

‘Het oor te luister’

*Over de invloed van opiniepeilingen op de
campagnestrategieën van de PvdA en het CDA*

1976-1981

Masterscriptie geschiedenis van:

Damien Oud (s4062477)

Onder begeleiding van:

dr. K.P.S.S. Vossen

Radboud Universiteit Nijmegen

15/08/2017

Inhoud

Inleiding en vraagstelling	2
Sociale verwetenschappelijking	6
Bronnen en secundaire literatuur	9
Onderzoeksvraag en methode	11
Het CDA: 1976-1977	13
Beschikbare peilingen.....	14
Gestuurd door peilingen?	17
Een solistische lijsttrekker	20
Zicht op het speelveld	20
De PvdA: 1976-1977	24
Beschikbare peilingen.....	25
Gestuurd door peilingen?	27
Welke cijfers zijn waar?.....	28
Het CDA: 1980-1981.....	32
Beschikbare peilingen.....	32
Gestuurd door peilingen?	33
Peilingen: geen doel op zich	35
De PvdA: 1980-1981	38
Beschikbare informatie	39
De strategiebepaling	40
Kiezen voor 'een waarheid'	42
Geraadpleegde literatuur:.....	50
Geraadpleegde bronnen:.....	52
PvdA: Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis (IISG)	52
CDA: Katholiek Documentatiecentrum (KDC) en Nationaal Archief (NA).....	53

Inleiding en vraagstelling

De opiniepeiling speelt in de naoorlogse politiek een steeds groter wordende rol. In 2008 publiceerde Will Tiemeijer een boek gericht aan journalisten en mediaconsumenten, die dag in dag uit worden overspoeld met de resultaten van allerlei publieksonderzoek.¹ De directe invloed die opiniepeilingen hebben op onze verkiezingen drukt zich het best uit in de gastenlijst voor de grote debatten. We hebben bij de verkiezingen van maart 2017 gezien dat RTL zich voor de uitnodigingen voor het verkiezingsdebat liet leiden door de resultaten van Tom Louwerses peilingwijzer. Tiemeijer constateerde in 2008 ook al hetzelfde: “Alleen wie hoog scoort, mag aanschuiven bij de grote jongens, andere partijen mogen hooguit meedoen aan een debat voor ‘de kleintjes’.”² Maar wat maakt die peilingen nu zo belangrijk? Daarvoor moeten we eerst begrijpen wat een opiniepeiling in de context van onze representatieve democratie is; welke rol hij inneemt.

In zijn gezaghebbende *The Principles of Representative Government* benoemt Bernard Manin opiniepeilingen als de jongste toevoeging aan het repertoire van publieke opinie-uitingen.³ De vrijheid van publieke opinie is volgens Manin een kernvoorwaarde voor een representatieve democratie. De kracht van die vrijheid ligt erin dat burgers, wanneer zij hun opinie ventileren, erachter kunnen komen dat zij niet alleen zijn in hun politieke doel. Zoals ieder onderdeel van het repertoire heeft ook de opiniepeilingen zijn eigenaardigheden: allemaal zijn ze een partiële uiting van de volkswil, maar bij opiniepeilingen komt daarbij kijken dat er een bijzondere plaats is weggelegd voor de uitvoerders van de peilingen.⁴ Dat is het meest onderscheidende aspect van de opiniepeiling als publieke opinie-uiting. Deze top-down aanpak: het ‘vragen’ van de publieke opinie in plaats van het ontvangen van een ‘ongevraagde’ publieke opinie; staat haaks op het klassieke publieke-opiniebegrip.

Het klassieke publieke-opiniebegrip wordt best vertolkt Jürgen Habermas. Hij stelt dat vanaf de 18^e eeuw een publieke sfeer is ontstaan waar de feodale structuur terugtrad. Kortgezegd houdt dat in dat er voordien geen ruimte was tussen de publieke autoriteit en de privésfeer. De feodale heer belichaamde het hele land, en

¹ W.L. Tiemeijer, *Wat 93,7 procent van de Nederlanders moet weten over opiniepeilingen* (Amsterdam, 2008). pp. 7-9

² *Ibid.* p. 94

³ B. Manin, *The Principles of Representative Government* (Cambridge, 1997). pp. 171-172

⁴ *Ibid.*

was vertegenwoordiger van het landsbelang. De publieke autoriteit vormde dus zélf het gezag: “auctoritas facit legem”.^{5,6} Door afbrokkeling van de feodale structuur in Europa, eind 18^e eeuw ontstond er een middenveld tussen de privésfeer en de staat: de publieke sfeer. De publieke sfeer was het podium voor een publiek debat, gevoerd door een liberale elite die zich vanaf de 18^e eeuw in salons en kof-fiehuizen had gemanifesteerd. Voor het eerst zagen burgers mogelijkheid de publieke autoriteit ter discussie te stellen, het resultaat van deze debatten was de publieke opinie. In zijn opvatting is de publieke opinie iets waar politieke macht vanuit gaat, die invloed uitoefent op de publieke autoriteit. Waar voorheen staatszaken waren voorbehouden aan de feodale macht, het zogeheten *arcana imperii*, werden ze nu onderworpen aan de ‘rechtbank der publieke opinie’. “Veritas non auctoritas facit legem.” de waarheid, niet de autoriteit maakt het gezag.⁷

Filosofen, politicologen en opiniepeilers hangen verschillende definities van publieke opinie aan. In een discussie over de rol van publieke opinie in de representatieve democratie noemt Manin deze definitiekwestie van semantische betekenis.⁸ In deze inleiding is echter gekozen voor een onderscheid tussen het klassieke publieke-opiniebegrip en het moderne. De klassieke betekenis is bij monde van Habermas duidelijk uiteengezet, omdat die tegelijkertijd illustreert hoe belangrijk publieke opinie is in de representatieve democratie. Een duidelijke uiteenzetting van de moderne definitie die recht doet aan de hele wetenschappelijke discussie zou zijn doel in deze inleiding voorbij schieten, en de discussie tekort doen. Geconfronteerd met eenzelfde soort probleem stelde Arjan van Dixhoorn in zijn *Stem des Volks* het volgende:

“Met publieke opinie worden steeds minder de toonaangevende opinies in het publieke domein bedoeld en steeds meer de meest voorkomende opvattingen onder de bevolking. Die opvattingen worden gemeten in opinieonderzoeken op basis van steekproeven.”⁹

⁵ J. Habermas, S. Lennox en F. Lennox, ‘The Public Sphere: An Encyclopedia Article’, *New German Critique* 3:3 (1974), 49–55. pp. 50-51

⁶ J. Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (Frankfurt am Main, 1990). p. 118

⁷ *Ibid.* pp. 116-118

⁸ Manin, *The Principles of Representative Government*. p. 174

⁹ Arjan van Dixhoorn, *De stem des volks: Publieke opinie, opinieonderzoek en democratie* (Den Haag, 2006). p. 24

In de moderne opvatting wordt publieke opinie dus eerder gezien als een aggregaat van opinies, terwijl in de klassieke opvatting de publieke opinie iets is wat zichzelf constitueert.

Waar in de 19^e eeuw het kiesrecht in ons representatieve stelsel nog beperkt was tot een bezittende elite, heeft zich in de 20^e eeuw de massademocratie gemanifesteerd. Door het algemeen kiesrecht is het electoraat enorm gegroeid, maar wat de nieuwe kiesgerechtigden denken is de politicus op dat moment onbekend. Het enige moment wanneer de stem des volks tot uiting kwam was tijdens de verkiezingen, maar was toen voor de “aangesproken politici en bestuurders niet goed en ondubbelzinnig verstaanbaar.”¹⁰ George Gallup was de eerste die op wetenschappelijke wijze de stem des volks verstaanbaar probeerde te maken, en deed dat vanaf de jaren '30 met enig succes in de Verenigde Staten. Deze praktijk waaide direct na de oorlog over naar Nederland en andere Europese landen. Hoewel de praktijk van het peilen van de publieke opinie strijdig is met het klassieke publieke-opiniebegrip, kunnen we wel stellen dat de eerste niet had kunnen bestaan zonder de laatste. Het peilen van de publieke opinie werd nu eenmaal interessant omdat in de representatieve democratie een belangrijke rol was weggelegd voor die publieke opinie.

Het overwaaien van de praktijk van het peilen in naoorlogs Europa ging gelijktijdig met een andere ontwikkeling: iets wat we in Nederland als de ontzuiling kennen. De ontzuiling zorgde er in Nederland voor dat het electoraat losgeweekt raakte van de partijen waar ze van oudsher op stemde. Een nieuw politiek fenomeen was geboren: de zwevende kiezer.¹¹ De politieke wetenschappers en politici in Nederland werden zich er gaandeweg de jaren '60 steeds meer van bewust dat de kiezer was gaan 'zweven'. Van groot belang voor deze bewustwording was het proefschrift van Harry Daudt: *Floating voters and the floating vote*. Omdat de kiezer niet langer was gebonden was aan zijn partij of maatschappelijke groep, moest een manier gevonden worden om de voorkeuren van deze kiezer in kaart te brengen. Peilingen waren daarvoor het geijkte middel, en het gebruik ervan door partijen

¹⁰ J. van Holsteyn en G. Irwin, 'Wijsheid en waan', in: C.C. van Baalen e.a. (red.), *Jaarboek Parlementaire Geschiedenis 2006: De waan van de dag* (Amsterdam, 2006), 55–66. p. 55

¹¹ H. Knippenberg, 'Van verzuilde naar zwevende kiezers: De politieke kaart in de negentiende en twintigste eeuw', in: E. Beernink e.a. (red.), *Nederland in verandering: Maatschappelijke ontwikkelingen in kaart gebracht 1800-2000* (Amsterdam, 2003), 123–151. p. 143

maakte een groei door naarmate politici zich ervan bewust werden dat de zwevende kiezer overtuigd moest worden.¹²

Manin stelt dat in het proces van publieke opinievorming een bijzondere plaats is weggelegd voor de peilers van de publieke opinie. Gehouden tegen de geschiedenis, het gewicht, en de centrale positie in het representatieve stelsel van de publieke opinie, kan men ervan uitgaan dat opiniepeilers hier enige macht over hebben. Manin stelt dat de opiniepeiler (en diens opdrachtgever) hun bijzondere rol op vier manieren vervullen: de opiniepeiler bepaalt (1) welke vragen worden gesteld, (2) wie de vragen krijgt voorgelegd, (3) welke antwoorden op de vragen mogelijk zijn, en (4) op welk moment de vragen worden voorgelegd aan de selectie.¹³ Om een geloofwaardige uitslag te presenteren moeten deze vier bepalingen in de optiek van zowel partijen als de wetenschap, nieuwsconsumenten, de opdrachtgever en andere opiniepeilers adequaat zijn ingevuld.

De bepalingen zijn dus onderwerp van debat, en de uitkomst van dat debat bepaalt de geloofwaardigheid van die peilingen. Tiemeijer maakt onderscheid tussen twee soorten peilingen: inhoudelijke peilingen en verkiezingspeilingen. Daarvan gaat de eerste over een publieksonderzoek naar bijvoorbeeld de AOW-leeftijd, en de tweede over de zetelverdeling als er 'vandaag' verkiezingen zouden zijn.¹⁴ De geloofwaardigheid van beide soorten peilingen wordt bepaald door de uitkomst van eerdergenoemd debat, maar bij verkiezingspeilingen wordt op een tweede manier de geloofwaardigheid bepaald. Hoe de uitslag van de verkiezingen zich verhoudt tot de peilingen bepaalt de geloofwaardigheid. In 2006 bijvoorbeeld, liep het vertrouwen in de peilingen door een discrepantie tussen beide een behoorlijke deuk op.¹⁵

Het doel van deze scriptie is in kaart te brengen wat de historische invloed van opiniepeilingen is geweest op de campagneactiviteiten van politieke partijen, specifiek in de jaren '70 en '80. Omdat opiniepeilingen, in ieder geval in Nederland, al

¹² Harm Kaal en Wim de Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980', *Contemporary European History* 26:1 (2017), 111-138.

¹³ Manin, *The Principles of Representative Government*. p. 171-172

¹⁴ Tiemeijer, *Wat 93,7 procent van de Nederlanders moet weten over opiniepeilingen*. p. 9

¹⁵ *Ibid.* p. 89

sinds de directe naoorlogse jaren sterk zijn verweven met de sociale wetenschappen moet de historicus die van enige afstand bekijken.¹⁶ Zo is het minder interessant om opiniepeilingen op hun wetenschappelijke juistheid te controleren, maar eerder om kwalitatief te bekijken wat een opiniepeiling teweegbracht bij een politieke partij. De sociale wetenschappen zijn in deze zin eerder een bron, dan een collega-wetenschap. Deze benadering sluit aan bij het recente onderzoek naar de sociale verwetenschappelijking in westerse samenlevingen, die de sociale wetenschappen (in de breedste zin van het woord) benadert als een zelfomschrijving van de samenleving in zijn tijd.¹⁷

Sociale verwetenschappelijking

In 1996 muntte Lutz Raphael in *Geschichte und Gesellschaft* de term 'Verwissenschaftlichung des Sozialen' als een instrument om de rationalisering van Westerse samenlevingen mee te verklaren.¹⁸ Verwissenschaftlichung, naar het Nederlands vertaald als 'sociale verwetenschappelijking',¹⁹ wordt door Raphael getypeerd als:

*"de voortdurende aanwezigheid van sociaalwetenschappelijke experts en hun argumenten en onderzoeksresultaten in het bedrijfsleven en het bestuur, in partijen en parlementen en in de alledaagse ideeënwereld van sociale groepen, klassen en milieus."*²⁰

Sociale verwetenschappelijking is een proces dat zijn oorsprong vindt omstreeks de jaren '80 van 19e eeuw, en werd in die vroege jaren ingegeven door de sociale vraagstukken die de Industriële revolutie met zich meebracht. De sociale wetenschappen moesten bijvoorbeeld antwoorden formuleren op de verpaupering van de lagere klassen in industriesteden. Sociaalwetenschappelijke kennis moet in deze context niet worden gezien als wat wij vandaag de dag als wetenschap be-

¹⁶ Kaal en Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980'. p. 119

¹⁷ B. Ziemann e.a., 'Introduction: The Scientization of the Social in Comparative Perspective', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of the Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke, 2008). p. 2

¹⁸ L. Raphael, 'Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts', *Geschichte und Gesellschaft* 22:2 (1996), 165–193. p. 165

¹⁹ M. Derks en C. Dols, 'Spreekende cijfers. Katholieke sociaalingenieurs en de encensering van de celibaatcrisis, 1963-1972', *Tijdschrift voor Geschiedenis* 123:3 (2010), 414–429. p. 416

²⁰ Raphael, 'Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts'. p. 166

schouwen, maar eerder als het doordringen van psychologische concepten, statistiek of demografische gegevens tot de alledaagse praktijk. Raphael stelt dat deze kennis werd verspreid door allerlei (al dan niet wetenschappelijk opgeleide) experts:

“Experts have often been the hidden protagonists in the implementation of science-based programmes, and have paved the way for changes in how societies deal with social or human realities.”²¹

Wat bekend staat als de “onttovering van de wereld” was een ontwikkeling die door allerlei experts werd ingegeven, aldus Raphael. Experts zijn de dragers van kennis en ideeën, en door hun werkzaamheden op verschillende plekken in de maatschappij is het sociaalwetenschappelijk denken een normaal onderdeel geworden van ons dagelijks leven. De naoorlogse jaren '60 en '70 gelden volgens Raphael als de periode van wasdom van het sociaalwetenschappelijk denken in Europa.²²

Naarmate de sociale wetenschap in Europa steeds meer voet aan de grond krijgt, ontstaan er ook steeds meer conflicten tussen deze sociale wetenschappers. Steeds vaker doet zich bij de gebruikers van sociaalwetenschappelijke kennis de situatie voor dat zij worden geconfronteerd met adviezen en tegenadviezen. Onder sociale wetenschappers vindt een kritische evaluatie van hun eigen onderzoeksmethoden plaats: zo staat de sociaalwetenschappelijke methode zelf ter discussie. Deze ontwikkeling noemt Raphael de “onttovering van de wetenschap”²³ maar wordt in de literatuur ook aangeduid als “secondary scientization”, een tweede verwetenschappelijking.²⁴ Geconfronteerd met dit probleem, stelt de historicus Benjamin Ziemann dat er onderscheid gemaakt moet worden tussen de diagnostische en performatieve functie van de sociale wetenschappen. De eerste is voor de histori-

²¹ L. Raphael, 'Embedding the Human and Social Sciences in Western Societies, 1880–1980: Reflections on Trends and Methods of Current Research', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of the Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke, 2008). p.

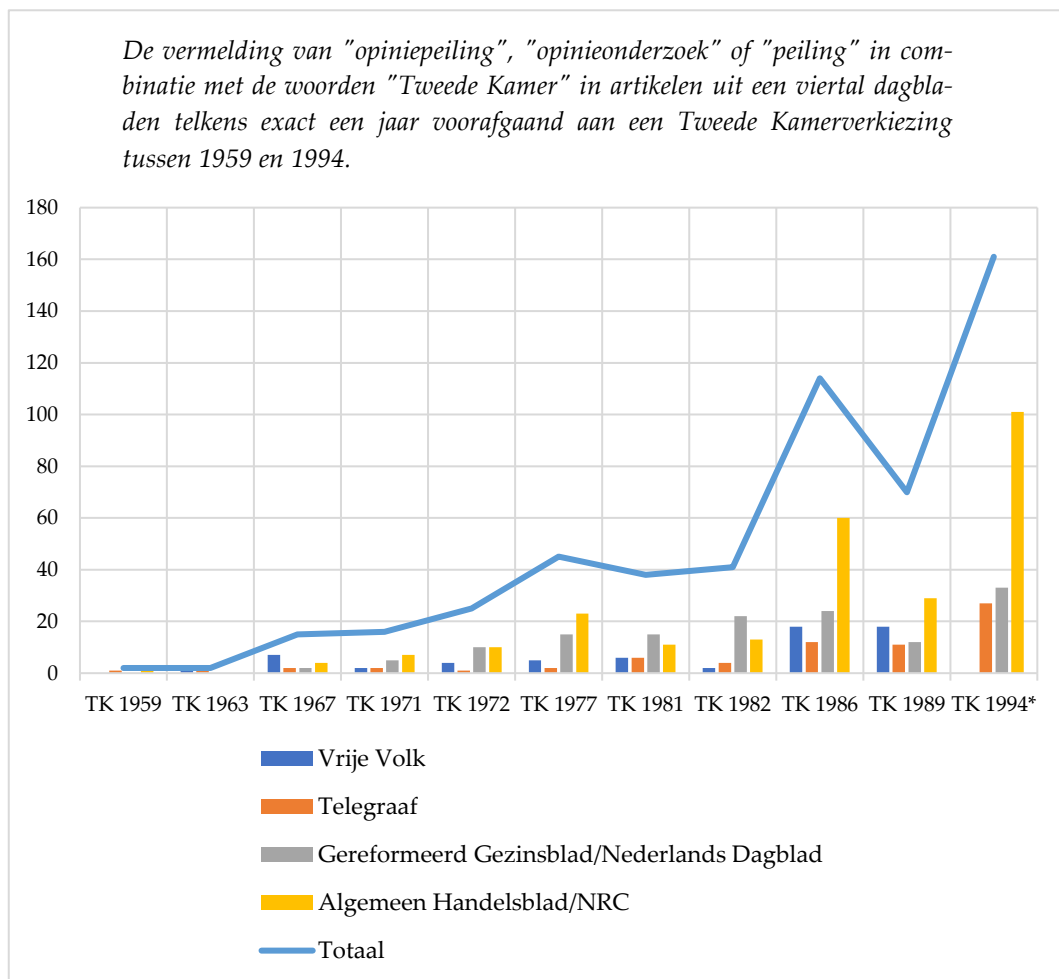
²² Raphael, 'Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts'. p. 177

²³ *Ibid.* p. 178

²⁴ Ziemann e.a., 'Introduction: The Scientization of the Social in Comparative Perspective'. p. 4

cus van minder belang, maar de laatste gaat over de mate waarin mensen vertrouwen hebben in de sociale wetenschappen.²⁵ Ziemann doet hier de waardevolle observatie dat de het gebruik van sociaalwetenschappelijke kennis altijd berust op een autoriteitsargument.

Om te bekijken wat de historische invloed van opiniepeilingen is geweest op de campagnestrategieën van politieke partijen, is het van cruciaal belang om te weten hoe serieus peilingen werden genomen. De invloed van opiniepeilingen berust immers op de autoriteit van zulke sociaalwetenschappelijke kennis. De onderstaande grafiek is een poging om in kaart te brengen welke plaats politieke opiniepeilingen in de actualiteit innemen. In een viertal Nederlandse kranten, van verschillende politieke kleur, is geanalyseerd hoe vaak er over peilingen werd gesproken in combinatie met "Tweede Kamer". Ingegeven door Raphaels analyse van de onttovering van de wetenschap stelt Ziemann dat omstreeks 1980 als een breukmoment



²⁵ Ziemann e.a., 'Introduction: The Scientization of the Social in Comparative Perspective'. p. 9

tussen wasdom en onttovering van de sociale wetenschappen moet worden gezien.²⁶ Als omstreeks 1980 een keerpunt is voor het vertrouwen dat de sociale wetenschappen genieten, is het een interessante waarneming dat juist vanaf 1980 de Nederlandse dagbladpers veel meer is gaan schrijven over opiniepeilingen.

Wim de Jong en Harm Kaal geven in hun recente artikel aan dat vanaf de jaren '70 zich een beweging aftekende naar "secondary scientization" in Nederland. In de politiek werd die gekenmerkt door herbezinning op de waarde van o.a. opiniepeilingen, en een nieuwe stijl van verslaggeving door de media. Er werd meer op meta-niveau verslag gedaan van de verkiezingscampagnes, wat betekende dat er meer aandacht was voor de rol van opiniepeilers, spindokters en marketingexperts.²⁷ De bovenstaande grafiek is primitief, en de verklaringskracht ervan minimaal, maar een voorzichtige veronderstelling zou de volgende kunnen zijn: Vanaf breukjaar 1980, wanneer de autoriteit van opiniepeilingen ter discussie staat, is de media meer aandacht gaan hebben voor het fenomeen opiniepeilingen. In het licht van de beweging die Wim de Jong vanaf de jaren '70 signaleert, en de zichtbare toename in publieke aandacht voor opiniepeilingen, is ervoor gekozen in deze scriptie de verkiezingen van 1977 en 1981 te onderzoeken.

Bronnen en secundaire literatuur

De historicus Van Dixhoorn merkte in 2006 al op dat een grote studie naar de invloed van opiniepeilingen in Nederland er niet was.²⁸ Even later dat jaar promoveerde Will Tiemeijer met zijn proefschrift 'Het geheim van de burger': een alomvattende zoektocht naar nut en noodzaak en de ideale rol van opinieonderzoek in ons politieke bestel.²⁹ Christel Koop en Joop van Holsteyn deden in 2008 onderzoek naar de volksvertegenwoordiging en hun beïnvloeding door verschillende uitingen van publieke opinie. Hun conclusie met betrekking tot opiniepeilingen was dat peilingen voornamelijk worden gebruikt als retorisch instrument ten behoeve van het eigen gelijk.³⁰ Het was dezelfde Van Holsteijn die in 2006 samen met Galen

²⁶ Ziemann e.a., 'Introduction: The Scientization of the Social in Comparative Perspective'. p. 4

²⁷ Kaal en Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980'. p. 136

²⁸ Dixhoorn, *De stem des volks: Publieke opinie, opinieonderzoek en democratie*. p. 88

²⁹ W.L. Tiemeijer, *Het geheim van de burger: Over staat en opinieonderzoek* (Tilburg, 2006).

³⁰ C. Koop en J. van Holsteyn, 'Burke leeft en woont in Nederland', *Res Publica* 50:3 (2008), 275-299. p. 292

Irwin ook al een onderzoek deed naar de door Nederlanders gepercipieerde invloed van opiniepeilingen middels een... opiniepeiling.³¹ Voor de Raad voor het openbaar bestuur schreef Tiemeijer in 2014 nog een essay over de gewenste verhoudingen tussen opinieonderzoek en politieke partijen. Opinieonderzoek mag, aldus Tiemeijer, worden aangewend om te zien waar de pijn zit maar niet wat de gewenste remedie is.³² Onderzoeken als die van Tiemeijer, Koop, Van Holsteijn en Irwin bevestigen nog eens dat de verhouding tussen opiniepeilingen en politieke inhoud een problematische is, maar uiteindelijk gaan deze onderzoeken over de vraag: "Hoe vinden, wij politieke wetenschappers, dat we moeten omgaan met opinieonderzoek en diens invloed op het politieke bestel?"

Voor de historicus die wil weten hoe politieke partijen vroeger omgingen met opiniepeilingen is de poel aan literatuur om uit te vissen een stuk kleiner. Voor een indruk van de rol die peilingen spelen binnen politieke partijen als de Partij van de Arbeid (PvdA) en het Christen-Democratisch Appèl (CDA) is hij aangewezen op wat algemene partijgeschiedenissen, biografieën en politicologische werken. Voor de prille jaren van het CDA bieden de partijgeschiedenis van de Katholieke Volkspartij (KVP) van Bornewasser en *Gods wil in Nederland* van Rutger Zwart context.^{33,34} Met betrekking tot de PvdA heeft Philip van Praag jr. in zijn *Strategie en illusie* zeer uitvoerig een beeld geschetst van de strategische discussies binnen die partij, al beslaat het boek slechts de periode tot en met de verkiezingen van 1977.³⁵ Biografieën van Joop den Uyl en Dries van Agt door respectievelijk Anet Bleich, en Johan van Merriënboer bieden inzicht in discussies aan de partijtopy van de PvdA en het CDA.^{36,37} Een mooi beeld van de sfeer van de naoorlogse verkiezingscampagnes in Nederland is te vinden in het boek van Douwe Jan Elzinga en Gerrit Voerman: *Om de stembus*.³⁸ Voor een beroepsgeschiedenis van het opinieonderzoek in Nederland is de historicus aangewezen op *De uitvinding van het publiek* van Jaap

³¹ Holsteyn en Irwin, 'Wijsheid en waan'.

³² W.L. Tiemeijer, 'De rol van opinie-onderzoek bij de standpuntbepaling van politieke partijen', in: S.L. de Lange, M. Leyenaar, en P. de Jong (red.), *Politieke partijen: overbodig of nodig?* (Den Haag, 2014), 71–82.

³³ J.A. Bornewasser, *Katholieke Volkspartij 1945-1980: Band 2. Heroriëntatie en integratie (1963-1980)* (Nijmegen, 2000).

³⁴ R.S. Zwart, *'Gods wil in Nederland': Christelijke ideologieën en de vorming van het CDA(1880-1980)* (Kampen, 1996).

³⁵ P. van Praag, *Strategie en Illusie: elf jaar intern debat in de PvdA (1966-1977)* (Amsterdam, 1991).

³⁶ A. Bleich, *Joop den Uyl 1919-1987: Dromer en doordouwer* (Amsterdam, 2008).

³⁷ J. van Merriënboer, P. Bootsma en P. van Griensven, *Van Agt biografie: Tour de force* (Amsterdam, 2008).

³⁸ D.J. Elzinga en G. Voerman, *Om de stembus: Verkiezingsaffiches 1918-1998* (Amsterdam, 2002).

van Ginneken.³⁹ Zijn uitvoerige monografie gaat echter voornamelijk in op de marktzijde van het opinieonderzoek: de bedrijfsenquêtes ten behoeve van reclamecampagnes en de positionering van producten op de markt. Politiek opinieonderzoek verdient een eigen monografie, zo stelt Van Ginneken.⁴⁰

Wat is er dan wel? De benadering van opinieonderzoek door de bril van sociale verwetenschappelijking is een nieuwe. Dit concept, door Lutz Raphael in 1997 uitgewerkt, vindt voor het eerst serieus weerklank in de bundel *Engineering Society* onder redactie van Anja Kruke en Benjamin Ziemann, maar voornamelijk met aandacht voor onderwerpen uit Duitsland.⁴¹ Het artikel van Wim de Jong en Harm Kaal van dit jaar is een van de eerste voorbeelden van dit type onderzoek naar Nederlandse politieke partijen.⁴² Aan het einde van hun analyse stellen De Jong en Kaal dat in de late jaren '70 zich iets voordoet wat bekend staat als "secondary scientization" maar dat de omvang van het artikel het inslaan van die weg niet toestaat.⁴³ De onderwerpkeuze van deze scriptie kan best worden opgevat als het oppakken van die handschoen. Ik zal voortaan Raphaels metafoor hanteren in plaats van het Engelse begrip: de onttovering van de wetenschap.

Onderzoeksvraag en methode

De onderzoeksvraag in deze scriptie is: "Wat is de invloed van opiniepeilingen op de campagnestrategieën van politieke partijen tijdens de campagnes voor de Tweede Kamerverkiezingen in de periode van 1976 tot en 1981?" Om tot een antwoord op deze vraag te komen moet eerst een aantal zaken worden gedefinieerd, allereerst de term invloed. Invloed kan in deze zin niet los worden gezien van de methodologie die deze scriptie hanteert: de analyse van notulen van campagneorganen uit de partijarchieven van het CDA en de PvdA. Met invloed wordt dus bedoeld: het gebruik van peilingen als argument door partijfunctionarissen om een bepaalde campagnestrategie te volgen. Ten tweede verdient de term opiniepeiling nadere uitleg. In deze scriptie wordt onderscheid gemaakt tussen twee soorten

³⁹ J. van Ginneken, *De uitvinding van het publiek: De opkomst van het opinie- en marktonderzoek in Nederland* (Amsterdam, 1993).

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of the Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke).

⁴² Kaal en Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980'.

⁴³ *Ibid.* p. 136

opiniepeilingen: openbare opiniepeilingen en besloten opiniepeilingen. De eerste betreft de opiniepeilingen in de media, en de tweede betreft opiniepeilingen die door de betreffende partij zelf worden afgenomen. De periodisering van 1976 tot 1986 is gekozen omdat de scriptie zich richt op de verkiezingen van 1977, 1981 en '82 als een onderwerp en 1986. Logischerwijs beginnen de campagnevoorbereidingen voor de verkiezingen van 1977 niet pas in dat jaar. Ten slotte is voor de PvdA en het CDA gekozen omdat zij in de genoemde periode de grootste politieke partijen waren, waardoor zij ook aandacht en middelen konden besteden aan opiniepeilingen.

Om de bovenstaande hoofdvraag te beantwoorden zal een aantal deelvragen de leidraad van het onderzoek vormen, en bepalend zijn voor de indeling van de voorliggende scriptie. Om de invloed van opiniepeilingen op de verkiezingscampagne in de genoemde periode te kennen moeten de volgende zaken nader worden onderzocht: Welke, en welk type opiniepeilingen werd binnen de partijorganisaties van PvdA en het CDA bediscussieerd? Maakte de betreffende partijen gebruik van zelf gefinancierde opiniepeilingen? Hoe werden opiniepeilingen door partijfunctionarissen op waarde geschat, als wetenschappelijke waarheid of als omstreden fenomeen? Zijn er, en zo ja welke, beslissingen van partijfunctionarissen die werden gestuurd door de uitslag van opiniepeilingen? Deze vragen zullen allen worden beantwoord aan de hand van archiefmateriaal van campagne-organen van de beide partijen en beschikbare secundaire literatuur over die partijen. Aan elk van de twee verkiezingsperiodes zal een hoofdstuk worden gewijd, waarin voor de beide partijen bovenstaande vragen systematisch zullen worden behandeld.

Het CDA: 1976-1977

De Tweede Kamerverkiezingen van 1977 waren de eerste die de constituerende partijen van het CDA met een gezamenlijke lijst zouden trotseren. Het was ook de eerste keer dat onder de vlag van het CDA campagne gevoerd zou worden. Dat het CDA inderdaad met een enkele lijst de verkiezingen in ging was pas vanaf september 1976, na een meningsverschil hierover tussen de Christelijk Historische Unie (CHU) en KVP met de Anti-Revolutionaire Partij (ARP), definitief bekrachtigd. De beslechting van dit geschil had an sich al invloed op de verkiezingscampagne omdat het kabinetsbeleid van het kabinet-Den Uyl “voor zover gesteund door christendemocratische fracties” inzet zou worden van de verkiezingen, zo had de ARP afgedwongen.⁴⁴ Dit compromis zou worden achterhaald door de kabinetscrisis van begin 1977 over de grondpolitiek. Een door de confessionele fracties ingegeven bezwaar van Van Agt tegen een wetsvoorstel dat hij zelf had ingediend leidde tot de val van het kabinet.⁴⁵ Min of meer ‘bevrijd’ door de val gebruikte KVP-fractievoorzitter Frans Andriessen sindsdien in zijn campagnetoespraken de leus: “De PvdA kan niet zonder ons, maar wij wel zonder de PvdA.”⁴⁶

De verkiezingscampagne van het CDA werd geleid door een nieuw opgericht Centraal Verkiezings Comité (CVC) onder leiding van voorzitter Jim Janssen van Raay, afkomstig van de CHU. Het CVC bestond uit een gemengd gezelschap. Naast de voorzitter van CHU-huize nam de uit de KVP afkomstige lijsttrekker Van Agt er ook zitting in, maar de meeste leden (vijf van de elf) waren afkomstig van de ARP.⁴⁷ Die laatste partij drukte een zware stempel op de verkiezingscampagne, omdat de directeur van het wetenschappelijk bureau van de ARP, Arie Oostlander, fungeerde als belangrijkste strategisch raadgever.⁴⁸ Onder het CVC hing een aantal werkgroepen met aparte taakstellingen zoals communicatie met de leden, of het voorbereiden van spreekteksten. Een van deze clubs was de ‘werkgroep CDA-politicologen’, die met analyses van kiezersonderzoek mede vorm kon geven aan de campagnestrategie.⁴⁹ De vergaderingen en besprekingen van de werk-

⁴⁴ Zwart, *‘Gods wil in Nederland’: Christelijke ideologieën en de vorming van het CDA(1880-1980)*. p. 249

⁴⁵ J. Bosmans en A. van Kessel, *Parlementaire geschiedenis van Nederland* (Amsterdam, 2011). pp. 142-143

⁴⁶ Bornewasser, *Katholieke Volkspartij 1945-1980: Band 2. Heroriëntatie en integratie (1963-1980)*. p. 623

⁴⁷ ‘Samenstelling CVC’, 1976, KDC: KVP 1390

⁴⁸ Bornewasser, *Katholieke Volkspartij 1945-1980: Band 2. Heroriëntatie en integratie (1963-1980)* p. 620

⁴⁹ Brief van de werkgroep CDA-politicologen aan Janssen van Raay, 20/8/1976, KDC: KVP 1385

groep CDA-politicologen en het CVC zijn de belangrijkste bronnen voor het bestuderen van de impact van opiniepeilingen op de campagnestrategie van die partij.

Beschikbare peilingen

Over welke opiniepeilingen had het CDA in deze verkiezingscampagne de beschikking? Het CDA had nog geen gevestigd campagne-apparaat en maakte gebruik van een aantal verschillende wegen om gegevens over het kiezersvolk te verzamelen. Zo werd bijvoorbeeld aan regionale campagneteams gevraagd om zelf een en ander uit te zoeken. De campagneteams moesten eigenhandig aan de gegevens van de meest recente verkiezingen zien te komen via het eigen netwerk, bijvoorbeeld via “de gemeentescretarie, via een raadslid of via een bestuur van een kiesvereniging”. Van de partij kregen zij “de beschikking over een handleiding voor het analyseren van verkiezingsuitslagen.”⁵⁰ De geciteerde notitie over de regionale campagnes van 1977 geeft blijk van een waterscheiding van kiezersinformatie tussen de lokale teams en het de centrale campagneapparaat, het CVC. Hoewel het CVC zich ook informeerde met verkiezingsgegevens zijn de wat meer geavanceerde informatiebronnen alleen voorbehouden aan het CVC en de werkgroep CDA-politicologen, die daar vervolgens wel instructies en thema’s van formuleerde voor de regionale teams.

De werkgroep CDA-politicologen kwam voor het eerst bijeen op 17 augustus 1976, iets meer dan negen maanden voor de verkiezingen. Van deze werkgroep werd allereerst verlangd dat zij, vooralsnog zonder aanvullend budget, met de “beschikbare verkiezingsanalyses en opiniepeilingen een rapport op [zou] stellen dat voor het bepalen van de verkiezingsstrategie (...) van grote betekenis zou kunnen zijn.”⁵¹ De beschikbare verkiezingsanalyses waarover gesproken werd waren, blijkens een rapport van de werkgroep uit 1977, de enquête-uitslagen van “VARA/NIPO/De Hond”, en de Nederlandse Stichting voor Statistiek (NSS).⁵² Beide bronnen waren openbaar toegankelijk. De cijfers van het Nederlands Instituut voor Publieke Opinie (NIPO) werden vanaf oktober '76 vierwekelijks in het

⁵⁰ “Model draaiboek opzet regionale campagne 1977”, 1976, KDC: KVP 1385

⁵¹ Brief van de werkgroep CDA-politicologen over haar eerste bijeenkomst aan Janssen van Raay, 20/8/1976, KDC: KVP 1385

⁵² Rapport van de werkgroep CDA-politicologen over verkiezingsenquêtes aan Janssen van Raay, 12/4/1977, KDC: KVP 1390

radioprogramma 'In de Rooie Haan' van de VARA gepresenteerd, ze waren weliswaar een bewerking van de oorspronkelijke cijfers met de 'Methode De Hond'.⁵³ De enquête-uitslagen van de NSS waren met enige regelmaat te vinden in verschillende nationale en regionale dagbladen.^{54,55,56} De beide cijfers werden over een periode van een aantal maanden geanalyseerd, en van duiding voorzien voor het CVC.

Behalve openbare gegevens beschikte het CVC en de werkgroep ook over onderzoeksresultaten die de fractie van de KVP had laten verzamelen. Uit een brief van oktober 1976 van de werkgroep aan het CVC blijkt dat de KVP-fractie "vanaf juni 1974 tot op heden" een tiental peilingen had uit laten voeren.⁵⁷ De fractie bleef met enige regelmaat deze onderzoeken bij het NSS afnemen en stelde de resultaten ter beschikking aan de werkgroep CDA-politicologen.⁵⁸ Desondanks was bij de werkgroep toch de behoefte ontstaan om zelf zo'n onderzoek af te nemen, blijkens het verzoek hierom op 27 oktober 1976.⁵⁹ Het onderzoek dat de fractie door de NSS liet doen stond immers buiten de invloed van de werkgroep. De resultaten werden doorgespeeld, maar over de vraagstelling of nadere details van het onderzoek had de werkgroep niets te zeggen. In het eerste rapport van de werkgroep politicologen acht Dzsingisz Gabor, voorzitter van de werkgroep, "het voortzetten van deze enquêtes zeer waardevol", maar "zou het op prijs stellen overleg te mogen voeren met de betrokken onderzoekers over de nog te houden enquêtes teneinde de resultaten (...) meer bruikbaar te kunnen maken."⁶⁰ Dit, en de eerder geuite argwaan

⁵³ H. Wijfjes, *VARA - Biografie van een omroep* (Amsterdam, 2009). p. 336

⁵⁴ 'Voorkeur CDA', *Limburgsch dagblad* (12 november 1976), 3.

⁵⁵ 'Zaak Menten kost CDA stemmen', *Leeuwarder Courant* (10 december 1976), 19.

⁵⁶ 'Peiling wijst groei aan van progressieven', *NRC Handelsblad* (11 februari 1977), 3.

⁵⁷ Brief van de werkgroep CDA-politicologen inzake verkiezingsissues aan Janssen van Raay, 27/10/1976, KDC: KVP 1385

⁵⁸ Brief van de werkgroep CDA-politicologen over politieke issues van belang voor het CDA aan Janssen van Raay, 12/4/1977, KDC: KVP 1390

⁵⁹ Brief van de werkgroep CDA-politicologen inzake verkiezingsissues aan Janssen van Raay, 27/10/1976, KDC: KVP 1385 – "De werkgroep is van mening dat na de keuze van de belangrijkste verkiezingsthema's met behulp van een beperkte enquête direct nagegaan moet worden hoe deze punten bij onze kiezers en potentiële kiezers overkomen. (...) U wordt voorgesteld tot dit onderzoek te besluiten (...). De werkgroep zou kunnen adviseren over de opzet van het onderzoek."

⁶⁰ *Ibid.*

jegens de politici wekt de indruk dat Gabor niet geheel tevreden was over de beperkte middelen die tot zijn beschikking stonden.⁶¹

Nadat het gedane verzoek van de werkgroep aan het CVC was geaccepteerd werd begin januari 1977 een opzet gedaan voor het zogeheten “taalonderzoek”. Doel was erachter te komen hoe de potentiële kiezers de campagneslogans van het CDA zouden interpreteren. Blijkens een schrijven van Gabor op 3 januari 1977 heeft de werkgroep CDA-politicologen zich “indringend beziggehouden met de voorbereidingen van het onderzoek”.⁶² Die indringende bemoeienis betekende dat de politicologen zich zelfs uitspraken over de methode van het te voeren onderzoek, de door hen voorgestane “open interviews”,⁶³ en hierover regelmatig contact hielden met de NSS.⁶⁴ De oogst was een dik rapport van de NSS over de “begrijpelijkheid en inhoud van politieke uitspraken” dat exclusief ter beschikking van het CDA stond.⁶⁵ Dit was in de campagne voor 1977 het enige onderzoek dat de campagneorganisatie van het CDA zelf had laten doen.

Tot slot had het CDA nog de beschikking over uitgebreide resultaten van enquêtes die door KRO's Brandpunt werden gehouden. Deze peilingen werden gehouden door de B.V. Intomart uit Hilversum en gingen niet zozeer over de politieke voorkeur van het van het electoraat voor bepaalde partijen, maar waren eerder te scharen onder wat Will Tiemeijer een inhoudelijke peiling zou noemen.⁶⁶ De uitslagen van de Brandpunt-enquête werden weliswaar gepresenteerd in de televisie-uitzendingen, maar het volledige rapport van Intomart was niet openbaar. In een brief van Ad Langebent aan Dries van Agt, die amicaal wordt aangesproken met “Beste Dries”, wordt Van Agt van de uitslagen van de laatste peiling voorzien met de boodschap dat deze “veel meer mogelijkheden [bevat] dan we in de uitzending zullen behandelen”.⁶⁷

⁶¹ Brief van de werkgroep CDA-politicologen over haar eerste bijeenkomst aan Janssen van Raay, 20/8/1976, KDC: KVP 1385 – “Politici [zijn] krachtens ervaringen uit het verleden, weinig genegen (...) zich te laten bijsturen door (...) politicologen.”

⁶² Brief van de werkgroep CDA-politicologen over de voorbereiding van het “taalonderzoek” aan Janssen van Raay, 3/1/1977, KDC: KVP 1386

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Brief van het NSS aan Gabor, 12/1/1977, KDC: KVP 1386

⁶⁵ NSS-rapport DA6445 ‘Onderzoek naar begrijpelijkheid en inhoud van politieke uitspraken.’, 3/1977, KDC: KVP 1386

⁶⁶ ‘Politieke verkenningen in Brandpunt’, 19/4/1977, KDC: KVP 1386

⁶⁷ Brief van Ad Langebent aan Dries van Agt, 5/5/1977, KDC: KVP 1386

De bronnen van statistische gegevens waarover het CDA tijdens de campagne van 1977 over beschikte zijn verspreid en divers. Grofweg hebben we te maken met vijf categorieën van kiezersonderzoek: (1) gegevens van eerdere verkiezingen, (2) openbare peilingen, (3) eerder onderzoek in opdracht van de KVP-fractie, (4) het zogeheten ‘taalonderzoek’ van de Nederlandse Stichting voor Statistiek (NSS) en (5) de onderzoeksresultaten van een enquête door KRO’s Brandpunt. Bij het aanzien van zo een verscheidenheid van bronnen is het verkeerd om te concluderen dat het CDA een ruime informatiepositie bezat. Het beeld dat het CDA en zijn campagneorganisatie moest sprokkelen naar informatie is meer op zijn plaats.

Van de verschillende informatiebronnen waarover het CDA beschikking had, waren er drie min of meer exclusief. De enquête van Brandpunt en de peilingen van de KVP-fractie hadden als nadeel dat noch het CVC noch de politicologen zelf invloed hadden op de invulling ervan. Het zogeheten taalonderzoek dat bij de NSS was afgenomen was de enige waarbij werkgroep CDA-politicologen iets in de melk had te brokkelen. Deze armoede is te verklaren uit de wens om de werkgroep zonder budget en met reeds “bestaande documentatie” en “beschikbare verkiezingsanalyses en opiniepeilingen” hun rapporten te laten opstellen.⁶⁸ Op de eerste begroting voor de verkiezingscampagne wordt de kostenpost slechts ‘pro memorie’ vermeld.⁶⁹ Na het verzoek van 27 oktober om met het taalonderzoek à f10.000 in te stemmen, wordt hierop in de vergadering van het CVC gereageerd dat dit eerst met het braintrust moest worden overlegd omdat daar in principe geen geld voor beschikbaar was.⁷⁰ Pas in december besluit het CVC dat de werkgroep een dergelijk onderzoek mag afnemen voor het absolute maximum van f14.000.⁷¹ Het zelf gefinancierde onderzoek dat de politicologen wilden kwam er, al was het niet van harte.

Gestuurd door peilingen?

Nam het CVC beslissingen die waren ingegeven door de gegevens van de werkgroep CDA-politicologen? Voordat de werkgroep de kans kreeg bij het NSS zelf een onderzoek te verrichten, was een aantal rapporten verschenen. Op 27 oktober

⁶⁸ Brief van de werkgroep CDA-politicologen aan Janssen van Raay, 20/8/1976, KDC: KVP 1385

⁶⁹ ‘Verkiezingsbegroting 1977’, 17/8/1977, KDC: KVP 1385

⁷⁰ Resumé van een CVC-vergadering, 18/11/1976, KDC: KVP 1385

⁷¹ Resumé van een CVC-vergadering, 14/12/1976, KDC: KVP 1385

en 19 november werd het CVC voorzien van gedetailleerde analyses van de beschikbare peilingen. Het eerste rapport had moeten gaan over de issues die mogelijk een centraal thema zouden vormen tijdens de campagne, maar daarover kon vanwege de beperkte middelen niet over worden geadviseerd. Wel benadrukte de werkgroep dat “de kiezer slechts voor een deel door de zogenaamde issues werd beïnvloed”, een andere belangrijke factor was de “culturele, maatschappelijke, godsdienstige, economische, sociale en politieke achtergrond” van de kiezer.⁷² Het tweede rapport bevatte een gedetailleerde uitsplitsing van het electoraat naar categorieën als leeftijd geslacht en inkomen, en sloot af met de aanbeveling om potentiële doelgroepen voor verruiming van het electoraat nader te onderzoeken.⁷³ Dergelijk onderzoek kwam er niet, en van de suggesties in beide rapporten is niets terug te zien in de beslissingen of discussies van het CVC. Die bleven beperkt tot algemene uitspraken over bijvoorbeeld het ombuigen van de negatieve trend in de peilingen.⁷⁴

Een enkele aanbeveling van een politicoloog kreeg wel gevolg: Van Agt zou beter worden gecoacht omdat hij bij de eigen achterban de minst populaire was van de drie lijsttrekkers.⁷⁵ Ook mag benoemd worden dat de gedetailleerde uitslagen van de peilingen van Brandpunt werden gebruikt om Van Agt klaar te stomen voor een uitzending die de potentiële kiezer welgevallig zou zijn.⁷⁶

Het ‘taalonderzoek’ had daarentegen wel impact op de campagneorganisatie van het CDA. Het motto “samen verantwoordelijk” en een aantal punten uit het programma werden aangeleverd bij de NSS om steekproefsgewijs op hun begrijpelijkheid te worden getoetst.⁷⁷ De begeleidende conclusies van de werkgroep bij het NSS-rapport waren dat het motto “samen verantwoordelijk” een gelukkige keuze was, omdat hij zoals bedoeld immaterieel werd geïnterpreteerd. Van uitspraken als “de economische orde” en “de ondernemingsgewijze organisatie van productie en dienstverlening” had het publiek “geen flauw idee” wat ze betekenden. Gead-

⁷² Brief van de werkgroep CDA-politicologen inzake verkiezingsissues aan Janssen van Raay, 27/10/1976, KDC: KVP 1385

⁷³ ‘Tweede rapportering werkgroep CDA-politicologen’, 19/11/1976, KDC: KVP 1390

⁷⁴ ‘Aandachtspunten bijeenkomst stafwerkgroepen’, 15/3/1977, KDC: KVP 1386

⁷⁵ Mededelingen en ingekomen stukken CVC, 1/1977, KDC: KVP 1386

⁷⁶ Resumé van een CVC-vergadering, 22/4/1977, KDC: KVP 1386

⁷⁷ Brief van het NSS aan Gabor, 12/1/1977, KDC: KVP 1386

viseerd werd deze begrippen in de campagne niet langer te gebruiken en te vervangen met de bijgeleverde suggesties.⁷⁸ Dat de impact van het taalonderzoek verder reikte dan 'weer een advies van de politicologen' blijkt uit een soort cursus voor de kamerkandidaten die door pr-adviseur Groenendijk was opgesteld.⁷⁹ De kandidaten kregen een korte notitie uitgereikt en er werd een presentatie gehouden over de begrijpelijkheid van een boodschap:

*"De dagelijkse politiek, het gebeuren in de Tweede Kamer staat ondanks alles nog ver van veel mensen. Ondanks de televisie, ondanks de kranten, mede dankzij de "Binnenhof-taal" van de politici."*⁸⁰

De cursus van Groenendijk ontleende veel aan de conclusies van het taalonderzoek, en de teksten van Van Agt waren in het bijzonder onderwerp van discussie.⁸¹

Hoewel het taalonderzoek op het moment zelf positief werd ontvangen reflecteerde het CVC na de verkiezingen:

*"De kosten die zijn besteed aan het taalonderzoek zijn voor een groot deel zonder enige vorm van rendement gebleven."*⁸²

Dat het rendement van het taalonderzoek bleef bij het bijschaven van uitlatingen van CDA-kandidaten, had een inherente oorzaak: het onderzoek bevestigde dat de campagne qua begrijpelijkheid op de goede weg was en geen grondige verandering behoefde. Omdat het NSS-onderzoek als zeer betekenisvol werd ontvangen is het (indachtig het gevolg dat aan de negatieve conclusies werd gegeven) erg waarschijnlijk dat wanneer de conclusies uit het taalonderzoek over het algemeen negatief waren, die tot een grote herziening van de communicatie hadden geleid. In andere woorden: de potentiële impact van het taalonderzoek op de besluitvorming binnen het CVC is groter dan de werkelijke, omdat deze de gevolgde communicatielijn bevestigde.

⁷⁸ Conclusies van de werkgroep CDA-politicologen bij het 'taalonderzoek', 7/4/1977, KDC: KVP 1390

⁷⁹ "Issues tijdens de verkiezingscampagne", 4/1977, KDC: KVP 1386

⁸⁰ 'De kiezer persoonlijk benaderd: Inleiding door J.N.A. Groenendijk op de informatieve CDA-bijeenkomst', 15/4/1977, KDC: KVP 1386

⁸¹ Resumé van een CVC-vergadering, 15/4/1977, KDC: KVP 1386

⁸² 'Evaluatie verkiezingscampagne 1977', 20/6/1977, NA: CDA 230

Een solistische lijsttrekker

Een analyse van de besluitvorming binnen het CVC en de mate waarin opiniepeilingen daarin een rol speelden, zijn een belangrijke stap in het in kaart brengen van de invloed van peilingen. De algehele invloed van de verschillende soorten opiniepeilingen op de campagnevoering van het CDA was beperkt. De enige zichtbare impact van peilingen zien we terug in de positieve ontvangst van het taalonderzoek, en de instructies aan de kamerkandidaten om hun boodschap te verhelderen en een aantal vage standpunten te vermijden. Ondanks deze heldere instructies was er een discrepantie tussen dat wat besloten werd, en de uitvoering ervan. Een belangrijke factor hierin was de gewichtige positie van de lijsttrekker in de campagne. Dries van Agt stond bekend als een solist die zonder ervaring 'olijk en vrolijk' de campagne in stapte. Van pr-advies trok hij zich niets aan, omdat hij liever authentiek was dan gelikt.⁸³ Het beperkte gebruik van opiniepeilingen binnen het CDA concentreerde zich precies daarop waar de eigengereidheid van deze lijsttrekker het sterkst was: het taalgebruik. Van Agt schreef zijn eigen speeches en liet zich daarin goeddeels leiden door eigen gevoel en inzicht: "Ik had geen strategie. Het was één grote improvisatie." vertelde hij in een interview in 2007.⁸⁴

Zicht op het speelveld

Dat de opiniepeilingen onder de streep nauwelijks effect hadden op de gevoerde campagne neemt niet weg dat ze een belangrijk gegeven waren in hoe de verkiezingscampagne werd beleefd door de campagneleiding. Na bestudering van de archiefstukken van het CVC blijkt dat weinig concrete actie werd ingegeven door de resultaten van de peilingen, maar dat er wel een bijzondere belangstelling is voor de 'stand' in de peilingen. Op CVC-vergaderingen wordt met enige regelmaat gereageerd op de laatste cijfers. Zo uitte het lid Dick Corporaal op 9 november 1976 de zorg "dat het zeer negatief kan werken dat het CDA in opinie-onderzoeken zo lang voor de verkiezingen zo goed uit de bus komt."⁸⁵ Op 25 februari merkte het lid Piet van Zeil de duidelijke terugval van het CDA op in de peilingen, en droeg daarbij een aantal actualiteiten als mogelijke oorzaken aan.⁸⁶ In april 1977

⁸³ Merriënboer, Bootsma en Griensven, *Van Agt biografie: Tour de force*. pp. 239, 246

⁸⁴ *Ibid.* p. 247

⁸⁵ Resumé van een CVC-vergadering, 9/11/1976, KDC: KVP 1385

⁸⁶ Resumé van een CVC-vergadering, 25/2/1976, KDC: KVP 1386

kreeg het CVC zelfs de beschikking over telefonisch 'live' commentaar op de opiniepeilingen door een van de politicologen.⁸⁷ Evenals de rapporten van de werkgroep politicologen worden de nieuwe gegevens uit de peilingen als het ware ter kennisgeving aangenomen in het CVC.

Een mogelijke verklaring voor de interesse van het CVC in de peilingen, en het uitblijven van beslissingen die daarop waren gebaseerd, is te vinden in het denken over verkiezingen als een competitie. De politiek historicus Henk te Velde heeft erop gewezen dat al sinds de 19^e eeuw politiek door politici en beroepsgroepen daaromheen wordt opgevat als een competitief spel.⁸⁸ Ook in de studie van de relatie tussen opiniepeilingen en media wijst Jesper Strömbäck, hoogleraar in de politieke communicatieleer, erop dat de media de neiging hebben om opiniepeilingen te verslaan in de stijl van sportuitslagen.⁸⁹ De Nijmeegse politiek historici Harm Kaal en Wim de Jong nemen een soortgelijke dynamiek waar. In zijn artikel over de cultuur van het televisiedebat schrijft Kaal dat al in de jaren '60 de berichtgeving over televisiedebatten in het frame van een sportverslag werden gegoten.⁹⁰ In hun gezamenlijke artikel uit 2017 concluderen Kaal en De Jong dat 'de verkiezingen' door de media werden verslagen als spannende wedstrijden.⁹¹ De associaties van sport en spel met de politiek die deze auteurs beschrijven hebben weliswaar verschillende vormen, maar maken het aannemelijk dat mensen in en rondom de politiek van de jaren '70 een verkiezingscampagne ervoeren als een soort wedstrijd. De wedstrijd was dan om tot de dag van de verkiezingen een zo groot mogelijk, zo niet het grootste, aantal kiezers aan je te binden. Als we deze wedstrijdgedachte in het achterhoofd houden, en nog eens kijken naar het uitblijven van nieuwe of veranderde taak- en doelstellingen door de kennisneming van peilinguitslagen is de verklaring hiervan voor de hand liggend. Er was maar een doelstelling en dat was de grootste worden. Peilingen waren voor het CVC dan eerder een manier om de eigen vooruitgang op het speelveld ten opzichte van de

⁸⁷ Brief De Wijs van de werkgroep CDA-politicologen aan Janssen van Raay, 12/4/1977, KDC: KVP 1390

⁸⁸ H. te Velde, 'Politieke cultuur en politieke geschiedenis', *Groniek, Historisch tijdschrift*:137, 1997, 391–402.

⁸⁹ J. Strömbäck, 'The Media and Their Use of Opinion Polls: Reflecting and Shaping Public Opinion', in: C. Holtz-Bacha en J. Strömbäck (red.), *Opinion Polls and the Media* (Basingstoke, 2012), 1–22. p. 13

⁹⁰ H. Kaal, 'De cultuur van het televisiedebat: Veranderende percepties van de relatie tussen media en politiek, 1960 – heden', *Tijdschrift voor Geschiedenis* 127:2 (2014), 293–316. p. 302

⁹¹ Kaal en Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980', p. 137

anderen waar te kunnen nemen. Met deze interpretatie fungeerden peilingen als de 'ogen' van de deelnemer aan de wedstrijd.

Hier is tegen in te brengen dat peilingen veel meer vertellen dan 'de stand'. Ze vertellen veel over de demografie en achtergrond van de kiezer, en hoe deze achtergronden zich verhouden tot de partijen op het spectrum. Zulke informatie bood de werkgroep CDA-politicologen ook aan het CVC, maar daarnaar werd niet gehandeld. Een beschouwing van de verhoudingen tussen het CVC en de werkgroep levert een interessant beeld op. Allereerst waren het CVC en de werkgroep politicologen (in tegenstelling tot andere werkgroepen) personeel gescheiden.⁹² Ten tweede sloten de antwoorden van de politicologen zelden aan op de vragen van het CVC. Een voorbeeld hiervan is dat het CVC vroeg om een rapport over de zwevende kiezer, en als antwoord kreeg:

*"Het verzoek om aan de hand van de bestaande documentatie over de zwevende kiezer te rapporteren wordt deels onuitvoerbaar deels weinig zinvol geacht."*⁹³

Een tweede voorbeeld hiervan is de eerder besproken vraag aan de werkgroep om een aantal issues uit te lichten die van belang zouden zijn voor de campagne:

*"Ervan uitgaande dat van de werkgroep verwacht wordt dat haar uitspraken (a) zijn gebaseerd op harde gegevens; (b) betrekking hebben op issues waarvan verwacht kan worden dat het propageren ervan tot electoraal succes van het CDA zal leiden, kan, gelet op het ontbreken van voldoende inzicht, niet worden geadviseerd."*⁹⁴

Ten derde werd de werkgroep CDA-politicologen goeddeels gevuld met mensen die de betreffende studierichting hadden gevolgd of zoals het lid Dirk Boonstra nog op de universiteit werkzaam was, terwijl in het CVC geen politicologen zitting hadden.⁹⁵ De discussies binnen de werkgroep hadden een wetenschappelijk karakter, zoals de discussie van 11 oktober die tot bovenstaand citaat zou leiden, over wat wel en niet afgeleid kon worden van de beschikbare cijfers.⁹⁶ Dit terwijl het

⁹² 'Evaluatie verkiezingscampagne 1977', 20/6/1977, NA: CDA 230

⁹³ Brief van de werkgroep CDA-politicologen aan Janssen van Raay, 20/8/1976, KDC: KVP 1385

⁹⁴ Brief van de werkgroep CDA-politicologen inzake verkiezingsissues aan Janssen van Raay, 27/10/1976, KDC: KVP 1385

⁹⁵ 'Samenstelling Werkgroep CDA-politicologen', 1976, KDC: KVP 1390

⁹⁶ Resumé van een vergadering van de werkgroep CDA-politicologen, 11/10/1976, KDC: KVP 1390

CVC in algemeenheden over de stand van de peilingen sprak. Geconcludeerd kan worden dat het CVC en de werkgroep in meerdere opzichten andere taal spraken: de rapporten werden met relatieve stilte begroet, en de vragen die het CVC stelde aan de werkgroep werden negatief beantwoord.

Opiniepeilingen werden door het CVC slechts gewaardeerd als de 'stand' in een denkbeeldige wedstrijd. Dit kwam enerzijds door de gebrekkige expertise binnen het CVC, en anderzijds door het gebrek aan middelen binnen de werkgroep om de vragen van het CVC te beantwoorden. Vanuit het perspectief van de sociale verwetenschappelijking is dit een interessante waarneming. Een belangrijk onderdeel van deze ontwikkeling is de aanwezigheid van sociaalwetenschappelijke experts in allerlei organisaties.⁹⁷ Nederlandse politieke partijen in de jaren '70 waren hierop geen uitzondering, het bestaan van de werkgroep binnen het CDA is hiervan al een voorbeeld.⁹⁸ De aanwezigheid van deze experts heeft volgens de literatuur ook invloed op de besluitvorming binnen de betreffende organisaties. Merkwaardig is dat bij het CDA de experts van de werkgroep politicologen nauwelijks de besluitvorming beïnvloeden.

⁹⁷ Raphael, 'Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts'. p. 166

⁹⁸ Kaal en Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980'. p. 113

De PvdA: 1976-1977

In 1977 had de PvdA al vier jaar het kabinet Den Uyl 'I' geleid. Van '73 tot '77 hadden de progressieve drie, PPR, D'66 en PvdA, samen met de ARP en de KVP in een kabinet gezeten. Het doel van de verkiezingen was doorregeren, liefst onder kabinet Den Uyl II.⁹⁹ Binnen de gelederen van de PvdA leek het bijna vanzelfsprekend dat zo'n kabinet er zou komen, maar met wie? Een progressieve meerderheid binnen de ministerraad en harde afspraken over de te realiseren hervormingen waren het doel. In dit streven stond D'66 aan de zijde van de PvdA, maar aanvankelijk werd van D'66 gedacht dat deze partij weinig gewicht mee zou brengen vanwege haar teleurstellende resultaat bij de provinciale statenverkiezingen. Onder leiding van Jan Terlouw herstelde D'66 zich echter, en boekte een winst van twee zetels ten opzichte van de zes zetels die ze in '73 had gehaald.¹⁰⁰ De verkiezingswinst van de PvdA was ongekend en de Tweede Kamerfractie groeide met tien zetels naar 53 zetels. Het gedroomde kabinet Den Uyl II kwam er niet, Van Agt ging met Wiegel en de Den Uyl ging in de oppositie. Van de PvdA wordt gezegd dat ze in 1977 de verkiezingen won, maar de formatie verloor.¹⁰¹

De campagneorganisatie van de PvdA was sterk geïntegreerd met de partijtop. De strategie van de campagne werd door grofweg drie partijorganen bepaald, het partijbestuur, de campagnecommissie en het campagnebureau.¹⁰² Dat er een gedetailleerde bemoeienis was van het voltallige partijbestuur, en dat politieke zwaargewichten als het Kamerlid Ed van Thijn, staatssecretaris Marcel van Dam en partijvoorzitter Ien van den Heuvel plaats namen in de campagnecommissie en het campagnebureau, geeft aan dat er een sterke verwevenheid was tussen de politieke top van de partij en de campagneorganisatie. Het campagnebureau was gemoeid met de uitvoering en de campagnecommissie met de strategie van de campagne. De leiding over de campagne zou later door het partijbestuur naar het campagnebureau worden gedelegeerd. Dit maakte dat het functioneren van de commissie sindsdien "wat in het luchtledige [kwam] te hangen", aldus Ien van den Heuvel.¹⁰³ In zijn *Strategie en illusie* stelt Philip van Praag dat bij de verkiezingscampagne van

⁹⁹ Praag, *Strategie en Illusie: elf jaar intern debat in de PvdA (1966-1977)*. p. 252

¹⁰⁰ Elzinga en Voerman, *Om de stembus: Verkiezingsaffiches 1918-1998*. p.160

¹⁰¹ Praag, *Strategie en Illusie: elf jaar intern debat in de PvdA (1966-1977)*. pp. 287, 292

¹⁰² *Ibid.* p. 251

¹⁰³ Verslag van een vergadering van de campagnecommissie, 18/3/1977, IIISG: PvdA 2026

1977 er een overeenkomst was tussen de electorale en de politieke strategie van de PvdA, die waren beide gericht op het 'midden'. Het sociologische midden en het politieke midden werden als één gezien (links van het spectrum was de arbeidersklasse, en rechts van het spectrum de bezittende), iets wat volgens Van Praag het Marxistische begrippenkader van de partijfunctionarissen verraadde.¹⁰⁴

Beschikbare peilingen

De rol van electoraal onderzoek was, zoals aangeduid door Van Praag, groot bij de PvdA. In vergelijking met de informatie die het CDA had in 1977 is de informatiepositie van de PvdA overweldigend. De PvdA was geabonneerd op de gegevens van het NIPO, en deze rauwe gegevens werden in rapporten gegoten door het bureau d'Ancona & De Hond B.V.¹⁰⁵ De laatste naamgever van het bedrijf was Maurice de Hond en nam ook zitting in de campagnecommissie. Ook nam de PvdA van het NIPO extra analyses van de 'vertrouwenspercentages' van zittende Kamerleden en bewindslieden af.¹⁰⁶ Een vierde soort onderzoek dat de PvdA liet doen was bij het Instituut voor Psychologisch Marktonderzoek naar de effectiviteit van verschillende verkiezingsslogans.¹⁰⁷ De mogelijkheden om vragen te beantwoorden over de voorkeur van de kiezer en zijn sociaaleconomische achtergrond waren, alleen al met de NIPO-gegevens legio. Naast de vaste abonnementen werd incidenteel onderzoek ook mogelijk geacht. Het campagnebureau sprak bijvoorbeeld de wens uit om de kiezer die in een peiling aangaf D'66 te gaan stemmen terwijl hij de vorige keer op de PvdA had gestemd, als het ware te 'volgen' door meerdere peilingen achter elkaar dezelfde personen te oormerken.¹⁰⁸ De technische haalbaarheid van dit plan was beperkt, omdat een 'N' van 15 het maximale was dat kon worden gevolgd.¹⁰⁹ Hoewel dit onderzoek niet haalbaar was, is het wel illustrerend voor de mentaliteit binnen de campagneorganisatie van de PvdA: het idee heerste dat alles in principe onderzocht kon worden.

¹⁰⁴ Praag, *Strategie en Illusie: elf jaar intern debat in de PvdA (1966-1977)*. p. 247

¹⁰⁵ Rapport D'Ancona & De Hond B.V. 'De methode toegelicht', 12/10/1976, IISG: PvdA 2048

¹⁰⁶ NIPO-analyse 'netto vertrouwenspercentages', 7/12/1976, IISG: PvdA 2048

¹⁰⁷ Rapport Instituut voor Psychologisch Marktonderzoek nr. I5762/FH 'PvdA verkiezingsslogans', 2/1977, IISG: PvdA 1324

¹⁰⁸ Bericht Wouter Gortzak aan het campagnebureau inzake onderzoek naar D'66-stemmers, 10/3/1977, IISG: PvdA 2026

¹⁰⁹ Brief Kees Bode aan Maurice de Hond inzake onderzoek naar D'66-stemmers, 28/3/1977, IISG: PvdA 2026

De mogelijkheden van het opinieonderzoek bij de PvdA lijken in verhouding tot het CDA onbeperkt, maar de mogelijkheden werden uiteindelijk beperkt door het budget. Het eerder genoemde onderzoek naar de mensen die op bepaald moment D'66 zouden stemmen kon ook op een andere manier bij het NIPO worden afgenomen, maar wegens budgettaire beperkingen moest men zoeken naar een goedkoper alternatief. Het goedkope alternatief om met een 'N' van 25 de betreffende kiezers te volgen (wat al aan de kleine kant werd bevonden) kwam van Maurice de Hond zelf, en zou 'slechts' f1.250 tot f1.500 zou kosten.¹¹⁰ De beschikbaarheid van dergelijke bedragen voor incidenteel onderzoek wijst op een substantieel onderzoeksbudget dat volledig werd benut. Voor de verkiezingscampagne van 1977 was f50.000 gereserveerd voor onderzoek, zelfs meer dan het CDA in 1981 tot haar beschikking had.¹¹¹

Het geld dat in het bijzonder gemoeid was met de NIPO-gegevens leidde tot enige consternatie bij Marcel van Dam. De resultaten van de peilingen werden doorgevoerd aan de VARA, waar ze bij het programma 'In de Rooie Haan' werden gepresenteerd. Dit feit wekte irritatie bij Van Dam. In een brief aan voorzitter Ien van den Heuvel schrijft hij:

*"Sinds jaar en dag is de partij geabonneerd op de peilingen naar de politieke voorkeur door het Nipo. Dat kost de partij vele duizenden guldens. Het is echter alleszins de moeite waard omdat je op die manier een voorsprong hebt op andere politieke partijen (...) Ik heb nu begrepen dat wij op die voorsprong geen prijs meer stellen omdat deze cijfers zullen worden gepubliceerd en dus ter beschikking zullen staan van alle andere partijen. (...) Is er nog één reden te bedenken waarom de partij geld uit blijft geven aan de Nipo-enquêtes? We kunnen dat geld beter gebruiken om Wiegel te bestrijden in plaats van te helpen."*¹¹²

Saillant hieraan is dat, hoewel Van Dam zich richt tegen Wiegel, het CDA tijdens de verkiezingscampagne van 1977 volledig afhankelijk was van 'gratis' informatie. In zekere zin was het verwijt van Van Dam volkomen terecht.

¹¹⁰ Bericht Wouter Gortzak aan het campagnebureau inzake onderzoek naar D'66-stemmers, 10/3/1977, IISG: PvdA 2026

¹¹¹ 'Conceptbegroting verkiezingscampagne 1977', 1977, IISG: PvdA 2026

¹¹² Brief van Marcel van Dam aan Ien van den Heuvel inzake de publicatie van NIPO-cijfers door de VARA, 13/10/1976, IISG: PvdA 2026

Gestuurd door peilingen?

In zijn *Strategie en illusie* heeft Van Praag al laten zien dat de campagne van de PvdA in 1977 sterk werd ingegeven door peilingen. De campagnestrategie berustte op drie componenten: de beeldvorming van de PvdA, het vertrouwen in de kandidaten en het electorale potentieel. In 1976 stond de partij er slecht voor in de peilingen, en daarom werd besloten een 'lange campagne te voeren' die het kabinetsbeleid verdedigde. Bovendien was de strijd om het midden nog lang niet gevoerd, omdat aan het einde van 1976 het CDA een zeer goede positie in de peilingen innam. De ondervraagden stelden zelfs dat het CDA een middenpartij was. Om deze reden, en omdat het feit dat twee van de drie confessionele partijen in het kabinet zaten een confrontatie moeilijk maakte, werd besloten het CDA zoveel mogelijk te negeren en op de VVD te richten.¹¹³ De keuze van de PvdA om zich op de tegenpool, de VVD, te richten staat bekend als de polarisatiestrategie, geesteskind van Ed van Thijn.¹¹⁴

De strategische keuzes die Van Praag omschrijft benaderen de campagne in een 'macro' perspectief; er ligt een lange termijn gedachte aan ten grondslag. Dit macroperspectief werd ingegeven door peilingen, maar diezelfde peilingen waren weleens aanleiding om de actualiteit in te spelen. Opvallend is dat het polariseren in theorie een langetermijnstrategie is, maar dat de praktijk anders uitwijst. De 'lange campagne' die de PvdA zou gaan voeren berustte sterk op de polarisatiestrategie, maar actuele problemen konden ook worden opgelost door te 'polariseren', zo leek de gedachte. In maart 1977 stelt Ien van den Heuvel:

*"We zien nu de VVD teruglopen, maar het CDA gaat nog steeds vooruit. Misschien moeten we dan toch weer meer polariseren, om mensen van het CDA naar de VVD terug te krijgen."*¹¹⁵

Uit de woorden van Van den Heuvel is af te lezen dat zij de polarisatiestrategie ziet als iets wat bijvoorbeeld een paar werken gedaan kan worden en dan weer niet, alsof ze tijdelijk een schakelaar omdraait. Met polariseren wordt in deze context bedoeld dat een felle campagne tegen de betreffende partij wordt gevoerd, die vervolgens stelling tegen de PvdA moet nemen. De vraag van Van den Heuvel

¹¹³ Praag, *Strategie en Illusie: elf jaar intern debat in de PvdA (1966-1977)*. p. 252-260

¹¹⁴ Kaal en Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980'. p. 133

¹¹⁵ Notulen van de vergadering van het partijbestuur, 7/3/1977, IISG: PvdA 27

raakte snel achterhaald, omdat twee weken later het kabinet viel en er daarom geen reden meer was voorzichtig te zijn met het CDA. De discussie is echter een mooi voorbeeld van hoe actuele cijfers hun invloed konden hebben op de campagnestrategie van de PvdA.

Een meer concreet gebruik van publiekspeilingen is de totstandkoming van de slogan waarmee de campagne werd gevoerd. Deze werd bijna direct overgenomen uit het rapport van het Instituut voor Psychologisch Marktonderzoek. "Kies onze minister-president, kies Den Uyl" was de beste slogan volgens het onderzoeksbureau, maar 'onze' werd wat arrogant bevonden. De PvdA koos uiteindelijk voor "Kies *de* minister-president, kies Den Uyl".¹¹⁶

Welke cijfers zijn waar?

De resultaten van, maar vooral de conclusies die werden getrokken uit de peilingen waren voor de PvdA van groot belang in het bepalen van de electorale strategie. Door de verwevenheid van de campagneorganisatie met de partijtop lijkt er ook een gedeelde interesse te zijn ontstaan voor de peilingen. Ed van Thijn, van huis uit politicoloog, en Maurice de Hond zaten zelfs samen in de campagnecommissie. Van commissievoorzitter Kees Bode is niet bekend welke studie hij heeft gevolgd, maar vanwege zijn detaillistische bemoeienis met de methode en analyse van de peilingen kan verwacht worden dat hij op de een of andere manier was opgeleid in de sociale wetenschappen of politicologie had genoten. Mannen als Van Thijn, De Hond en Bode hadden invloed op de conclusies die werden getrokken uit de peilingen, maar waren het niet altijd met elkaar eens. De aanwezige expertise in de commissie betekende dus ook niet dat de peilingen als voldongen waarheden werden geaccepteerd binnen de PvdA. Zo nu en dan werd een beroep gedaan op de blinde wens om de verkiezingen te winnen. Nota bene de directeur van de Wiardi Beckman Stichting, Wouter Gortzak, stelt aan het einde van een lange technische discussie: "We moeten ons ook niet laten ontmoedigen door de NIPO's. Verkiezingscampagnes moeten worden gevoerd om te winnen."¹¹⁷

Over de interpretatie van de cijfers van het NIPO werd door de politicologen onderling fel gediscussieerd. In 1976 schreef Kees Bode een notitie genaamd 'De me-

¹¹⁶ Praag, *Strategie en Illusie: elf jaar intern debat in de PvdA (1966-1977)*. p. 276

¹¹⁷ Verslag van de vergadering van de campagnecommissie, 10/12/1976, IISG: PvdA 2026

thode Bode, óók een benadering om de opiniecijfers van het NIPO te interpreteren'. De 'methode' was een woordspeling op de 'methode De Hond', maar de notitie dook wel de methodologische inhoud in. Kortgezegd werden de 'niet-weters' met een andere verdeelsleutel dan De Hond gebruikte onder de partijen geschaard. Volgens Bode was dit "meer conform de actuele situatie dan de cijfers van De Hond, ook al omdat juist bij het CDA en de PvdA traditioneel het percentage geen mening/niet-weters hoog is."¹¹⁸ Aanleiding voor het bevragen van de methode De Hond was dat de nauwkeurigheid ervan al enige tijd ter discussie stond. Henk Molleman, lid van de campagnecommissie en van huis uit socioloog, had tijdens de commissievergadering (zonder onderbouwing) gesteld dat de methode De Hond zwak was onderbouwd.¹¹⁹ De notitie van Bode was voor De Hond aanleiding om eens van leer te trekken tegen Bode, en zijn eigen methode te verdedigen. In zijn reactie 'De methode Bode, enkele kanttekeningen' stelt hij:

*"Ik vind het best als men de methode de Hond ter discussie stelt en zwakheden probeert aan te tonen, maar het lijkt mij onverstandig voor de PvdA om hem in te wisselen voor de methode Struisvogel."*¹²⁰

De Hond kreeg in zekere zin zijn gelijk toen in januari bleek dat de categorie 'weet-niet' massaal naar het CDA was overgestapt. Een te hoge inschatting van de onbesliste kiezer die voor de PvdA zou kiezen, had hier zeker een valse verwachting kunnen veroorzaken.¹²¹

Ook over de autonome effecten van peilingen bestond discussie binnen de campagnecommissie. Tekenend hiervoor is de discussie over de methode De Hond in het licht van de publicatie van NIPO-cijfers door de VARA in 'In de Rooie Haan'. Een belangrijke motivatie voor het doorspelen van de cijfers aan de VARA was de behoefte om iets tegenover de cijfers van Elsevier te zetten, die bewust op 'ongunstige' momenten hun peilingen publiceerde. Wat nu gunstig en ongunstig was, stond ook al ter discussie in de commissie. Wouter Gortzak, voorstander van het initiatief zei over het tonen van een negatieve trend: "Er gaat een enorme mobilisatie vanuit." Wat in zoveel woorden betekende dat hij geloofde in het zogeheten

¹¹⁸ 'De methode Bode', 1976, IISG: PvdA 2026

¹¹⁹ Verslag van de campagnecommissie, 15/10/1976, IISG: PvdA 2026

¹²⁰ Notitie De Hond 'De methode Bode, enkele kanttekeningen', 22/11/1976, IISG: PvdA 2026

¹²¹ Notitie Bode inzake de NIPO-cijfers van december, 18/1/1977, IISG: PvdA 2026

underdogeffect. Ed van Thijn, daarentegen, was “bang voor het band-wagon effect. Verlies leidt tot ontredding van de eigen gelederen”, stelde hij. De discussie verplaatste zich echter van de vraag of publiceren al dan niet een goed idee was, naar de ‘juistheid’ van de gepresenteerde cijfers. Wederom stond de methode De Hond ter discussie. Besloten werd een club te vormen om met een aantal experts, waaronder Den Uyl, Van Dam en De Hond zelf, de methode De Hond door te lichten.¹²²

Beschouwen we deze discussie in het licht van het debat over de verwetenschappelijking van de politiek, dan is hij exemplarisch voor wat Raphael onder de ‘entzauberte wissenschaft’ verstaat:

“De strijd tussen sociaalwetenschappelijke experts en de cultuur van adviezen en tegenadviezen markeren (...) het aantreden van een nieuwe fase: de onttovering van de wetenschap.”¹²³

Experts die elkaar gebrekkige onderbouwingen, of struisvogelgedrag verwijten zijn niet bevorderlijk voor de helderheid van de strategie. Onzekerheid over wat nu de ‘juiste’ interpretatie van de opiniecijfers was, zorgde ervoor dat de campagnestrategen relatief veel tijd staken in het zoeken naar de juiste methode. Door de leden zelf werd dit als belemmerend voor het functioneren van de commissie gezien. Tijdens een vergadering van het partijbestuur vatte Harry Prins samen:

“Als we een campagnestrategie uitstippelen dan zouden dit soort dingen eigenlijk niet moeten kunnen. (...) We hebben de mogelijkheid dingen gepland en bewust te doen, dan moeten we daar ook gebruik van maken.”¹²⁴

Het gebruik van opiniepeilingen binnen de PvdA had in de campagne van 1977 een dubbel effect. De peilingen zorgden voor een sterke informatiepositie waardoor strategische keuzes konden worden onderbouwd met kennis over het effect van de strategie, of de te bereiken doelgroepen. Concrete voorbeelden hiervan zijn de gekozen slogan “Kies de minister-president”, de keuze om een ‘lange campagne’ te voeren, en de manier waarop werd omgegaan met de groei van D’66 of het CDA. Zoveel mogelijk strategische keuzes werden onderbouwd met cijfers,

¹²² Verslag van de campagnecommissie, 15/10/1976, IISG: PvdA 2026

¹²³ Raphael, ‘Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts’. p. 178

¹²⁴ Verslag van de campagnecommissie, 15/10/1976, IISG: PvdA 2026

waardoor de opiniecijfers op zichzelf een zeer belangrijke rol kregen. Dit leidde ertoe dat veel prijs werd gesteld op de juiste interpretatie van de cijfers, met de juiste methode. De discussies rondom de methode De Hond, en welk autonoom effect de cijfers hadden zijn hiervan een goed voorbeeld. De kennis werkte dus enerzijds verlichtend, maar anderzijds verlamdend omdat veel tijd werd besteed aan de beoordeling van die kennis. De verwevenheid van de politieke top van de partij met de campagneorganisatie betekende dat deze discussies ook de partijbonzen tijd kostten. In het klasje dat de methode de Hond ging doorlichten moesten immers ook Joop den Uyl en Ed van Thijn aanschuiven.

Het CDA: 1980-1981

De verkiezingsstrijd van 1981 wordt door de parlementair historici Bosmans en Van Kessel als “lauw” omschreven. Het CDA handhaafde zich na 4 regeringsjaren met slechts een zetel verlies, eindigend op 48 zetels. Groter was het verlies voor de PvdA, vier jaar na de mislukte formatie, zij verloor acht zetels.¹²⁵ Als we naar de situatie binnen het CDA kijken was de stemming zeker niet lauw te noemen. De KVP, ARP en CHU bestonden allen niet meer en hun besturen ook niet, bovendien waren de oud-fractievoorzitters van deze partijen ook vertrokken. In tegenstelling tot de verkiezingen van 1977, waar de campagne werd bemoeilijkt door de diplomatieke manoeuvres die op de achtergrond de eenheid van het CDA moesten bewaken, was in 1981 de partij organisatorisch en politiek verenigd. Zoals Ed van Thijn het stelde: “Dries heeft het hele CDA in zijn zak. Niemand in het CDA kan tegen hem op en durft dat ook niet, want hij is de enige met een achterban.”¹²⁶ De organisatiestructuur van het campagneapparaat blijft bij de christendemocraten goeddeels hetzelfde. Het dagelijkse reilen en zeilen van de campagne staat onder leiding van het CVC, met daaronder de stafwerkgroepen. De stafwerkgroep politologen heet voorts de stafwerkgroep opinieonderzoek. Het CVC staat onder leiding van Ries Smits, en de werkgroep onder leiding van Jan Krajenbrink, de rechterhand van Piet Steenkamp tijdens de eenwording.¹²⁷

Beschikbare peilingen

Dat het CDA dit keer als een partij de verkiezingscampagne in ging wierp zijn vruchten af. Van sprokkelen naar ‘beschikbare’ opiniepeilingen was dit keer geen sprake. Van meet af aan wordt een aantal zaken afgesproken over de strategie die van invloed zijn op het gebruik van opiniepeilingen in de campagne. In het overleg van de zogeheten kerngroep van het CVC met Ruud Lubbers, voorzitter van de Tweede Kamerfractie, in januari 1980 wordt door Lubbers benadrukt dat de komende campagne gericht moet zijn op doelgroepen: “We moeten niet alleen mikken op het electoraat in zijn totaliteit, maar vooral ook op de onderscheidende segmenten.” aldus Lubbers.¹²⁸ Een belangrijk tweede punt is dat voor de campagne van 1981 met een totaal budget van f1.500.000 de helft meer beschikbaar is dan

¹²⁵ Bosmans en Kessel, *Parlementaire geschiedenis van Nederland*. p. 158

¹²⁶ Merriënboer, Bootsma en Griensven, *Van Agt biografie: Tour de force*. p. 252

¹²⁷ ‘Eerste aanzet voor het plan voor de verkiezingscampagne 1981’, 11/1/1980, NA: CDA 42

¹²⁸ Memo van een gesprek met fractievoorzitter Lubbers en de kerngroep CVC, 19/3/1980, NA: CDA 42

tijdens de vorige campagne. Waar in 1977 in principe geen geld werd gereserveerd voor onderzoek, wordt in 1981 hiervoor f30.000 begroot.¹²⁹ Bovenop dit bedrag kreeg het CVC ook nog beschikking over “wetenschappelijke ondersteuning” van het wetenschappelijk bureau van het CDA. Dat deze “wetenschappelijke ondersteuning” bestond uit geld blijkt uit een brief uit juli 1980, waarin Cees Bremmer, secretaris van het CVC, de verwachting uitspreekt dat het gewenste opinieonderzoek naar verwachting f40.000 zal kosten en dat de “ondersteuning” daarom van harte welkom is.¹³⁰

Het budget bevrijdde de werkgroep opinieonderzoek van haar afhankelijkheid van de stoeve overlegstructuur. Waar ze in '77 maar moest afwachten of haar voorstellen gevolg kregen, had ze nu zelf het initiatief. Ten behoeve van het CVC werd een abonnement afgesloten op de wekelijkse opiniepeilingen van NIPO, in de meest uitgebreide variant (uitgebreid, omdat ze ook vermelding maakte van “welke CDA-stemmers (...) naar welke partij [zijn] gegaan en andersom”¹³¹).¹³² Naast deze dienst had het CVC ook de mogelijkheid om zelf vragen in te dienen bij het NIPO à f1.500 per vraag. Het opstellen van deze vragen was een verantwoordelijkheid van de werkgroep opinieonderzoek.¹³³ Later, in april 1981 werd besloten tot het afnemen van nog een abonnement, dit keer op de ‘infophone’ van Maurice de Hond's bureau Inter-View.¹³⁴ Kort samengevat hadden het CVC en de werkgroep opiniepeilingen de volgende middelen tot hun beschikking: (1) de uitgebreide variant van de wekelijkse data van het NIPO, (2) de eigen vragen die mochten worden aangeleverd bij het NIPO, en (3) de gegevens van Maurice de Hond's ‘infophone’. Middelen die allen de mogelijkheid bieden om de door Lubbers begeerde doelgroepenbenadering te volgen.

Gestuurd door peilingen?

Hoewel de stukken van het CVC en de werkgroep uit de vroege jaren '80 fragmentarisch bewaard zijn gebleven, is het mogelijk om aan de hand van een aantal voorbeelden een beeld te schetsen van de rol die opiniepeilingen binnen de campagne

¹²⁹ 'Notitie financiën verkiezingscampagne 1981', 1980, NA: CDA 40

¹³⁰ Brief van Bremmer aan de Stichting Fonds Christen Democratisch Wetenschappelijk Werk, 1/7/1980, NA: CDA 230

¹³¹ Brief van Halleen inzake de NIPO-enquête aan het CVC, 6/5/1980, NA: CDA 230

¹³² 'Notitie over opinie-onderzoek t.b.v. CVC', 12/5/1980, NA: CDA 230

¹³³ Verslag van de vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, 16/10/1980, NA: CDA 230

¹³⁴ Conclusies van de vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, 22/4/1981, NA: CDA 230

speelden. Allereerst valt op dat de doelgroepenbenadering binnen de partij serieus wordt opgepakt. Bij een vergadering van het dagelijks bestuur wordt naar aanleiding van een rapport van de werkgroep opinieonderzoek een richting voor vervolgonderzoek geformuleerd. Van precies de groepen waar het CDA ondervetwoordigd is, jongeren, stedelingen, en het vakbondswezen, moeten de politieke interesses worden gepeild. Als deze interesses verenigbaar blijken met het verkiezingsprogramma, kan de campagne op een of meerdere van deze groepen gericht worden, zo wordt gesteld. De aanwezige pr-adviseur Groenendijk stelt zelfs dat de peilingen het CDA dwingen tot keuzes voor bepaalde doelgroepen.¹³⁵ Het voorgestelde onderzoek is niet terug te vinden, maar het feit dat dat het dagelijks bestuur zich hierop beroept, zegt veel over het belang dat werd gesteld in de onderzoeksresultaten.

Waar het in 1977 onmogelijk was om met de beperkte informatie de ‘zwevende kiezer’ in kaart te brengen, wordt in 1980 een uitgebreide profielschets gemaakt van de soorten zwevers, en hoe deze twijfelaars van D’66 naar het CDA verleid kunnen worden. De kleine partijen werden in tijdens deze verkiezing als een dreiging gezien.¹³⁶ Een notitie van Hans Hillen, lid van de werkgroep, beoordeelt dat het CDA drie dingen kan doen om deze twijfelaars over te halen. De groep waar het om gaat, de onkerkelijke man van rond de dertig, is te paaien (1) als het CDA zich meer ‘libertijns’ zou opstellen, (2) wanneer sterker zou worden geprofileerd met Lubbers en (3) als het CDA zich hard zou maken voor de belangen van inkomensgroep “modaal tot twee maal modaal”. Dit laatste werd geredeneerd omdat de betreffende groep niet georganiseerd was in vakbonden en dus alleen via de politiek haar belang kon verdedigen.¹³⁷ Alle assumpties die ten grondslag liggen aan deze drietrapsraket werden onderbouwd met gegevens uit de NIPO-peilingen.

Een derde teken dat de opiniepeilingen serieus werden genomen binnen het CDA als geheel is dat de werkgroep opiniepeilingen een plek was om proefballonnetjes op te laten. De Tweede Kamerfractie vroeg bijvoorbeeld in oktober 1980, nog voordat de doelgroep ‘jongeren’ in het dagelijks bestuur aan de orde was geweest, of de volgende stelling klopte: “Dat de jeugd van nu zich zo weinig verbonden voelt

¹³⁵ Besluitenlijst van de vergadering van het Dagelijks Bestuur, 1/12/1980, NA: CDA 138

¹³⁶ Resumé van een CVC-vergadering, 12/3/1981, NA: CDA 40

¹³⁷ Conclusies van de vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, 21/1/1981, NA: CDA 230

met het CDA is niet zo erg. (...) Als die jeugd wat ouder wordt komt men vanzelf weer bij het CDA.”¹³⁸ Een maand later op 2 december kreeg de werkgroep van het dagelijks bestuur de opdracht om uit te zoeken wat de gevolgen zouden zijn van een intentieverklaring over regeringssamenwerking vóór de verkiezingen.¹³⁹ In dezelfde brief werd gevraagd om een verlooptabel over de aanhang onder jongeren van de afgelopen jaren, een dag na de bespreking in het dagelijks bestuur van dit probleem.

Te constateren is dat de werkgroep opiniepeilingen een ommekeer heeft gemaakt ten opzichte van de vorige campagne. Niet de werkgroep moet vragen om onderzoek gedaan te krijgen, maar het bestuur, de fractie en het CVC komen naar de werkgroep toe met vragen over de publieke opinie. Omdat de werkgroep zelf het initiatief heeft over het onderzoek kan ze ook aan de vraag voldoen. In de eigen evaluatie van het functioneren stelt de werkgroep:

“Geconcludeerd mag worden dat – in tegenstelling tot de ervaring bij eerdere campagnes – de werkgroep opiniepeilingen een nuttige functie heeft vervuld.”¹⁴⁰

Naast deze verandering is de rol van de lijsttrekker, wederom Van Agt, in de campagne van 1981 ook anders. Waar in 1977 een diepgravende strategienotitie van het CVC leidend was voor de campagne, was dit keer de strategie in samenspraak met de lijsttrekker uitgedacht; dit ondervindt dat Van Agt zoals de vorige keer vrij zou gaan improviseren.¹⁴¹ Bovendien had Van Agt zelf ook besloten een stuk rustiger aan te doen dan in 1977.¹⁴² Zetten we deze veranderingen naast elkaar, dan ontstaat er een beeld van een campagne waar meer ruimte is voor, en meer vraag naar sturing door de resultaten van peilingen.

Peilingen: geen doel op zich

In het artikel waarin Lutz Raphael het begrip ‘sociale verwetenschappelijking’ poneerde, gaf hij aan dat dit proces in een aantal fasen is op te delen. Een van deze

¹³⁸ Brief van de CDA-Tweede Kamerfractie aan de stafwerkgroep opiniepeilingen, 30/10/1980, NA: CDA 230

¹³⁹ Brief van de CDA-Tweede Kamerfractie aan de stafwerkgroep opiniepeilingen, 2/12/1980, NA: CDA 230

¹⁴⁰ ‘Ontwerp-evaluatie Stafwerkgroep opiniepeilingen’, 1981, NA: CDA 230

¹⁴¹ ‘Eerste aanzet voor het plan voor de verkiezingscampagne 1981’, 11/1/1980, NA: CDA 42

¹⁴² Merriënboer, Bootsma en Griensven, *Van Agt biografie: Tour de force*. p. 252

fasen is de situatie waarin de aanwezige expertise en informatie met elkaar conflicteert, adviezen worden weerlegd met tegenadviezen.¹⁴³ Benjamin Ziemann stelt dat deze fase omstreeks de jaren '80 intreedt in Europa.¹⁴⁴ In tegenstelling tot de PvdA die verschillende bronnen en verschillen de experts had aangetrokken, had het CDA zich toegelegd op een eenvoudige constructie van een commissie met experts die de cijfers analyseerde en een enkel abonnement op het NIPO.

De betrekkelijke rijkdom aan informatie ten opzichte van 1977 heeft niet tot de problemen geleid die de PvdA kende. Bovendien werd de waarde van opiniepeilingen sterk gerelativeerd door verschillende partijfunctionarissen. Al in een vroeg stadium van de campagne wordt in de vergadering van het dagelijks bestuur erop gewezen dat een goede score in de peilingen an sich geen doelstelling kan of mag zijn.¹⁴⁵ Kees Klop van het wetenschappelijk bureau waarschuwde in maart het CVC nog dat de waarde van opinieonderzoek betrekkelijk is, omdat een groot deel van de kiezers nog niet wist wat te gaan stemmen.¹⁴⁶ Memorerend aan de verkiezingen van 1977 schreef oud-voorzitter van de werkgroep politicologen Gabor een notitie aan het CVC met drie relativeringen: (1) de peilingen zijn een momentopname (en de lijsttrekker heeft zich nog niet zo veel in de discussie gemengd), (2) ze geven een onvolledig beeld, gelijk de waarschuwing van Klop, en (3) een cruciale factor voor de eventuele uitslag is de opkomst, en die wordt niet gemeten door de peilingen.¹⁴⁷

Hoewel de waarde van de beschikbare opiniecijfers werd gerelativeerd is er nooit sprake geweest van een concreet conflict, zoals voorgesteld door Raphael. Enkele opmerkingen over het verschil in aanpak en uitslag van de peilingen worden wel gemaakt. Kees Klop merkte in november 1980 een verschil op tussen de hoeveelheid non-respondenten bij het NIPO en de NSS, maar stelde dat daarom de waarde van peilingen an sich gerelativeerd diende te worden.¹⁴⁸ Een enkele keer is het verschil tussen de peilingen van, in dit geval, Bureau Lagendijk en het NIPO aanleiding voor het presidium van het CDA om de werkgroep opiniepeilingen te vragen

¹⁴³ Raphael, 'Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts'. p. 178

¹⁴⁴ Ziemann e.a., 'Introduction: The Scientization of the Social in Comparative Perspective'. p. 4

¹⁴⁵ Besluitenlijst van de vergadering van het Dagelijks Bestuur, 1/12/1980, NA: CDA 138

¹⁴⁶ Notitie van Kees Klop 'De waarde van opiniepeilingen', 26/3/1981, NA: CDA 40

¹⁴⁷ Notitie van Dzsingisz Gabor 'Een enquête is geen verkiezingsuitslag', 1981, NA: CDA 230

¹⁴⁸ Verslag van een vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, 12/11/1980, NA: CDA 230

om een verklaring hiervoor.¹⁴⁹ De reactie van de werkgroep of een notitie hierover zijn nooit in het partijarchief terecht gekomen, of wellicht nooit op schrift gesteld. Hoe dan ook blijkt van enige verwarring door tegenstrijdige cijfers geen sprake te zijn.

De campagne van 1981 was voor het CDA de eerste keer dat op professionele wijze gebruik werd gemaakt van eigen opiniepeilingen. De deskundige partijfunctionarissen kregen de ruimte en de middelen om het campagneapparaat te informeren, en binnen de partij werd het nut van deze informatie ingezien. Hoewel de fractie, het bestuur en het CVC zich richtten tot de werkgroep met vragen die van belang waren voor de strategie, werd de waarde van opiniepeilingen sterk gerelativeerd door de deskundige partijfunctionarissen zelf. Klop was zelf lid van de werkgroep toen hij zijn partijgenoten waarschuwde om niet te veel af te gaan op de peilingen. Als we ons afvragen of binnen het CDA peilingen gezien werden als wetenschappelijke waarheid, of als omstreden fenomeen, neigt een antwoord op deze vraag naar het laatste. Het CDA liet zich informeren en sturen door peilingen, maar was bedacht op de beperkingen daarvan.

¹⁴⁹ Resumé van een vergadering van het presidium van het CDA, 8/12/1980, NA: CDA 230

De PvdA: 1980-1981

De PvdA begon de campagne van 1981 in een lastige positie, haar doelstelling was de winst van 1977 te verdedigen. Sinds het verliezen van de formatie was ze geleidelijk aan op achterstand geraakt in de opiniepeilingen. Een tweede probleem was de economische crisis, die zorgde ervoor dat eigenlijk alle partijen een sobere campagne voorstonden. De sfeer was er een van 'gezamenlijk de schouders eronder', en het woord "samen" was alom vertegenwoordigd in de verkiezingslogans van de partijen. De PvdA ging voor "Het moet anders, samen kunnen we dat."¹⁵⁰ De voorbereiding van de campagne van de PvdA was niet zonder slag of stoot gegaan, want het was lange tijd onzeker geweest of Joop den Uyl lijsttrekker zou worden van de PvdA. Een intern debat binnen de partij over het standpunt t.o.v. kernraketten was hiervoor de oorzaak. Den Uyl vertegenwoordigde de minder radicale ideeën over kernontwapening binnen de partij. Het conflict werd beslecht in het partijcongres toen Den Uyl met een ruime meerderheid alsnog tot lijsttrekker werd verkozen.¹⁵¹ De organisatie van de PvdA wordt door Kees Brants e.a. in 1982 getypeerd als een "geïntegreerde, centralistische aanpak", die zich onderscheidt van de andere deelnemers waar een losstaande commissie de leiding over de campagne heeft zoals het CVC bij het CDA dat had.¹⁵²

De campagneorganisatie heeft daarmee hetzelfde karakter als in 1977: een sterke verwevenheid van de politieke top en de campagneleiding. Een verschil met de vorige Tweede Kamerverkiezingen is dat er specifiek voor de interpretatie van de peilingen een speciale commissie is opgericht: de 'commissie cijfers'.¹⁵³ De commissie was nogal zwaar bemand, leden waren onder andere: partijvoorzitter Max van den Berg, campagneleider Kees Bode, Marcel van Dam, Ed van Thijn en Joop den Uyl. Naast het personeel van de partij, waren bij de vergaderingen altijd twee mannen van het Bureau Ferro aanwezig.¹⁵⁴ Het doel van de commissie was ervoor te zorgen dat diepgravende methodologische discussies buiten de strategische overleggen van de campagnecommissie bleven, zoals vier jaar eerder niet het geval was. Behalve in de vergaderingen van de commissie cijfers werd in de campagne-

¹⁵⁰ K. Brants, W. Kok en P. van Praag, *De strijd om de kiezersgunst: Verkiezingscampagnes in Nederland* (Amsterdam, 1982), p. 83

¹⁵¹ Elzinga en Voerman, *Om de stembus: Verkiezingsaffiches 1918-1998*. p. 169

¹⁵² Brants, Kok en Praag, *De strijd om de kiezersgunst: Verkiezingscampagnes in Nederland*. p. 81

¹⁵³ Besluitenlijst van het dagelijks bestuur, 16/6/1980, IISG: PvdA 5

¹⁵⁴ Notulen van de commissie cijfers, 9/6/1980, IISG: PvdA 1324

organen nauwelijks over de interpretatie van cijfers gediscussieerd. Qua duur van de campagne was er nog een gelijkenis met 1977: vanwege de tegenvallende opiniecijfers, en het “diffuus beeld” dat de kiezer had van de politiek werd gekozen voor een ‘lange campagne’, nog langer dan vier jaar geleden.

Beschikbare informatie

Zoals gebruikelijk bij de PvdA werd wederom een abonnement op het NIPO afgesloten, en werd gebruik gemaakt van de mogelijkheid om extra vragen te stellen.¹⁵⁵ De PvdA was in 1980 gestaag kiezers aan het verliezen in de peilingen, in tegenstelling tot 4 jaar geleden. De winst waarop de partij vier jaar geleden in de peilingen (en uiteindelijk in de verkiezingen) stond, was een bevestiging van de campagnestrategie, een aanmoediging om zo door te gaan. Alleen toen D’66 leek op te komen wilde de PvdA weten waar de D’66’ers vandaan kwamen, en of dat ex-PvdA stemmers waren geweest. Nu de partij zelf op verlies stond waren de campagnestrategen zeer begaan met de vraag: ‘Waar gaan ze heen?’. De zogeheten turnovertabellen, wie gaat waar naartoe, waren deze campagne van groot belang. Om de overloper als het ware een stap voor te zijn werd bij het NIPO een aanvullend onderzoek besteld bij de turnovercijfers. De steekproef werd hier gevraagd om een lijst met partijen op te stellen op volgorde van voorkeur.¹⁵⁶

Alles bij elkaar was de informatiepositie van de PvdA nog groter dan met de verkiezingen van 1977. Uit een vergadering van de commissie cijfers in juni 1980 blijkt dat de PvdA dit keer beschikking had over in ieder geval de volgende gegevens: (1) de NIPO-peiling “kansindicaties stemgedrag”, (2) de turnovercijfers van het NIPO in combinatie met de sociaaleconomische kenmerken, (3) een onderzoek naar ‘trouwe’ en ‘niet-trouwe’ kiezers en (3) een onderzoek naar de jonge kiezers.¹⁵⁷ Het Bureau Ferro verzorgde de analyse van de ‘rauwe’ NIPO-cijfers, een taak die vier jaar eerder was toebedeeld aan het bureau d’Ancona & De Hond. Later in de campagne zou nog een groot onderzoek van het Bureau Ferro worden toegevoegd aan deze opsomming. Waar in ’77 nog onderzoek was gedaan naar enkel de slogan, was het onderzoek van Bureau Ferro in ’81 gericht op allerlei aspecten van de campagnecommunicatie en de campagnestrategie. Gedacht kan worden aan de beleving van hoofdlijnen uit het programma, of het vertrouwen in

¹⁵⁵ NIPO-rapport ‘Kansindicaties stemgedrag’, 12/6/1980, IISG PvdA 2028

¹⁵⁶ Brief van het NIPO aan Kees Bode inzake extra vragen en analyses, 3/4/1980, IISG: PvdA 2048

¹⁵⁷ Notulen van de commissie cijfers, 9/6/1980, IISG: PvdA 1324

de oplossingen die de PvdA biedt.¹⁵⁸ Aan het einde van de campagne zou de PvdA zelfs nog een eigen kijkersonderzoek laten doen na afloop van het lijsttrekkersdebat op 24 mei van de AVRO.¹⁵⁹ Dat debat vond een dag voor het slotdebat van de NOS plaats, en de informatie was dus bruikbaar om Den Uyl voor te bereiden op zijn optreden een dag later.

De strategiebepaling

Afgaand op de peilingen was de politieke situatie in 1981 complex te noemen. Of de zittende regeringspartijen een meerderheid gingen krijgen was maar de vraag. De peilingen wezen er niet op, maar niet overtuigend genoeg voor de PvdA zodat er rekening gehouden moest worden met het scenario dat het CDA zou kunnen kiezen met wie ze zou samenwerken. De PvdA werd min of meer gedwongen om vooraf strategische keuze te maken ten opzichte van het CDA. De discussie in het partijbestuur is met twee stellingen samen te vatten: Zouden ze het CDA bij voorbaat afwijzen, dan zou dat later een probleem aan de formatietafel kunnen vormen. Zouden ze het CDA bij voorbaat omarmen, dan zou dat de geloofwaardigheid van de PvdA aantasten gedurende de campagne.¹⁶⁰ Ten aanzien van het CDA werd gekozen voor een tussenweg: samenwerking zou noch gepropageerd noch uitgesloten worden, maar de inhoudelijke confrontatie met het CDA zou moeten laten blijken of een “progressieve koers” mogelijk was.¹⁶¹

Ten tweede zagen de peilingen er zo uit dat het partijbestuur ook gedwongen werd rekening te houden met D'66.¹⁶² Het gevaar zat erin dat D'66 zich niet meer als ‘links’ maar als centrumpartij zou gaan profileren in een politiek ‘vierstromenland’ waardoor de macht van het midden vergroot zou worden ten koste van de flanken.¹⁶³ In november zou blijken dat ten opzichte van D'66 de PvdA voor nog een dilemma stond: kiezers waren van de PvdA naar D'66 aan het overstappen, wat betekende dat veel potentiële PvdA kiezers bij D'66 terug te winnen waren.¹⁶⁴ Het

¹⁵⁸ Onderzoekopzet Bureau Ferro, 15/12/1980, IISG: PvdA 2028

¹⁵⁹ Rapport Centrum voor Marketing Analyses B.V. nr. 3343 ‘Televisie-debat op 24-5’, 25/5/1981, IISG: PvdA 2029

¹⁶⁰ Notulen van de vergadering van het partijbestuur, 8/9/1980, IISG: PvdA 27

¹⁶¹ ‘Voorstel tot een globale strategie voor de verkiezingen’, 1980, IISG: PvdA 2028 – *Hoewel de notitie ongedateerd is, is uit de notulen van de vergadering van het partijbestuur d.d. 8 september 1980 af te leiden dat dit de strategienotitie van Max van den Berg is die tijdens de betreffende vergadering ter discussie staat.*

¹⁶² Notulen van de vergadering van het partijbestuur, 8/9/1980, IISG: PvdA 27

¹⁶³ ‘Voorstel tot een globale strategie voor de verkiezingen’, 1980, IISG: PvdA 2028

¹⁶⁴ Notitie ‘De PvdA en haar kiezers’, 10/1980, IISG: PvdA 2028

terugwinnen van oud-PvdA kiezers bij D'66 zou daarentegen helemaal niets doen om het progressieve blok (PvdA, D'66 en klein links) in zijn geheel te vergroten. Hiertoe werden twee strategische keuzes gemaakt: Ten eerste werd besloten aan de kiezer duidelijk te maken dat een stem op D'66 de positie van het CDA zou kunnen versterken, dit omdat D'66 minder radicaal tegen samenwerking met het CDA was dan de PvdA. Een stem op de PvdA zou D'66 naar van het midden naar links trekken: stem je op ons dan krijg je D'66 er gratis bij, zo was de gedachte. Ten tweede werd besloten om zo breed mogelijk de lage inkomensgroep en jongeren te benaderen. Daar was naast de traditionele aanhang ook nog een restant van de confessionele stem te halen, werd in de campagnecommissie gesteld.¹⁶⁵

Ook werd de PvdA geconfronteerd met de economische moeilijkheden van de vroege jaren '80. Nederland was in recessie en de PvdA had een vaste achterban in, om het gechargeerd uit te drukken, de arbeidersklasse. Het onderzoek van Bureau Ferro liet de PvdA zien dat de motivatie van het traditionele PvdA-electoraat om op haar te stemmen als volgt was: "inkomensverbetering voor de gewone man".¹⁶⁶ De crisis had ervoor gezorgd dat de PvdA niets kon betekenen voor de belangrijkste wens van de belangrijkste kiezersgroep die ze kende, simpelweg omdat de schatkist dat niet toeliet. Een dergelijke situatie had de partij al onder Drees gezien, maar toen ging het om "een stapje terug om er straks twee vooruit te gaan", een perspectief dat de PvdA nu niet kon bieden. Een oplossing hiervoor werd gezocht in het samenwerken met de vakbeweging (zodat ze beide hetzelfde predikten) om veel meer accent te leggen op het behartigen van de immateriële belangen van de gewone man. Deze immateriële belangen zouden zich dan vertalen in de verbetering van werkomstandigheden of de medezeggenschap.¹⁶⁷

In maart kwam de PvdA nog voor een verrassing te staan, namelijk dat zij blijkens de NIPO-cijfers forse verliezen aan het incasseren was onder de jonge kiezers in de grote steden. Sterker nog: alle partijen waren aan het winnen in die groep behalve de PvdA. De verontrustende cijfers leidden ertoe dat de PvdA een voorschot

¹⁶⁵ Verslag van de vergadering van de campagnecommissie, 25/11/1980, IISG: PvdA 2028

¹⁶⁶ Notitie 'De komende maanden', 22/10/1980, IISG: PvdA 2028

¹⁶⁷ *Ibid.*

nam op de inzamelingsactie die nog gepland stond, om een grootscheepse advertentiecampagne te beginnen.¹⁶⁸

Kiezen voor ‘een waarheid’

Dat de strategie van de PvdA zwaar berustte op informatie die ze verkreeg uit de peilingen, is geheel in lijn met de manier waarop de verkiezingscampagne van 1977 was opgezet. Een grote verandering hierin is dat de interne discussie over de interpretatie van de cijfers nauwelijks meer werd gevoerd. Maurice de Hond was in 1977 vaak zelf het onderwerp van discussie, terwijl hij zelf in de campagnecommissie zat. Omdat de gemoederen (“methode Struisvogel”) hoog opliepen tijdens dit soort discussies is het aannemelijk dat ze invloed hebben gehad op het besluit om een aparte ‘commissie cijfers’ op te richten. Maurice de Hond had in 1981 geen officiële functie meer binnen de campagneorganisatie, wellicht hebben dezelfde omstandigheden daartoe geleid. De commissie cijfers was in ’81 de aangewezen plek om discussies te voeren over methodologie en interpretatie. De campagnecommissie kon zich zo volledig toeleggen op de strategie.

Bekijken we de samenstelling van de commissie cijfers, dan zitten daar politieke zwaargewichten als Joop den Uyl, Ed van Thijn, Marcel van Dam en Kees Bode in, die tegelijkertijd in de campagnecommissie zaten. De commissie cijfers bestond in feite uit twee elementen: strategen van de PvdA, en de experts van het Bureau Ferro te weten: Hans Ruelle, destijds directeur van Ferro, en Maarten Kleijne. Laatstgenoemde stond erom bekend dat hij kwalitatieve gegevens zoveel mogelijk bij zijn onderzoek probeerde te betrekken.¹⁶⁹ (Het onderzoek dat Bureau Ferro deed voor de PvdA had precies deze gemengde inslag van kwalitatieve en kwantitatieve resultaten.) De vergaderingen, die in de zomer van het jaar 1980 plaatsvonden, fungeerden zo dat de onderzoeksresultaten al waren geaccepteerd door de partijtop voordat de campagnecommissie eraan te pas kwam. In de commissie cijfers werden, met name door Marcel van Dam de heren van Ferro stevig aan de tand gevoeld. Van Dam had onder andere kritiek op het type kiezer dat werd geselecteerd voor het onderzoek.¹⁷⁰ De discussie tussen Van Dam en Ruelle kan best

¹⁶⁸ Notitie ‘Recente electorale positie & actie noodzakelijk’, 30/3/1981, IISG: PvdA 2029

¹⁶⁹ J. Lok, ‘Hans Ruelle over Harold Ferro: “Merkwaardig, maar een geweldige leermeester”’, *Tijdschrift voor Marktonderzoek* 19:11 (2001), 18–21. p. 20

¹⁷⁰ Notulen van de commissie cijfers, 18/8/1980, IISG: PvdA 1324 – *Van Dam had o.a. er bezwaar tegen dat de conclusies van Bureau Ferro te veel waren gebaseerd op ‘trouwe’ kiezers.*

worden opgevat als sociologisch sparring, Bureau Ferro bleef de vaste partner voor het analyseren van de 'rauwe' NIPO-cijfers en het aanvullend onderzoek naar de beleving van de programmatische hoofdlijnen door het electoraat.

Philip van Praag constateerde in 1991 dat de PvdA tijdens de campagne van 1977 nog in een marxistisch begrippenkader dacht, waarin het politieke en maatschappelijke spectrum van links en rechts min of meer overlapt. Eenzelfde soort constatering deden de mannen van het Bureau Ferro in 1980, en hamerden bij de PvdA'ers in de commissie cijfers op het gevaar hiervan.

*"Het is een gevaarlijke gedachte om in linkse en rechtse termen te denken. De verschuiving gaat dwars door links en rechts. Stop met de term links (...). Probeer te proeven wat die voorheen-linkse mensen verlangen aan harmonie en geluk."*¹⁷¹

De aanbevelingen van Bureau Ferro om het denken in links en rechts los te laten, "het recht op geluk" te propageren, en om Van Agt met zijn "eigen wapens" te bestrijden wijzen in de richting van een campagne die meer op het immateriële zou worden gericht. De gedachte was dat op deze manier de PvdA ook een kans maakte op de stem van de middenklasse, "de mensen die een huis en een baantje hebben."¹⁷² Het accent op het immateriële dat in de discussie met Ferro werd gelegd is terug te zien in de strategienotitie van later dat jaar, die de 'immateriële belangen van de gewone man' zou behartigen.

Bekijken we de situatie vanuit het perspectief van de sociale verwetenschappelijking, dan zien we nog steeds een cultuur van advies en tegenadvies. Deze cultuur was in 1977 nog problematisch geweest, maar in 1981 gekanaliseerd. Gesteld kan worden dat de PvdA de tegenspraak van experts heeft geïnstitutionaliseerd in een commissie die daar precies voor bedoeld was: de commissie cijfers.

Op de vraag of opiniecijfers als omstreden of waar werden gezien, kan geantwoord worden dat de PvdA in 1981 een waarheid uitkoos. De diepgravende discussies over methodologie hadden geen plek in de campagnecommissie waar de strategie bepaald moest worden. Maurice de Hond deed niet meer mee, en de be-

¹⁷¹ Notulen van de commissie cijfers, 9/6/1980, IISG: PvdA 1324

¹⁷² *Ibid.*

langrijkste deelnemers aan de discussies in 1977 – Kees Bode, Ed van Thijn en Marcel van Dam – hadden zelf plaatsgenomen in de commissie cijfers zodat de neuzen qua interpretatie en methode dezelfde kant op stonden. Overeenstemming over de manier waarop de cijfers werden gelezen was belangrijk, te meer omdat het politieke landschap in 1981 bijzonder complex was. De regeringspartijen maakten misschien wel, misschien niet, kans op een meerderheid, en hetzelfde gold voor het progressieve blok. Deze complexiteit maakte de opiniepeilingen van cruciaal belang in de bepaling van de strategie voor de campagne van '81.

Conclusies

Deze scriptie heeft getracht een antwoord te formuleren op de vraag: “Wat is de invloed van opiniepeilingen op de campagnestrategieën van politieke partijen tijdens de campagnes voor de Tweede Kamerverkiezingen in de periode van 1976 tot en met 1981?” Aan de hand van archiefstukken van campagnecommissies en partijbesturen is een viertal deelvragen beantwoord over (1) de beschikbare peilingen, (2) of deze al dan niet zelf waren gefinancierd, (3) beslissingen die hierdoor werden gestuurd en (4) hoe zeer ze als ‘waarheid’ werden gezien. De antwoorden op deze vragen geven blijk van een inherente samenhang van deze vier elementen in de beoordeling van de invloed die peilingen hebben gehad.

In de inleiding is bij de onderzoeksvraag een onderscheid aangebracht tussen de zogeheten openbare en besloten peilingen. De deelvraag over al dan niet zelf gefinancierde peilingen gaat eigenlijk in op dit onderscheid. ‘Gratis’ peilingen waren openbaar, en hadden weinig invloed op de campagnestrategie. De publicatie van deze peilingen geschiedde op zo een manier dat ze niets zeiden over de achtergrond en motivatie van de kiezer, en in feite alleen maar rapporteerden over ‘de stand’ van de wedstrijd. Anderzijds betekende het zelf financieren van een peiling door een partij niet meteen dat deze ook ‘besloten’ zou blijven. In het geval van de PvdA in 1976 werden de cijfers die ze bij het NIPO kocht door de VARA op de radio publiek gemaakt. Omdat de cijfers versimpeld werden weergegeven door de presentator is het onwaarschijnlijk dat andere partijen daar voordeel bij hadden, zoals Marcel van Dam dacht.

In de campagne van 1976-1977 was het verschil tussen het CDA en de PvdA qua gebruik van opinieonderzoek groot. Het CDA moest sprokkelen naar haar informatie: ze was aangewezen op materiaal dat in de media te vinden was en kon zich slechts een enkel onderzoek naar de receptie van het taalgebruik in de campagne permitteren. De PvdA maakte gebruik van een NIPO-abonnement waarvan de gegevens werden geanalyseerd door d’Ancona & De Hond. Daarnaast had ze beschikking over een aantal aanvullende onderzoeken naar het vertrouwen in bewindspersonen, en de effectiviteit van verkiezingslogans. Er heerste een mentaliteit dat in principe alles onderzocht kon worden, terwijl bij het CDA een groep politicologen moeite had om iets bruikbaar op schrift te stellen.

In 1980-1981 was de informatiepositie van de beide partijen meer gelijkwaardig. Zowel de PvdA als het CDA hadden abonnementen op de rauwe cijfers van het NIPO, ontvingen de zogeheten turnovertabellen en maakten gebruik van de mogelijkheid om extra vragen bij het NIPO in te brengen. Het pakket aan informatie van de PvdA was nog wat verder uitgebreid: voor de professionele analyse van de rauwe NIPO-cijfers had ze d'Ancona & De Hond verruild voor het Bureau Ferro, en aan het einde van de campagne was er een zeer vooruitstrevend initiatief om ter voorbereiding van het NOS slotdebat een kijkersonderzoek te doen na afloop van het lijsttrekkersdebat van de AVRO.

De campagnestrategie van het CDA in de aanloop naar 1977 was maar gedeeltelijk ingegeven door uitslagen uit opinieonderzoek. Dit omdat zij door de zeer gebrekkige informatie min of meer 'blind' moest opereren, en omdat de lijsttrekker zo zijn eigen manier van campagnevoeren had. Zelfs het NSS-taalonderzoek dat zeer serieus ontvangen werd, had achteraf gezien nauwelijks invloed op de gevoerde campagne gehad. Pas in 1980 was het voor de partij mogelijk om met behulp van de NIPO-gegevens haar campagne te richten op de door haar geïdentificeerde doelgroepen wier wensen het best aansloten bij het verkiezingsprogramma. Ook werd met enige regelmaat aan de werkgroep opinieonderzoek een stelling of vraag voorgelegd, zodat ook het bestuur en de fractie geïnformeerd waren over de electorale gevolgen van hun politiek-strategische handelen.

Bij de PvdA waren de electorale en de politieke strategie sterk met elkaar verweven. Bij de beslissingen om de campagne te richten op bepaalde doelgroepen speelde altijd de vertaling naar de zetelverdeling een rol. In 1980-1981 was bijvoorbeeld een progressieve Kamermeerderheid op zijn minst net zo belangrijk als een electorale zege. Zulke overwegingen speelden bij het CDA minder een rol: iedere vorm van electorale winst betekende voor haar immers een sterke middenpositie in de Tweede Kamer. De strategie van de PvdA was in de beide campagnes sterk ingegeven door de conclusies die ze trok uit de NIPO-cijfers. In 1977 werd aan de hand van de peilingen beredeneerd of tegen de VVD gepolariseerd moest worden, en in 1980 werd zo besloten om de immateriële belangen van de gewone man te behartigen.

Wat betreft de waardering van opiniepeilingen is bij beide partijen een zeer verschillende ontwikkeling waar te nemen. De onderwerpkeuze voor deze scriptie is

mede gemotiveerd door de wens om vanuit het perspectief van de onttovering van de wetenschap de invloed van opiniepeilingen te bestuderen. De ontwikkeling waardoor de sociale wetenschappen in de loop van de twintigste eeuw onderdeel uit ging maken van de alledaagse bestuurlijke en politieke praktijk, de “verwissenschaftlichung des Sozialen”, wordt door Lutz Raphael op een tijdlijn ingedeeld. De periode rondom 1980 wordt in deze tijdlijn gezien als een fase van ‘onttovering van de wetenschap’. Een cultuur van adviezen en tegenadviezen van de sociaal-wetenschappelijke experts schaadt het vertrouwen in de wetenschap. Als er een moment is dat dit beeld oproept, is het de campagne van 1976-1977 bij de PvdA. Het interne geharrewar over de interpretatie van de NIPO-gegevens lijkt wel een schoolvoorbeeld van de ontwikkeling die Raphael schetst. De struisvogeldiscussie van 1976 kostte de campagnecommissie veel energie en tijd. Tijd, die was bedoeld om de campagnestrategie te bepalen en niet voor een sociologisch steekspel. Hoewel de helderheid van de strategie hierdoor werd aangetast, schaadde de discussie de autoriteit van opiniepeilingen binnen de PvdA echter niet. Onverminderd werden de peilingen als argumenten gebruikt in de discussies van het partijbestuur.

Het functioneren van de campagnecommissie werd natuurlijk wel ondermijnd door al te veel methodologische discussies. Een oplossing voor dit probleem werd gezocht in de oprichting van een aparte commissie cijfers. De PvdA had geaccepteerd dat onenigheid over de methodologie er nu eenmaal bij hoorde wanneer de campagneorganisatie werd bemand door een grote groep sociologen en politicologen. Met de oprichting van de commissie cijfers was de interne discussie over de methodologie in feite geïnstitutionaliseerd. De interpretatie van opiniecijfers werd onderwerp van een kritisch debat voordat ze werden voorgelegd aan de campagnecommissie. Het is voorstelbaar dat zo een proces eerder vertrouwen in de cijfers wekt dan het vertrouwen schaadt.

Van interne verdeeldheid over de interpretatie van cijfers was binnen het CDA geen sprake, en de sociaalwetenschappelijke expertise was tijdens beide campagnes ondergebracht in een eigen werkgroep. Dit had in de campagne van 1976-1977 nog voor het probleem gezorgd dat het CVC onvoldoende begreep wat de werkgroep politicologen met hun beperkte informatie voor hen kon betekenen, en tegelijkertijd niet wist hoe om te gaan met de adviezen die ze wel van de werkgroep kreeg. Het CVC had zichzelf toen min of meer veroordeeld tot het ‘simplistisch’ volgen van de peilingen. Toen in 1980-1981 de werkgroep opinieonderzoek over

de gereedschappen beschikte om het CVC wel van die informatie te voorzien, werd dit probleem opgelost. Van een cultuur van adviezen en tegenadviezen was bij het CDA in 1977 noch 1981 sprake.

Een vergelijking van het CDA en de PvdA in dit opzicht, leidt tot de constatering van een belangrijk verschil tussen de twee. De PvdA huurde beide keren een extern bureau in om de NIPO-cijfers te 'raffineren', terwijl het CDA dat beide keren met eigen mensen deed. In de discussies binnen de PvdA stonden altijd de professionals tegenover de partijfunctionarissen, daar werden altijd de rapporten van De Hond of Bureau Ferro bekritiseerd. Bij het CDA was hier geen sprake van omdat de rapporten van 'de werkgroep' (ongeacht welke campagne) werden ondertekend door 'de werkgroep'. De tegenstelling is zo dat bij de PvdA altijd sprake was van 'schieten' op een afgerond product dat werd ingebracht door een betaalde externe partij, terwijl bij het CDA dat product werd gemaakt door de CDA'ers zelf. Het was dus ook veel waarschijnlijker dat bij de PvdA conflicten ontstonden over de interpretatie van de cijfers, omdat de partijfunctionarissen geen deel hadden uitgemaakt van de ontwikkeling ervan. Het CDA was opdrachtgever en producent van haar eigen analyses. Om op zo een manier te functioneren is het noodzakelijk dat de analisten tijdens het proces al overeenstemming hebben bereikt over de methode en interpretatie.

Van Raphaels stelling kan worden gezegd dat bij de PvdA in 1976-1977 werkelijk sprake was van een problematisch conflict tussen experts, maar dat dit conflict in 1980-1981 was geïnstitutionaliseerd om de het product van de discussie te verbeteren. Van het CDA kan worden gezegd dat deze conflicten werden ondervangen door zelf van begin tot eind de analyse van rauwe cijfers op zich te nemen. In de onderzochte periode is echter geen sprake geweest van structureel geschaad vertrouwen in de autoriteit van opiniepeilingen. Het verschil in omgang met 'wetenschappelijk' materiaal door deze partijen nodigt uit om onderzoek hiernaar breder te benaderen, met meer partijen en een langere periode. Deze verschillen maken het niet gerechtvaardigd om algemene uitspraken te doen over het gebruik van wetenschappelijke kennis door politieke partijen in Nederland. Nader onderzoek zou moeten uitwijzen of een dergelijk uitspraak überhaupt kan worden gedaan.

De invloed van opiniepeilingen op campagnestrategieën van de twee partijen in de jaren 1976-1981 was sturend. Gedetailleerde informatie waarover de partijen

exclusieve beschikking hadden was de enige informatie die invloed had op de strategische keuzes van de campagneorganisatie. In het geval van het CDA in 1977 was zulke informatie schaars, en de invloed van de peilingen minimaal. In het geval van de PvdA in 1977 werd de strategische discussie belemmerd door interne verdeeldheid over de juistheid van de beschikbare informatie. In 1981 hadden beide partijen hun campagneorganisatie gestroomlijnd, zodat ze beide op een voor hen nuttige manier zich konden laten sturen door de publieke opinie. Van rauw opportunisme, waar opiniepeilingen vandaag de dag mee worden geassocieerd, was toen geen sprake. Ze legden hun oor te luister bij het publiek.

Geraadpleegde literatuur:

- Bleich, A., *Joop den Uyl 1919-1987: Dromer en doordouwer* (Amsterdam, 2008).
- Bornewasser, J.A., *Katholieke Volkspartij 1945-1980: Band 2. Heroriëntatie en integratie (1963-1980)* (Nijmegen, 2000).
- Bosmans, J. en A. van Kessel, *Parlementaire geschiedenis van Nederland* (Amsterdam, 2011).
- Brants, K., W. Kok en P. van Praag, *De strijd om de kiezersgunst: Verkiezingscampagnes in Nederland* (Amsterdam, 1982).
- Brückweh, K. e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of the Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke).
- Derks, M. en C. Dols, 'Spreekende cijfers. Katholieke sociaalingenieurs en de encensering van de celibaatcrisis, 1963-1972', *Tijdschrift voor Geschiedenis* 123:3 (2010), 414-429.
- Dixhoorn, Arjan van, *De stem des volks: Publieke opinie, opinieonderzoek en democratie* (Den Haag, 2006).
- Elzinga, D.J. en G. Voerman, *Om de stembus: Verkiezingsaffiches 1918-1998* (Amsterdam, 2002).
- Ginneken, J. van, *De uitvinding van het publiek: De opkomst van het opinie- en marktonderzoek in Nederland* (Amsterdam, 1993).
- Habermas, J., *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (Frankfurt am Main, 1990).
- Habermas, J., S. Lennox en F. Lennox, 'The Public Sphere: An Encyclopedia Article', *New German Critique* 3:3 (1974), 49-55.
- Holsteyn, J. van en G. Irwin, 'Wijsheid en waan', in: C.C. van Baalen e.a. (red.), *Jaarboek Parlementaire Geschiedenis 2006: De waan van de dag* (Amsterdam, 2006), 55-66.
- Kaal, H., 'De cultuur van het televisiedebat: Veranderende percepties van de relatie tussen media en politiek, 1960 - heden', *Tijdschrift voor Geschiedenis* 127:2 (2014), 293-316.
- Kaal, Harm en Wim de Jong, 'Mapping the Demos: The Scientisation of the Political, Electoral Research and Dutch Political Parties, c. 1900-1980', *Contemporary European History* 26:1 (2017), 111-138.
- Knippenberg, H., 'Van verzuilde naar zwevende kiezers: De politieke kaart in de negentiende en twintigste eeuw', in: E. Beernink e.a. (red.), *Nederland in verandering: Maatschappelijke ontwikkelingen in kaart gebracht 1800-2000* (Amsterdam, 2003), 123-151.
- Koop, C. en J. van Holsteyn, 'Burke leeft en woont in Nederland', *Res Publica* 50:3 (2008), 275-299.
- Lok, J., 'Hans Ruelle over Harold Ferro: "Merkwaardig, maar een geweldige leermeester"', *Tijdschrift voor Marktonderzoek* 19:11 (2001), 18-21.
- Manin, B., *The Principles of Representative Government* (Cambridge, 1997).

- Merriënboer, J. van, P. Bootsma en P. van Griensven, *Van Agt biografie: Tour de force* (Amsterdam, 2008).
- 'Peiling wijst groei aan van progressieven', *NRC Handelsblad* (11 februari 1977), 3.
- Praag, P. van, *Strategie en Illusie: elf jaar intern debat in de PvdA (1966-1977)* (Amsterdam, 1991).
- Raphael, L., 'Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts', *Geschichte und Gesellschaft* 22:2 (1996), 165–193.
- ---, 'Embedding the Human and Social Sciences in Western Societies, 1880–1980: Reflections on Trends and Methods of Current Research', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of the Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke, 2008).
- Strömbäck, J., 'The Media and Their Use of Opinion Polls: Reflecting and Shaping Public Opinion', in: C. Holtz-Bacha en J. Strömbäck (red.), *Opinion Polls and the Media* (Basingstoke, 2012), 1–22.
- Tiemeijer, W.L., 'De rol van opinie-onderzoek bij de standpuntbepaling van politieke partijen', in: S.L. de Lange, M. Leyenaar, en P. de Jong (red.), *Politieke partijen: overbodig of nodig?* (Den Haag, 2014), 71–82.
- ---, *Het geheim van de burger: Over staat en opinieonderzoek* (Tilburg, 2006).
- ---, *Wat 93,7 procent van de Nederlanders moet weten over opiniepeilingen* (Amsterdam, 2008).
- Velde, H. te, 'Politieke cultuur en politieke geschiedenis', *Groniek, Historisch tijdschrift*:137, 1997, 391–402.
- 'Voorkeur CDA', *Limburgsch dagblad* (12 november 1976), 3.
- Wijfjes, H., *VARA - Biografie van een omroep* (Amsterdam, 2009).
- 'Zaak Menten kost CDA stemmen', *Leeuwarder Courant* (10 december 1976), 19.
- Ziemann, B. e.a., 'Introduction: The Scientization of the Social in Comparative Perspective', in: K. Brückweh e.a. (red.), *Engineering Society: The Role of the Human and Social Sciences in Modern Societies, 1880-1980* (Basingstoke, 2008).
- Zwart, R.S., *'Gods wil in Nederland': Christelijke ideologieën en de vorming van het CDA(1880-1980)* (Kampen, 1996).

Geraadpleegde bronnen:

PvdA: Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis (IISG)

- 1976, 'De methode Bode', IISG: PvdA 2026
- 12/10/1976, Rapport D'Ancona & De Hond B.V. 'De methode toegelicht', IISG: PvdA 2048
- 13/10/1976, Brief van Marcel van Dam aan Ien van den Heuvel inzake de publicatie van NIPO-cijfers door de VARA, IISG: PvdA 2026
- 15/10/1976, Verslag van de campagnecommissie, IISG: PvdA 2026
- 22/11/1976, Notitie De Hond 'De methode Bode, enkele kanttekeningen', IISG: PvdA 2026
- 7/12/1976, NIPO-analyse 'netto vertrouwenspercentages', IISG: PvdA 2048
- 10/12/1976, Verslag van de vergadering van de campagnecommissie, IISG: PvdA 2026
- 1977, 'Conceptbegroting verkiezingscampagne 1977', IISG: PvdA 2026
- 18/1/1977, Notitie Bode inzake de NIPO-cijfers van december, IISG: PvdA 2026
- 2/1977, Rapport Instituut voor Psychologisch Marktonderzoek nr. I5762/FH 'PvdA verkiezingslogans', IISG: PvdA 1324
- 7/3/1977, Notulen van de vergadering van het partijbestuur, IISG: PvdA 27
- 10/3/1977, Bericht Wouter Gortzak aan het campagnebureau inzake onderzoek naar D'66-stemmers, IISG: PvdA 2026
- 28/3/1977, Brief Kees Bode aan Maurice de Hond inzake onderzoek naar D'66-stemmers, IISG: PvdA 2026
- 1980, 'Voorstel tot een globale strategie voor de verkiezingen', IISG: PvdA 2028
- 3/4/1980, Brief van het NIPO aan Kees Bode inzake extra vragen en analyses, IISG: PvdA 2048
- 9/6/1980, Notulen van de commissie cijfers, IISG: PvdA 1324
- 12/6/1980, NIPO-rapport 'Kansindicaties stemgedrag', IISG PvdA 2028
- 16/6/1980, Besluitenlijst van het dagelijks bestuur, IISG: PvdA 5
- 18/8/1980, Notulen van de commissie cijfers, IISG: PvdA 1324
- 8/9/1980, Notulen van de vergadering van het partijbestuur, IISG: PvdA 27
- 10/1980, Notitie 'De PvdA en haar kiezers', IISG: PvdA 2028
- 22/10/1980, Notitie 'De komende maanden', IISG: PvdA 2028
- 15/12/1980, Onderzoeksopzet Bureau Ferro, IISG: PvdA 2028
- 30/3/1981, Notitie 'Recente electorale positie & actie noodzakelijk', IISG: PvdA 2029
- 25/5/1981, Rapport Centrum voor Marketing Analyses B.V. nr. 3343 'Televisie-debat op 24-5', IISG: PvdA 2029

CDA: Katholiek Documentatiecentrum (KDC) en Nationaal Archief (NA)

- 1976, 'Samenstelling CVC', KDC: KVP 1390
- 1976, 'Samenstelling Werkgroep CDA-politicologen', KDC: KVP 1390
- 1976, 'Model draaiboek opzet regionale campagne 1977', KDC: KVP 1385
- Brief van de werkgroep CDA-politicologen over haar eerste bijeenkomst aan Janssen van Raay, 20/8/1976, KDC: KVP 1385
- 1981, Notitie van Dzsingisz Gabor 'Een enquête is geen verkiezingsuitslag', NA: CDA 230
- 25/2/1976, Resumé van een CVC-vergadering, KDC: KVP 1386
- 20/8/1976, Brief van de werkgroep CDA-politicologen aan Janssen van Raay, KDC: KVP 1385
- 11/10/1976, Resumé van een vergadering van de werkgroep CDA-politicologen, KDC: KVP 1390
- 27/10/1976, Brief van de werkgroep CDA-politicologen inzake verkiezingsissues aan Janssen van Raay, KDC: KVP 1385
- 9/11/1976, Resumé van een CVC-vergadering, KDC: KVP 1385
- 18/11/1976, Resumé van een CVC-vergadering, KDC: KVP 1385
- 19/11/1976, 'Tweede rapportering werkgroep CDA-politicologen', KDC: KVP 1390
- 14/12/1976, Resumé van een CVC-vergadering, KDC: KVP 1385
- 1/1977, Mededelingen en ingekomen stukken CVC, KDC: KVP 1386
- 3/1/1977, Brief van de werkgroep CDA-politicologen over de voorbereiding van het "taalonderzoek" aan Janssen van Raay, KDC: KVP 1386
- 12/1/1977, Brief van het NSS aan Gabor, KDC: KVP 1386
- 3/1977, NSS-rapport DA6445 'Onderzoek naar begrijpelijkheid en inhoud van politieke uitspraken.', KDC: KVP 1386
- 15/3/1977, 'Aandachtspunten bijeenkomst stafwerkgroepen', KDC: KVP 1386
- 4/1977, 'Issues tijdens de verkiezingscampagne', KDC: KVP 1386
- 7/4/1977, Conclusies van de werkgroep CDA-politicologen bij het 'taalonderzoek', KDC: KVP 1390
- 12/4/1977, Brief De Wijs van de werkgroep CDA-politicologen aan Janssen van Raay, KDC: KVP 1390
- 12/4/1977, Brief van de werkgroep CDA-politicologen over politieke issues van belang voor het CDA aan Janssen van Raay, KDC: KVP 1390
- 12/4/1977, Rapport van de werkgroep CDA-politicologen over verkiezingsenquêtes aan Janssen van Raay, KDC: KVP 1390
- 15/4/1977, 'De kiezer persoonlijk benaderd: Inleiding door J.N.A. Groenendijk op de informatieve CDA-bijeenkomst', KDC: KVP 1386
- 15/4/1977, Resumé van een CVC-vergadering, KDC: KVP 1386
- 19/4/1977, 'Politieke verkenningen in Brandpunt', KDC: KVP 1386
- 22/4/1977, Resumé van een CVC-vergadering, KDC: KVP 1386

- 5/5/1977, Brief van Ad Langebent aan Dries van Agt, KDC: KVP 1386
- 20/6/1977, 'Evaluatie verkiezingscampagne 1977', NA: CDA 230
- 17/8/1977, 'Verkiezingsbegroting 1977', KDC: KVP 1385
- 1980, 'Notitie financiën verkiezingscampagne 1981', NA: CDA 40
- 11/1/1980, 'Eerste aanzet voor het plan voor de verkiezingscampagne 1981', NA: CDA 42
- 19/3/1980, Memo van een gesprek met fractievoorzitter Lubbers en de kern-groep CVC, NA: CDA 42
- 6/5/1980, Brief van Halleen inzake de NIPO-enquête aan het CVC, NA: CDA 230
- 12/5/1980, 'Notitie over opinie-onderzoek t.b.v. CVC', NA: CDA 230
- 1/7/1980, Brief van Bremmer aan de Stichting Fonds Christen Democratisch Wetenschappelijk Werk, NA: CDA 230
- 16/10/1980, Verslag van de vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, NA: CDA 230
- 30/10/1980, Brief van de CDA-Tweede Kamerfractie aan de stafwerkgroep opiniepeilingen, NA: CDA 230
- 12/11/1980, Verslag van een vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, NA: CDA 230
- 1/12/1980, Besluitenlijst van de vergadering van het Dagelijks Bestuur, NA: CDA 138
- 2/12/1980, Brief van de CDA-Tweede Kamerfractie aan de stafwerkgroep opiniepeilingen, NA: CDA 230
- 8/12/1980, Resumé van een vergadering van het presidium van het CDA, NA: CDA 230
- 1981, 'Ontwerp-evaluatie Stafwerkgroep opiniepeilingen', NA: CDA 230
- 21/1/1981, Conclusies van de vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, NA: CDA 230
- 12/3/1981, Resumé van een CVC-vergadering, NA: CDA 40
- 26/3/1981, Notitie van Kees Klop 'De waarde van opiniepeilingen', NA: CDA 40
- 22/4/1981, Conclusies van de vergadering van de stafwerkgroep opiniepeilingen, NA: CDA 230