



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Informed floating voters?

Geers, S.

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Geers, S. (2017). Informed floating voters? The impact of media on electoral volatility.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <http://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Nederlandse Samenvatting

In de afgelopen decennia is het aantal zwevende kiezers in westerse democratieën aanzienlijk gestegen. Een toenemend aantal kiezers veranderen hun partijvoorkeur niet alleen tussen twee verkiezingen in, maar ook tijdens de verkiezingscampagne, wat leidt tot meer electorale volatiliteit. Het is van groot belang om inzicht te krijgen in de invloed van media op electorale volatiliteit, met name in Nederland waar sinds de jaren zestig de meest volatiele verkiezingen van West-Europa hebben plaatsgevonden.

Dit proefschrift onderzoekt hoe nieuws over de verkiezingscampagne electorale volatiliteit beïnvloedt. Hiermee draagt het bij aan kennis over de rol van de media in democratische en electorale processen. In het verleden hadden wetenschappers voornamelijk een pessimistische kijk op veranderlijke kiezers, ervan uitgaande dat kiezers niet goed geïnformeerd zijn over de politiek. Tegenwoordig hebben wetenschappers ook een meer optimistische kijk op electorale volatiliteit. Dit perspectief veronderstelt een geëmancipeerd electoraat bestaande uit geïnformeerde kiezers, die ervoor kiezen om van partij te wisselen op basis van rationele overwegingen. De mate waarin de burgers in staat zijn om een weloverwogen stemkeuze te maken hangt grotendeels af van de informatie waaraan zij worden blootgesteld. Dit proefschrift onderzoekt hoe zowel blootstelling aan campagnenieuws in het algemeen, als blootstelling aan specifieke aspecten van campagnenieuws, leidt tot veranderingen in stemvoorkeur. Op deze manier tracht dit onderzoek meer inzicht te krijgen in hoeverre burgers goed geïnformeerde stemkeuzes maken.

In drie empirische studies is onderzocht hoe verschillende soorten campagnenieuws, waaronder inhoudelijk nieuws over beleidskwesties en nieuws over peilingen, verschillende soorten volatiliteit beïnvloedt. Deze twee soorten volatiliteit zijn: *conversion*, het wisselen van de ene partij naar de andere partij, en *crystallization*, wanneer een kiezer zonder aanvankelijk partijvoorkeur uiteindelijk besluit te stemmen op een partij. Ook zijn de onderliggende mechanismen onderzocht die het effect van campagnenieuws op electorale volatiliteit mediëren, namelijk politiek zelfvertrouwen (*political information efficacy*) en politiek cynisme. Door deze drie aspecten te onderzoeken, wordt een empirisch gefundeerd antwoord gegeven op de algemene vraag hoe media electorale volatiliteit beïnvloedt.

Allereerst zijn de verschillende soorten campagnenieuws die verandering in stemvoorkeur veroorzaken bestudeerd. Uit *Hoofdstuk 2* blijkt dat zowel inhoudelijk

nieuws over beleidskwesties als nieuws over peilingen invloed hebben op electorale volatiliteit, maar beiden op een andere manier. Inhoudelijk nieuws leidt tot een stemkeuze voor kiezers zonder aanvankelijke partijvoorkeur (*crystallization*) of voor een stabiele stemkeuze voor kiezers met een bestaande partijvoorkeur. Nieuws over peilingen leidt tot een veranderende voorkeur van de ene partij naar de andere partij (*conversion*) of tot niet stemmen. Deze bevindingen zijn grotendeels gerepliceerd in *Hoofdstuk 3*, waarin de focus ligt op specifieke elementen van campagnenieuws. *Hoofdstuk 3* onderzoekt het effect van nieuws over beleidskwesties, zichtbaarheid van partijen en evaluaties over partijen in het nieuws op electorale volatiliteit. Uit het onderzoek blijkt dat alle drie de elementen van campagnenieuws leiden tot verandering van partijvoorkeur. Enerzijds laten kiezers zich in hun stemkeuze leiden door inhoudelijke informatie over beleidskwesties, en lijken daarmee dus een weloverwogen stemkeuze te maken. Anderzijds laten zij zich leiden door de evaluaties over een partij in het nieuws: hoe gunstiger het nieuws over een partij, hoe groter de kans dat een kiezer op deze partij stemt. Deze laatste bevinding is zorgelijk vanuit het normatieve perspectief dat kiezers zich goed moeten informeren over beleidskwesties en moeten stemmen vanuit rationele overwegingen.

In de tweede plaats is onderzocht of verschillende soorten volatiliteit op verschillende wijzen worden beïnvloedt door blootstelling aan campagnenieuws. In *Hoofdstuk 2* zijn campagne-effecten gevonden voor zowel *crystallization* als *conversion*. Waar aarzelende kiezers uiteindelijk een stemkeuze maken (*crystallization*) op basis van inhoudelijk nieuws over beleidskwesties, wisselen kiezers met een bestaande partijvoorkeur naar een andere partij (*conversion*) aan de hand van nieuws over peilingen. Media lijken dus zowel een informatieve rol te spelen door aarzelende kiezers te helpen om een stemkeuze te maken, maar ook een persuasieve rol te vervullen door kiezers aan te sporen hun partijvoorkeur te veranderen aan de hand van nieuws over peilingen. Uit *Hoofdstuk 4* blijkt dat blootstelling aan campagnenieuws wel leidt tot *crystallization*, maar niet tot *conversion*. Dit zou kunnen betekenen dat wisselende kiezers (*conversion*) een ongeïnformeerde stemkeuze maken, omdat ze hun stemkeuze schijnbaar niet door campagnenieuws, maar door andere factoren laten bepalen. Echter zijn deze veranderingen in partijvoorkeur niet geheel willekeurig: kiezers lijken voornamelijk te wisselen naar ideologisch verwante partijen. Bovendien lijkt campagnenieuws vooral

invloed te hebben op aarzelende kiezers (*crystallization*), die media gebruiken als een bron van informatie om tot een stemkeuze te komen. Deze aarzelende kiezers zijn niet ongeïnteresseerd en onwetend, maar maken juist een weloverwogen, geïnformeerde stemkeuze.

Ten derde zijn de onderliggende mechanismen getest die het effect van blootstelling aan campagnenieuws op electorale volatiliteit mediëren. Uit *Hoofdstuk 4* blijkt dat blootstelling aan campagnenieuws het zelfvertrouwen in politieke kennis (*political information efficacy*) van aarzelende kiezers versterkt. Deze toename in politiek zelfvertrouwen moedigt hen aan om uiteindelijk een stemkeuze te maken (*crystallization*). De bevinding dat aarzelende kiezers meer politiek zelfvertrouwen krijgen door blootstelling aan campagnenieuws en daardoor een stemkeuze maken, leidt tot de conclusie dat deze aarzelende kiezers inderdaad geïnformeerde keuzes maken. De bevinding dat politiek cynisme en campagne cynisme geen effect hebben op electorale volatiliteit bevestigt deze conclusie. Dit pleit voor de meer optimistische kijk op de rol van de media tijdens verkiezingen. In plaats van het opwekken van cynisme, wat leidt tot grillige veranderlijkheid, vervullen media een informatieve rol door het zelfvertrouwen in politieke kennis te vergroten, wat vervolgens leidt tot meer geïnformeerde stemmen.

Kortom, media hebben zowel direct als indirect invloed op electorale volatiliteit. Dit onderzoek laat zien dat de invloed van media op electorale volatiliteit tijdens verkiezingscampagnes, afhangt van de aard van de media-inhoud waaraan de kiezer wordt blootgesteld, en van de aard van volatiliteit. Dit proefschrift gaat uit van het normatieve perspectief dat in een goed functionerende representatieve democratie burgers worden geacht hun stem rationeel te overwegen en zich goed te informeren over relevante beleidskwesties. De bevindingen van dit proefschrift duiden niet op een crisis van de representatieve democratie. Hoewel er een aantal kiezers zijn die ongeïnformeerd tussen de ene en de andere partij lijken te wisselen, is er nog steeds een groot deel van het electoraat dat ofwel stabiel blijft, ofwel aarzelt en uiteindelijk een stemkeuze maakt door zichzelf te informeren over belangrijke politieke kwesties. Electorale volatiliteit is dus hoogstwaarschijnlijk een gevolg van een continu proces van kiezersemancipatie, waarbij kiezers campagnenieuws gebruiken als input om tot een weloverwogen, geïnformeerde stemkeuze te komen.