Office or Votes? How political parties in Western Europe make hard decisions*. Cambridge, Cambridge University Press.
- NARUD, Hanne Marthe, Henry VALEN (2001), *Issue Ownership in a multidimensional Policy Space: voters' Evaluation of party Performance*. Paper for the 2001 Annual Meeting of the American Political Science Association, San Francisco, August 30-September 2 2001.

- NORRIS, Pippa (1997), 'The Battle for the Campaign Agenda' in Anthony KING (ed.), *New Labour Triumphs, Britain at the Polls 1997*. Chatham, NJ, Chatham House.
- NORRIS, Pippa, John CURTICE, David SANDERS, Margaret SCANNELL, Holli A SEMETKO (1999), *On Message. Communicating the Campaign*. London, Sage Publications.
- NORRIS, Pippa (2000), *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge, Cambridge University Press.
- PAGE, Benjamin I, Robert Y. SHAPIRO (1992), *The rational Public. Fifty years of trends in Americans' policy preferences*. Chicago, University of Chicago Press.
- PATTERSON, Thomas (1993), *Out of Orde.*, New York, Knopf.
- PETROCIK, John R. (1990), *The Theory of Issue Ownership, Issues, Agendas, and Electoral Coalitions in the 1988 Election*. UCLA paper.
- PETROCIK, John R. (1996), 'Issue ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study' in *American Journal of Political Science*, 40, p. 825-850.
- PUTNAM, Robert D. (2000), *Bowling Alone*. New York, Simon en Schuster.
- RUCHT, Dieter, Friedhelm NEIDHARDT (1998), 'Methodological Issues in Collecting Protest Event Data: Units of Analysis, Sources and Sampling, Coding Problems' in Dieter RUCHT, Ruud KOOPMANS, Friedhelm NEIDHARDT (eds.), *Acts of Dissent: New Developments in the Study of Protest*. Berlin, WZB.
- SWYNGEDOUW, Marc (1992), *Waar voor je waarden. De opkomst van Vlaams Blok en Agalev in de jaren '80*. Leuven, ISPO.
- SWYNGEDOUW, Marc, Roeland BEERTEN (1996), 'De cognitieve en affectieve motieven van partijkeuze. De nationale verkiezingen van 21 mei 1995' in *Res Publica*, 39, 3-4, p. 555-574.
- SWYNGEDOUW, Marc, Roeland BEERTEN, Jaak BILLIET (1997), 'Les motivations électorales en Flandre 21 mai 1995' in *CRISP-Courrier hebdomadaire*, 1557.
- SWYNGEDOUW, Marc (2001), 'The subjective cognitive and affective map of extreme right voters: using open-ended questions in exit-polls' in *Electoral Studies*, 20, 2, p. 217-241.
- SWYNGEDOUW, Marc, Eric MEERSSEMAN, Jaak BILLIET (2001), *Motieven in de partijkeuze. De nationale verkiezingen van 13 juni 1999. Resultaten van de VRT-Tijd-ISPO-exit poll*. ISPO-bulletin 2001/42, Leuven, ISPO.
- WALGRAVE, Stefaan, Jan MANSSENS (2000), 'The Making of the White March: the Mass Media as a Mobilizing Alternative to Movement Organisations' in *Mobilisation*, 5, 2, p. 217-239.

¹. Dit artikel is een aangepaste versie van een paper die voorgesteld werd tijdens de *ECPR-joint workshop sessions*, Torino, 22-27 maart 2002

². Het Vlaams Blok is een van de zogenaamde 'nieuwe' extreem-rechtse partijen. De fascistische traditie is er niet zo nadrukkelijk aanwezig en zij hebben het niet gemunt op de grondslagen zelf van de democratie. Nieuw extreem-rechts stelt zich gematigder op en concentreert zich vooral op thema's als migranten en veiligheid. De partijen kenmerken zich door een populistisch en antipolitiek discours (Ignazi, 1992).

³. In dit artikel zullen wij ons telkens baseren op de verkiezingsuitslagen voor de Kamer van Volksvertegenwoordigers. Wij beperken ons bovendien tot Vlaanderen omdat de verschillen tussen beide landsgedeelten, zowel wat de partijstelsels als wat de politieke en electorale arena's betreft, te groot zijn om ze hier samen te bespreken. Ook in Wallonië is er een extreem-rechtse partij, het Front National, maar die partij kent veel minder succes dan in Vlaanderen. Zij verloor bovendien stemmen (van 2,3% in 1995 naar 1,5% in 1999) en viel tijdens de verkiezingen van juni 1999 van twee zetels terug naar één.

⁴. Het aantal effectieve partijen bedraagt volgens de schaal van Lijphart (1994) op dit ogenblik 9,05.

⁵. De federale regering is zelfs samengesteld uit zes verschillende partijen.

⁶. Ons oordeel over het programma van het Vlaams Blok voor 1999 is slechts gebaseerd op de samenvatting ervan.

⁷. De informatie die her en der beschikbaar is over de verkiezingscampagnes van het Vlaams Blok toont aan dat de partij inderdaad slechts een beperkt aantal thema's bespeelt (Govaert, 1992).

⁸. Andere analyses van het kiespubliek van het Vlaams Blok die uitgevoerd werden aan de hand van gesloten (en gewogen) vragen verwijzen naar precies dezelfde vier thema's die wij met onze open vragen op het spoor gekomen zijn. (Voor de verkiezingen van 1991, zie Billiet en De Witte, 1995; voor de verkiezingen van 1999, zie Billiet en De Witte, 2001). Voor wat 1999 betreft, bleek uit een logistische regressieanalyse dat precies die attitudes die sterk met deze vier thema's samenhangen de beste voorspellers zijn van een stem voor het Vlaams Blok. In die analyse werd rekening gehouden met alle andere traditionele socio-demografische en attitudinale variabelen (Billiet en De Witte, 2001). Deze themagebonden motieven werden dus niet ingegeven door de toegepaste methode van open vragen, maar bleken integendeel, na controle van een hele reeks variabelen, cruciale factoren te zijn bij de verklaring waarom iemand voor het Vlaams Blok stemt.

⁹. De getallen in Tabel 1 zijn secundaire gegevens die wij uit andere bronnen gehaald hebben: voor 1991 hebben wij gebruik gemaakt van Billiet e.a., 1993 en Billiet, 1993; voor 1995 van Swyngedouw e.a., 1997; voor 1999 van Swyngedouw e.a., 2001. Om vergelijking over verschillende jaren mogelijk te maken zijn in sommige cellen van deze tabel gegevens samengevoegd die oorspronkelijk meer gedetailleerd waren. Vergelijkingen over verschillende jaren vragen een omzichtige aanpak. In 1991 werd lichtjes anders gecodeerd dan in 1995-1999, vooral wat betreft de (her)groepering van thema's in verband met de antipolitiek. Bovendien verschilde ook de werkwijze: in 1991 werd pas maanden na de verkiezingen aan de hand van enquêtes nagegaan welke thema's de bezorgdheid van de kiezers wegdroegen; in de periode 1995-1999 gebeurde dat aan de hand van *exit polls*, onmiddellijk nadat de kiezers hun stem uitgebracht hadden. Daardoor kreeg het thema van de antipolitiek waarschijnlijk ook een te hoge score. De percentages per kolom komen niet uit op 100% omdat de respondenten meer dan één stemmotief mochten aangeven, alhoewel de meeste toch maar slechts één motief aanhaalden. De kiezers van het Vlaams Blok waren het minst geneigd om mee te werken aan de enquête. Swyngedouw en Beerten gaan ervan uit dat vooral kiezers die zich tegen de politiek afzetten, het meest weigerachtig waren.

¹⁰. In 1991 werd pas maanden na de verkiezingen via een bevraging nagegaan over welke thema's de burgers bijzonder bezorgd waren; in de periode 1995-1999 gebeurde dat aan de hand van exit polls, onmiddellijk nadat de kiezers hun stem uitgebracht hadden. Het is dus best mogelijk dat de gegevens in 1991 beïnvloed zijn geweest door de interpretatie van de verkiezingsuitslagen door de media in de periode tussen de verkiezingen en de enquête, of omdat de kiezer zelf een andere kijk gekregen had op de verkiezingsresultaten, of omdat hij of zij de eigen stemmotieven ondertussen anders ging interpreteren (Swyngedouw en Beerten, 1996). Na de verkiezingen van 1991 besteedden vooral de media zeer veel aandacht aan de anti-migrantenreflex en in het bijzonder aan het hoge gehalte aan antipolitieke gevoelens die tot uiting kwamen in de dramatische verkiezingsuitslag.

Hoogstwaarschijnlijk heeft deze media-aandacht tot gevolg gehad dat de kiezers in 1991 de migrantenkwestie gingen overbenadrukken (Billiet en De Witte, 1995).

¹¹. Onder de hoofding 'antipolitiek' hebben we verschillende motieven samengebracht: politieke schandalen (omkoperij, allerlei gore zaken...), afrekening met de politieke elites, het gevoel geen enkele greep te hebben op de politiek, ontgoocheling over het beleid. Het probleem is dat de codering die in 1991 voor deze categorieën gebruikt werd niet helemaal dezelfde is als die over de periode 1995-1999. Dat is hoogstwaarschijnlijk ook weer de verklaring dat de kwestie van de antipolitiek in 1991 overtrokken werd. Wij zijn er helemaal niet zo zeker van dat de maatstaf die wij gebruikt hebben om het belang van het thema van de antipolitiek te meten, een goede maatstaf is. Bovendien gaat het om een nogal dubbelzinnige kwestie en is het bijzonder moeilijk er greep op te krijgen. In feite gaat het hier om een retoriek waar andere kwesties achter schuilgaan, om een vlag die verschillende ladingen dekt.

¹². Verschillende opiniepeilingen die juist voor de verkiezingen werden gehouden, bevestigden dat. Volksgezondheid werd als bij toverslag dé topprioriteit (97,8%) van de kiezers. Het milieu volgde op de vierde plaats (93,6%) (*De Financieel-Economische Tijd* van 12 juni 1999). Als wij weten dat 42,0% van de kiezers verklaard had dat de zorg voor het milieu en de volksgezondheid van doorslaggevend belang zouden zijn voor de wijze waarop zij hun stem zouden uitbrengen (*Het Laatste Nieuws* van 11 juni 1999) is het overduidelijk dat deze kwestie hét discussiethema bij uitstek was in de periode vlak voor de verkiezingen.

¹³. Dat geldt natuurlijk alleen maar voor kiezers die effectief hun stem uitgebracht hebben. Kiezers die blanco of ongeldig gestemd hebben, geven nog veel meer blijk van uitgesproken anti-politieke gevoelens: 87,9% van deze kiezers geven de antipolitiek aan als motivatie voor hun stemgedrag (Swyngedouw e.a., 2001). Zeker bij deze kiezers (of afhakers) is er nog een belangrijk reservoir aan stemmen voor het Vlaams Blok.

¹⁴. Onderzoek dat Billiet en De Witte (1995) aan de hand van gesloten (en gewogen) vragen uitgevoerd hebben over de verkiezingen van 1991 toont aan dat het oordeel van de kiezers van het Vlaams Blok over criminaliteit en het beleid in verband met criminaliteit wel degelijk verschilde van het oordeel van kiezers van andere partijen. Criminaliteit was dus reeds in 1991 een belangrijk thema voor de kiezers van het Vlaams Blok.

¹⁵. Ook ander onderzoek dat gebruik maakte van controles met verschillende variabelen en gewogen attitudes bevestigt dat het thema van de criminaliteit tussen 1991 en 1999 steeds belangrijker werd als verklaring waarom iemand voor het Vlaams Blok stemt (Billiet en De Witte, 2001).

¹⁶. Omdat het aanbrengen van codes een saaie en dure zaak is, waren we oorspronkelijk van plan om de kranten slechts om de twee dagen uit te pluizen. Vorig onderzoek over de Belgische kranten had aangetoond dat de zaterdagkrant meer politiek nieuws brengt dan op andere dagen (Cuyt en De Wert, 1999) en daarom besloten we alle zaterdagkranten door te nemen. Omdat het doel van het onderzoek waarvoor de gegevens verzameld werden er precies in bestond de politieke agenda door te lichten waren ook de kranten van maandag heel belangrijk: in België is het namelijk zo dat de actualiteitsprogramma's die op zondag uitgezonden worden, regelmatig de politieke agenda van de daaropvolgende week bepalen. Daarbij komt dat de krant van maandag het nieuws van twee dagen brengt (Rucht en Neidhart, 1998). Wij hadden dus twee mogelijkheden over: ofwel de kranten van woensdag en vrijdag depouilleren, ofwel die van dinsdag en donderdag. Uit een voorafgaandelijke test bleek dat de kranten van woensdag en vrijdag meer politiek nieuws boden dan die van dinsdag en donderdag. Wij hebben dus gekozen voor woensdag en vrijdag.

¹⁷. Jammer genoeg hebben we niet de hand kunnen leggen op alle geselecteerde krantenexemplaren. In de verschillende bibliotheken die we geraadpleegd hebben, waren het steeds dezelfde exemplaren die weg waren. Het ging daarbij niet om lukraak zoekgeraakte kranten. Exemplaren van *De Standaard* waren voornamelijk spoorloos voor wat betreft de maand december 1991 en juli-augustus 1994. Voor *De Morgen* missen we de gegevens over december 1998. Al bij al missen we 10,5% van de geselecteerde krantenexemplaren.

¹⁸. De gegevens over de media werden bij elkaar gebracht met het oog op een onderzoek over *agenda setting*, dat uitgevoerd werd met de steun van de Federale Diensten voor Wetenschappelijke, Technische en Culturele Aangelegenheden (DWTC). De bedoeling van het onderzoek was de verschillende elementen die in België het *agenda setting* proces bepalen, uit elkaar te halen. Dat werd gedaan door de agenda van de media in verband te brengen met de publieke agenda (enquêtes bij de bevolking), de politieke agenda (het parlement), de agenda van het beleid (regeringsbeslissingen,

wetgeving, budget), de agenda van de burgerlijke maatschappij (betogingen) en *real world* indicatoren (officiële statistieken). Bij het project zijn volgende personen betrokken: Stefaan Walgrave, coördinator (UA), Lieven De Winter, André Frogner, Frédéric Varone en Benoît Rihoux (UCL), Patrick Stouthuysen (VUB) en Marc Swyngedouw (K.U.Leuven).

¹⁹. Meer informatie over deze thesaurus is te vinden op: <http://europa.eu.int/Celex/eurovoc>

²⁰. Omdat we telkens ook zorgvuldig de inhoud van het artikel genoteerd hebben, kunnen we onze analyse nog verfijnen en desnoods de gegevens opnieuw van een code voorzien. Zo hebben wij bijvoorbeeld voor dit artikel gegevens samengebracht die oorspronkelijk over verschillende categorieën verspreid waren. Dat was vooral het geval voor het thema van de antipolitiek

²¹. Net zoals dat bij de kranten het geval was, ontbraken er ook een aantal actualiteitsprogramma's: voor 14,1% van deze programma's beschikken we niet over gegevens. Voor sommige periodes hebben we zelfs helemaal geen informatie. Dat is het geval voor de periodes oktober-november en december 1995 en mei 1998

²². Het maakte niets uit of de nieuwsitems al dan niet gewogen werden. Toch hebben we er de voorkeur aan gegeven de volgende wegingsfactoren te gebruiken: heel lange artikels kregen een weging van 10, middellange artikels een 7, heel korte artikels een 1. Het zeer lage cijfer 1 is verantwoord omdat het ging om héél summiere artikels op de eerste pagina; soms was dat zelfs niet meer dan een paar regels die verwezen naar een verhaal op de binnenpagina's

²³. Een aantal artikels die we het label 'Vlaams Nationalisme' meegegeven hebben, gingen over de toen aan de gang zijnde staatshervorming, de taalstrijd (soms ook in de letterlijke zin van het woord), de discussies over de faciliteitengemeenten rond Brussel, de discussie over Voeren, de Ijzerbedevaart, betogingen met nationalistische inslag en artikels over de Vlaamse nationalistische beweging. Onder het label 'Migrantenkwesties' hebben we artikels samengebracht in verband met migratie, integratie, seizoenarbeid, illegale immigranten, migranten en criminaliteit, asielzoekers, asielcentra, regularisatie van illegale immigranten...De categorie van de antipolitiek was veruit het moeilijkst om consistent te coderen. Wij hebben ervoor geopteerd om dit label te geven aan thema's als omkoopschandalen, corruptie, politieke schandalen, de discussie over het cumuleren van politieke mandaten, de weddes van de politici, het overlopen van politieke mandatarissen, gedwongen ontslag van politici die een politieke blunder begaan hebben... Het thema van de criminaliteit verwijst naar nieuws over criminaliteit zelf: brandstichten, vandalisme, fraude, diefstal, *car jacking*, geweldpleging, diefstal, ontsnappingen uit de gevangenis, voetbalhooliganisme, straatrellen, pedofilie, seksueel geweld en de rechtszaken naar aanleiding van deze misdrijven.

²⁴. Vóór 1991 onderschatte INRA systematisch de uitslagen van het Vlaams Blok. Na de verrassende doorbraak van die partij bij de verkiezingen van 1991, houdt INRA er – blijkbaar met succes – rekening mee dat een aantal kiezers die voor het Vlaams Blok stemmen, dat niet zeggen (een stem uitbrengen voor het Vlaams Blok is nog steeds een taboe) en kon zo corrigerend optreden.

²⁵. Met dank aan Marc Hooghe die ons deze cijfers ter beschikking stelde

²⁶. Als ze naar hun VTM-programma's kijken, volgen de kiezers van het Vlaams Blok wel degelijk ook de nieuwsberichten: 87,4% volgt geregeld tot zeer vaak het nieuws.