

AANTREKKELIJKE POLITIEK?

AANTREKKELIJKE POLITIEK?

*Een onderzoek naar jongeren
en popularisering van politiek*

CHRIS AALBERTS



Het Spinhuis
2006

Dit onderzoek is verricht met financiële ondersteuning van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO).

ISBN 90-5589-266-1

© 2006, Het Spinhuis, Apeldoorn

Niets van deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteursrechthebbende.

Omslagontwerp: Jos Hendrix, Groningen

Typografie: BoekVorm, Amsterdam

Het Spinhuis, Postbus 960, 7301 BE Apeldoorn, www.spinhuis.nl

VOORWOORD

Tijdens mijn studie hield ik mij bezig met studentenbelangen, tijdens mijn promotie liep ik stage in de Tweede Kamer en was ik vice-voorzitter van de landelijke belangenvereniging voor jonge onderzoekers. Onderzoekers zullen op basis van deze activiteiten vermoeden dat ik in mijn jeugd al een zeer betrokken type was. Zij gaan er immers vanuit dat iemands betrokkenheid op latere leeftijd afkomstig is uit zijn jeugd. Als we deze redenering volgen, moet ik op de middelbare school voorzitter van de leerlingenraad zijn geweest of hoofdredacteur van de schoolkrant (of beide). Mijn leraren zullen een lastige en eigenwijze leerling aan me hebben gehad, die steeds over alles in discussie ging en dreigde de school te bezetten.

De werkelijkheid is anders. Ik werd tijdens mijn jeugd niet gehinderd door enige vorm van politieke betrokkenheid. Ik herinner me slechts twee voorvallen waarbij ik met politiek in aanraking kwam. Op de HAVO gingen we met de klas op excursie naar Den Haag, waar we ook de Tweede Kamer bezochten. Behalve het feit dat we in de hal en de plenaire zaal zijn geweest, kan ik me er niets meer van herinneren. Een ander voorval was een test bij Maatschappijleer om je partijvoorkeuren te achterhalen. We kregen stellingen over uiteenlopende politieke onderwerpen voorgeschoteld, maar dit leverde weinig op: omdat ik bij meer dan drie kwart van de stellingen had ingevuld dat ik het ermee eens was, kon ik hier aan het eind nog steeds weinig over zeggen. De PvdA bleek met één punt te winnen van drie andere partijen. De docent inventariseerde welke partijen we het beste vonden, maar omdat niemand bij de PvdA zijn vinger opstak, heb ik dat ook niet gedaan.

Met grote regelmaat verschijnen er in de media berichten over het gebrek aan maatschappelijke en politieke betrokkenheid onder jongeren. De impliciete aanname hierbij is dat de democratie in gevaar is, dat jongeren in de toekomst niet meer gaan stemmen, zich nergens voor interesseren en apathisch zijn. Hoewel ik nooit een hangjongere ben geweest, ben ik het levende voorbeeld dat deze beweringen niet voor iedereen opgaan. Ik was een hele gewone, onwetende en ongeïnteresseerde scholier, met hele banale ervaringen op politiek

gebied. Dit zegt echter niets over mijn betrokkenheid op dit moment. Dit geldt volgens mij ook voor de ruim 200 jongeren in dit boek. Velen van hen zijn wellicht niet de meest geïnteresseerde burgers die men zich kan wensen, maar ze zijn voldoende geïnteresseerd en geïnformeerd om de democratie op den duur niet in gevaar te brengen. De volgende hoofdstukken zijn daar het bewijs van.

Dit onderzoek kwam tot stand met de medewerking van veel mensen, die ik hier graag wil bedanken. In de eerste plaats gaat mijn dank uit naar alle jongeren wier ideeën over politiek en popularisering hier staan beschreven. Zij namen de tijd en de moeite om me te vertellen hoe ze tegen deze onderwerpen aankijken. Het feit dat 47 jongeren werden geïnterviewd en 202 jongeren deelnamen aan focusgroepen – zonder in opstand te komen omdat ze werden lastig gevallen met dit saaie onderwerp – is een extra reden waarom de democratie van deze jeugd niets hoeft te vrezen. Dank aan Ditty Samethini, wiens interviews over *Lijst Nul* een essentieel onderdeel vormen van dit onderzoek. De focusgroepen waren mogelijk door de docenten, vrijwilligers en politiek actieve jongeren die mij hielpen bij de organisatie. Tevens bedank ik alle studenten die honderden pagina's transcript uitwerkten en alle burgers, jongeren, beleidsmedewerkers en politici die mij ontelbare keren op nieuwe ideeën brachten.

Ik wil tevens de collega's bedanken met wie ik tot op het laatst prettig heb mogen werken: Hajo Boomgaarden, Joost de Bruin, Linda Duits, Stijn Reijnders en Lilian Woudstra. Anja Riebell dank ik voor onze WRH-sessies, Tamara Witschge want: 'geen proefschrift zonder Tamara Witschge', Caroline Nevejan voor de korte gezellige periode in onze lege en uitgewoonde kamer, en Hetty van Kempen voor onze laatste gezamenlijke weken aan de UvA. Mijn co-promotor Tom ter Bogt ben ik erkentelijk voor zijn gedetailleerde kritiek in de laatste fase. Ik kan niet anders zeggen dan dat ik daar inderdaad veel van heb opgestoken. Mijn promotor Liesbet van Zoonen dank ik voor haar inspirerende ideeën, informele werkstijl, analytische blik, positieve houding, enthousiasme en betrokkenheid op het vervelendste moment van deze vier jaar.

Ik bedank mijn ouders voor de werklust die ze me hebben meegegeven. Deze was onmisbaar. Tegelijk bedank ik iedereen die me heeft geholpen om de afgelopen jaren soms *niet* te werken. Tenslotte dank ik mijn paranimfen Marlieke Dam en Michiel Geursen voor onze gesprekken over politiek, liefde, carrière en andere trivialiteiten. Altijd leuk.

Amsterdam, februari 2006,
Chris Aalberts

INHOUD

- 1 **INLEIDING** 1
 - Debat over Lijst Nul 3
 - Onderzoeksvraag 12
 - Definities 15
 - Opbouw 17

- 2 **VAN POLITIEKE BETROKKENHEID NAAR POLITIEKE SENSITIVITEIT** 18
 - Geïnformeerd burgerschap 19
 - Empirisch onderzoek 21
 - Kritiek 26
 - Politieke sensitiviteit in de publieksdemocratie 30
 - Conclusie 36

- 3 **BETEKENISGEVING AAN POLITIEK** 39
 - Politieke signalen 40
 - Oordelen over politiek 47
 - Politieke activiteiten 49
 - Conclusie 51

- 4 **BETEKENISGEVING AAN GEPOPULARISEERDE POLITIEK** 53
 - Popularisering van politiek 54
 - Populaire cultuur als politiek podium 55
 - Artiesten als politieke actoren 60
 - Politieke fictie 63
 - Conclusie 65

- 5 **METHODE** 67
 - Onderzoeksdesign 67
 - Diepte-interviews 71
 - Diepte-interviews over *Lijst Nul* 74
 - Focusgroepen 77
 - Kwaliteitscontroles 83
 - Rapportage 85

6	POLITIEK IS BELANGRIJK... EN SAAI	86
	Politieke informatiebronnen	86
	Politiek is belangrijk	89
	Invloed	95
	Praktische overwegingen	102
	Politiek is saai	106
	Politiek is vreemd	111
	Conclusie	116
7	STIJL VAN POLITIEK	119
	Uiterlijk en uitstraling	120
	Ouderdom	125
	Praten	132
	Conclusie	139
8	POPULARISERING	142
	Contacten	143
	Inhoud	145
	Serieus	154
	Ontspanning	158
	Veronderstellingen over anderen	163
	Conclusie	167
9	AUTHENTICITEIT	171
	Politici	171
	Artiesten	182
	Conclusie	189
10	POLITIEKE GESPREKKEN NAAR AANLEIDING VAN POPULAIRE CULTUUR	191
	De oorlog tegen het terrorisme	192
	Asielzoekers	196
	Integratie	199
	Andere onderwerpen	208
	Conclusie	211
11	CONCLUSIE EN DISCUSSIE	213
	Resultaten	214
	Discussie	219
	Verder onderzoek	222
	BIJLAGEN	224
	Bijlage 1: Vragenlijst focusgroepen	224
	Bijlage 2: Logistische regressieanalyses politieke activiteiten	226
	Bijlage 3: Multiple regressieanalyses interesse in politieke onderwerpen	227
	NOTEN	228
	LITERATUUR	236

INLEIDING

Katja: Tot nu toe was politiek inderdaad hartstikke saai, maar daar gaan wij dus verandering in brengen.

Bridget: Wij gaan bewijzen dat politiek heel spannend kan zijn.

(Break-Out!, 2002)

De politieke betrokkenheid van Nederlandse jongeren vormt een reden tot zorg. Jongeren hebben in vergelijking met volwassenen weinig interesse in politiek (e.g. CBS, 2003; Nuus, 2002) en nieuwsmedia zoals kranten (e.g. Bakker & Scholten, 2003) en het nieuws op televisie (e.g. CBS, 2003). Ze hebben tevens weinig kennis over politiek (e.g. Nuus, 2002; Vis, 1995) en gaan minder vaak stemmen dan volwassenen (e.g. Aarts, 2000; SCP, 1999). Onderzoek naar de politieke betrokkenheid van jongeren suggereert telkens weer dat er een politiek onbetrokken generatie opgroeit. In publieke debatten wordt hun gebrekkige betrokkenheid met argusogen gevolgd, aangezien deze kwalijke gevolgen kan hebben voor de parlementaire democratie. Politieke partijen, maatschappelijke organisaties en media besteden regelmatig aandacht aan de vraag hoe jongeren meer interesse in politiek zouden kunnen krijgen. Ze ontplooiën uiteenlopende activiteiten om de politieke participatie van jongeren te stimuleren. Een specifiek middel om politiek voor jongeren aantrekkelijker te maken, is populaire cultuur. Deze popularisering van politiek is op diverse manieren in de praktijk gebracht.

Zo schenkt de muziekkzender MTV regelmatig aandacht aan politiek. Bij de presidentsverkiezingen in Amerika zendt de zender dagelijks reportages uit over de presidentskandidaten, en probeert jongeren zo op een leuke, vlotte en hippe manier te informeren en naar de stembus te krijgen (Smillie & McKay, 1992). Ook MTV Nederland besteedt bij bijzondere gelegenheden aandacht aan politiek. Aan de vooravond van de Tweede Golfoorlog ontving VJ Seth verschillende politici om met hen te spreken over de crisis rond Irak. GroenLinks-leider Femke Halsema, PvdA-leider Wouter Bos en VVD-Kamerlid Frank de Grave gaven hun mening en beantwoordden vragen van kijkers.

Het programma probeerde politiek een jonge uitstraling te geven door een gewoon MTV-decor te gebruiken met felle kleuren en hippe stoelen, op de achtergrond popmuziek te laten horen, de presentator spontaan te laten reageren op vragen van kijkers en eenvoudige taal te gebruiken. Tevens probeerde het programma het onderwerp vanuit het perspectief van jongeren te bekijken door extra uitleg te geven en jongeren zelf vragen te laten stellen (Van Dijk, 2004).

Een andere gepopulariseerde vorm van politiek is te vinden bij de PvdA, die in 1998 en 2002 voor de landelijke en gemeenteraadsverkiezingen in enkele grote steden *Futurefestivals* organiseerde met als doel jongeren naar de stembus te krijgen. Op deze festivals gingen politici in een jongerencentrum met jongeren in discussie onder leiding van bekende Nederlanders, zoals cabaretier Paul de Leeuw. Er was niet alleen plaats voor het politieke debat, maar ook voor optredens van popartiesten en activiteiten als tatoeëren, breakdancen en skaten. Op deze manier ontstond voor de bezoekers een afwisselend programma met vermaak en talkshows. Een folder kondigde het festival aan als: 'geen hoogdravende taal en dure beloftes, maar flitsende talkshows met politici en de nieuwe generatie'. Volgens een van de medewerkers was dit 'de manier waarop je zo dicht mogelijk bij de jongeren staat. Dichter dan dit kan gewoon niet'. Jongeren moesten op deze manier over de streep worden getrokken om te zien dat politiek niet eng is en dat men zich er niet voor hoeft te schamen. Een andere medewerkster verzuchtte: 'als dit niet meer werkt, dan weten we het ook niet meer' (Giesen, 1998; Kalse, 1998; Naaijkens, 2002).

Tenslotte is *Lijst Nul* een mooi voorbeeld van gepopulariseerde politiek. Jongerenomroep BNN startte dit politieke jongerenprogramma bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2002. Het doel van dit programma was politiek 'sexy en aantrekkelijk' te maken voor jongeren (*NRC Handelsblad*, 2002). *Lijst Nul* werd gepresenteerd door twee populaire presentatrices: Bridget Maasland, oud-VJ van muziekgender TME, en Katja Schuurman, een actrice die onder meer bekend werd van de dagelijkse soapserie *Goede Tijden Slechte Tijden*. Bridget en Katja presenteerden *Lijst Nul* alsof het een doorsnee jongerenprogramma was. Zo kwamen er regelmatig tieneridolen aan het woord, klonk op de achtergrond muziek uit de Top-40 en werden onderwerpen in een relatief hoog tempo behandeld, met veel wisselingen van camerastandpunten, korte intermezzo's en een snelle montage. Op deze manier stak *Lijst Nul* politiek in een jong jasje. De presentatrices probeerden achter de politieke wensen van jongeren te komen en onderzochten hoe een politieke partij kan worden opgericht. Ze gingen op zoek naar het antwoord op vragen als: 'wat vinden jongeren belangrijk, welk imago zorgt voor veel kiezers, hebben bestaande politieke partijen idealen of zijn ze opportunistisch, en waarom vinden jongeren politiek vaak een stoffig babbelpaleis?' (BNN, 2002). *Lijst Nul* leek een

groot succes: binnen drie maanden plaatsten jongeren 40.000 reacties op de bijbehorende website. Het programma kreeg dan ook een vervolg bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2003.

Deze voorbeelden suggereren dat popularisering een belangrijke rol zou kunnen spelen bij de manier waarop jongeren betekenis geven aan politiek en hoe ze bij de politiek worden betrokken: door popularisering komen ze met politiek in aanraking en gaan ze het onderwerp aantrekkelijker vinden. Hier is echter nauwelijks onderzoek naar gedaan; er bestaan vooral meningen over de invloed van gepopulariseerde vormen van politiek op de politieke betrokkenheid van jongeren (cf. Van Zoonen, 2005). In dit boek staat daarom de vraag centraal hoe jongeren betekenis geven aan politiek en gepopulariseerde vormen van politiek. Het jongerenprogramma *Lijst Nul* is een goed voorbeeld van gepopulariseerde politiek. Toen het programma werd uitgezonden ontstond aanzienlijke discussie over de wenselijkheid ervan. In dit hoofdstuk staat deze discussie centraal, omdat ze het algemene debat over popularisering van politiek mooi illustreert. Dit debat spitst zich toe op drie thema's: de rol van presentatie in de politiek, de inhoud van de politiek, en de manier waarop politici met gepopulariseerde politiek moeten omgaan. Deze vragen betreffen niet alleen *Lijst Nul*, maar ook andere voorbeelden van gepopulariseerde politiek. Een vierde discussie gaat specifiek over de vraag 'trekt de politiek zich voldoende aan van jongeren?' Deze vraag wordt opgeroepen door allerlei pogingen om jongeren voor politiek te interesseren, waaronder een jongerenprogramma als *Lijst Nul*. De genoemde discussies worden geschetst aan de hand van de inhoud van *Lijst Nul*, de ideeën van de makers en de reacties van politici, jongeren en journalisten. Na deze uiteenzetting worden de onderzoeksvragen geformuleerd.

Debat over Lijst Nul

In deze paragraaf komen vier discussies over het politieke jongerenprogramma *Lijst Nul* aan de orde. Hoewel deze specifiek over dit programma gaan, zijn ze tevens illustratief voor andere voorbeelden van gepopulariseerde politiek.

Presentatie van politiek

Lijst Nul roept in de eerste plaats discussie op over de vraag hoe politiek moet worden gepresenteerd. Het programma presenteert politiek immers op een manier die duidelijk afwijkt van traditionele politieke programma's. De interviews in *Lijst Nul* vinden bijvoorbeeld plaats in een niet-politieke omgeving: de presentatrices ondervragen politici bij voorkeur op ongebruikelijke plaatsen zoals een dierentuin, een circus of een kartbaan. Daarnaast besteden ze aandacht aan niet-politieke activiteiten: ze nodigen politici uit om te wandelen

door een grot, cd's te kijken in een platenzaak of in een straaljager te zitten. Ook hun presentatie wijkt af van de norm. Ze benaderen politici op een informele en brutale manier en maken ironische opmerkingen. Bridget spreekt oud-premier Wim Kok aan omdat hij bij zonnig weer een dikke jas draagt en introduceert CDA-lijsttrekker Jan Peter Balkenende als 'een man met een aërodynamisch kapsel'.

Bridget: Wat me eigenlijk als eerste opviel toen u binnenkwam, was dat u uw pony toch iets heeft geknipt.

Jan Peter Balkenende (lachend): Dat gebeurt af en toe, hè?

Bridget: Klopt hè?

Jan Peter Balkenende: Ja, maar niet omdat er op een gegeven moment commentaren verschijnen over [mijn] haar, hoor.

Bridget: Nou, maar hij is [ook echt] korter dan voorheen.

Jan Peter Balkenende: En bevalt het jou?

Bridget: Ik zou zelf nog een beetje gel erin doen.

Lijst Nul, 15 april 2002¹

Aan deze presentatie ligt de veronderstelling ten grondslag dat jongeren politiek vanwege de saaie presentatie niet aantrekkelijk vinden. Zo wil de eindredacteur dat de interviews leuk zijn en 'dus' niet plaatsvinden in politiek Den Haag. De brutale stijl zou jongeren aanzetten om over politiek na te denken (Samethini, 2002b). In deze visie gaan jongeren politiek pas aantrekkelijk vinden als de presentatie ervan niet traditioneel is. Ofwel: politiek is op zichzelf niet leuk, maar kan leuk worden gemaakt. De presentatrices beweren dat het jongeren aanspreekt als politieke onderwerpen op een frisse manier worden aangepakt, zonder moeilijke woorden en lange zinnen, en zonder uit te gaan van een vast 'denkpatroon' (*Break-Out!*, 2002). Katja wil politici buiten hun eigen omgeving interviewen, omdat ze dan anders reageren dan normaal. Dit doen politici volgens haar sowieso wel, omdat zij en Bridget 'jonge knappe vrouwen' zijn (*Trouw*, 2002). Katja stelt dat *Lijst Nul* er met deze aanpak in is geslaagd jongeren meer voor de politiek te interesseren (Rombouts, 2002). Sommige kijkers delen deze mening.² Ze beweren dat de presentatrices het programma op een leuke en vrolijke manier brengen. Vooral de humor in *Lijst Nul* zou het saaie imago van politiek veranderen. Zo zegt Nadja dat ze door het programma meer interesse krijgt in politiek:

Nadja (V.13): Ik vind het een heel leuk programma. (...) Ze laten op een duidelijke manier zien dat politiek toch niet saai is, want meestal als je het op tv ziet, dan hoor je alleen maar over een debat en dat ziet er allemaal heel saai uit. Maar [zij] laten op een leuke manier zien hoe het gaat.

Interview, VMBO (L8: 125)³

Andere kijkers stellen echter dat het programma serieuzer zou moeten zijn. Een kijker noemt de alternatieve aanpak van de presentatrices leuk, maar vindt dit ook teveel van het goede. Ze gaan niet diep genoeg in op politieke kwesties. Een ander vindt dat de presentatrices eigenlijk niet goed in staat zijn het programma te presenteren. Ze zouden door hun achtergrond als respectievelijk actrice en TMF-VJ niet geschikt zijn:

Kees (M.20): Ik had gelezen dat Bridget [niet] heeft gestemd voor de Gemeenteraadsverkiezingen. Zij gaf als reden aan: 'ja, ik ben nog zwevend, ik weet niet op welke partij ik moet stemmen'. Katja had op André Hazes⁴ gestemd, dat geeft naar mijn idee al aan (...) hoe geïnteresseerd zij zijn, dat vind ik echt wel jammer, want daardoor krijg je dus (...) niet een serieus programma, terwijl dat toch het doel van het programma is.

Interview, HBO (L3: 99)⁵

Bij gepopulariseerde politiek wordt de presentatie van politiek aangepast aan de veronderstelde wensen van jongeren. Ook de presentatrices van *Lijst Nul* beweren dat ze politiek op een manier verpakken die jongeren aanspreekt. Deze visie is echter niet onomstreden. Hoewel sommige jongeren deze visie onderschrijven, spreken anderen deze visie tegen. De voorstanders beweren dat jongeren door de traditionele presentatie van politiek niet geboeid kunnen worden en dat een gewijzigde presentatie leidt tot meer interesse. De programmakers doen er in hun visie goed aan op de wensen van jongeren in te gaan. De tegenstanders beweren het omgekeerde: politiek moet op de traditionele manier worden gepresenteerd. Zij stellen dat een andere presentatie niet nodig of zelfs onwenselijk is, omdat het afbreuk doet aan de inhoud. Deze uitspraken zaaien twijfel over de aannames van de makers, en leveren de vraag op hoe jongeren hier werkelijk over denken: hebben ze behoefte aan een andere presentatie of niet? Zo ja, hoe moet deze 'jonge' presentatie er dan uitzien? De discussie suggereert dat jongeren hier onderling verschillend over denken: welke jongeren hebben deze behoefte wel en welke niet? Stellen verschillende groepen jongeren ook verschillende eisen aan de presentatie van politiek?

Inhoud van de politiek

Lijst Nul roept tevens discussie op over politieke inhoud. Het programma brengt informatie die conventionele politieke programma's niet voor het voetlicht brengen. In dergelijke programma's staan vooral politieke standpunten centraal. De presentatrices richten zich daarentegen op de procesmatige en persoonlijke aspecten van politiek. Ze interviewen politici over de verkiezingscampagne, het belang van een goed imago en de verkiezingsstrijd. Zo spreken ze met LPF-leider Mat Herben over zijn gebrekkige charisma en met GroenLinks-lijsttrekker Femke Halsema over de vraag of zij als enige

vrouwelijke lijsttrekker mannelijke politici kan temmen. Naast deze personalisering proberen de makers de kijker inzicht te geven in het politieke proces door een eigen partij op te richten. Katja en Bridget melden zich met hun partij *Lijst Nul* bij de Kiesraad en kijken hoe andere partijen campagne voeren.⁶ Ze besteden aandacht aan zaken als een campagnelied, -filmpje en -slogan. De nadruk ligt hierbij dikwijls op activiteiten die niet politiek inhoudelijk zijn:

Katja: Bent u wel eens een beetje verliefd geworden op iemand in de Kamer?
 Jeltje van Nieuwenhoven: Nee, nee. Daar zijn ze... ja, ik durf het niet te zeggen...
 Bridget: Daar zijn ze niet leuk genoeg voor?
 Jeltje van Nieuwenhoven (lachend): Nee, dat wou ik nou juist niet zeggen!
 Bridget: Ik zou zo graag willen horen dat er dan een romance is tussen twee verschillende partijleden, dat die dan naar mekaar zitten te lonken.
 Jeltje van Nieuwenhoven: Ik heb niet de vrijheid om over dat soort dingen te spreken, maar er zijn wel romances hier in de Kamer ontstaan. En ook wel tussen Kamerleden van verschillende partijen. (...)
 Katja: Maar wat vindt u nou zelf een beetje een lekker ding?
 Jeltje van Nieuwenhoven: Hij zou het niet leuk vinden dat ik het zeg, maar ik ben erg gesteld op Adri Duijvestein, mijn collega van de Partij van de Arbeid-fractie.

Lijst Nul, 25 maart 2002

De makers stellen dat politici in *Lijst Nul* geen standaardverhaal mogen afrate-len. Politici moeten meer als mens worden neergezet (Samethini, 2002b). Sommige kijkers zeggen dat ze politici door deze vorm van personalisering inderdaad beter leren kennen dan door een opsomming van hun standpunten. Politici laten meer van zichzelf zien en tonen hun menselijke kant. Merlijn's beeld van politiek is op die manier veranderd:

Merlijn (M.18): Ze hoeven niet hun hele leven op tafel te leggen, maar wel meer gewoon de mens... Dat Ad Melkert⁷ wel van een grapje houdt, of dat Thom de Graaf inderdaad humoristisch kan zijn en dat soort dingen. Dat hij met bepaalde simpele dingen zit of dat hij ook gewoon nadenkt. Dat hij inderdaad niet de politicus is die alleen maar de standpunten opratelt, [maar] dat het gewoon meer een persoon is. Dat er wordt verteld dat hij zijn vrouw daar en daar ontmoet heeft, dat hoeft dan niet per se, maar gewoon wel dat je met een persoon te maken hebt en niet met een echte politicus.

Interview, VWO (L4: 519)⁸

Critici zeggen echter dat *Lijst Nul* geen politieke inhoud bevat. Veel journalisten verwoorden hun kritiek door te wijzen op het gebrek aan expliciete educa-

tieve ambities. Zo vindt Van der List (2002) dat *Lijst Nul* geen serieuze poging is om jongeren voor de politiek te interesseren. Het zou slechts een personality-show zijn, waarin twee babes hun fraaie garderobe tonen. In plaats van dat de politiek ongeïnteresseerde BNN-kijker op een hoger niveau wordt gebracht, zouden de presentatrices proberen om het niveau van politici te verlagen tot dat van hun kijkers. Anderen vinden dat het programma nergens over gaat (Den Ambtman, 2002) of dat de decolletés van de presentatrices meer openstaan dan ‘de ingang naar de bovenkamers’ (Huygen, 2002). Deze visie wordt ook door sommige kijkers verwoord:

Quint (M.19): Van politici persoonlijk... daar hoef ik eigenlijk niets van te weten. Ik moet weten wat hij gaat doen of wat hij wil gaan doen [met] zijn partij, de komende vier jaar en als ik op hem stem, wat mij dan te wachten staat en waar hij dan voor opkomt. Ik hoef echt niet te weten of hij drie kinderen heeft of één, of waar hij woont of zo, dat vind ik verder vrij onbelangrijk.

*Interview, VWO (L13: 460)*⁹

Lijst Nul levert discussie op over wat als politieke inhoud telt. Het programma besteedt veel aandacht aan persoonlijke en procesmatige aspecten van politiek. Voorstanders van popularisering geven een brede definitie aan ‘politieke informatie’: zowel procesmatige informatie over politiek als informatie over de persoonlijkheid van politici is volgens hen zinvol en interessant, en soms zelfs essentieel om politiek te begrijpen. Tegenstanders beweren juist dat deze informatie irrelevant is en afleidt van de standpunten waar het in de politiek om gaat. Zij beweren dat *Lijst Nul* weinig of geen politieke inhoud bevat. Dit leidt tot de vraag wat jongeren verstaan onder politieke inhoud. Is informatie over de persoonlijkheid van politici of andere niet-inhoudelijke aspecten van politiek zinvol voor jongeren? Hoe denken ze over deze informatie? En bestaan hierin verschillen tussen jongeren?

Optredens van politici

Lijst Nul roept tevens discussie op over de vraag hoe politici met gepopulariseerde politiek moeten omgaan. Moeten ze wel aan dit soort programma’s meewerken, en zo ja, hoe dan? Behalve de kleine christelijke partijen namen vrijwel alle lijsttrekkers deel aan *Lijst Nul*, in de hoop jonge kiezers te bereiken. Ze reagerden volgens de eindredacteur enthousiast op het verzoek van BNN. De lijsttrekkers wisten dat Katja en Bridget hen het vuur niet na aan de schenen zouden leggen (Samethini, 2002b). Wel stellen de presentatrices nieuwe eisen aan politici: ze moeten zich jong en vlot gedragen. De meeste politici lijken met hen te denken dat jongeren op een vlotte manier willen worden aangesproken en doen dan ook enthousiast mee: ze maken grappen, doen onverwachte uitspraken en reageren enthousiast op de ideeën van Katja

en Bridget. Kortom, ze proberen jong en spontaan over te komen en een saai imago actief te vermijden. Bridget stelt aan Kamervoorzitter Jeltje van Nieuwenhoven voor om een bloemetje en fotolijstje in de Tweede Kamer te zetten, omdat het er zo kaal is. Er moeten kaarsjes worden gebrand als er romances zijn en men kan de wave doen als de voorzitter binnenkomt. Van Nieuwenhoven doet enthousiast mee door uitbundig te lachen en te suggereren dat Kamerleden bij onderlinge romances ook met aanstekers kunnen zwaaien. In dezelfde stijl probeert D66-lijsttrekker Thom de Graaf een vraag te omzeilen met een grapje:

Bridget: Wij dachten: wat nou als Thom de Graaf bijvoorbeeld in de Playboy gaat en hij krijgt er zes zetels voor.

Thom de Graaf (diep zuchtend): Poeh, maar hoe dan in de Playboy?

Katja: Helemaal naakt.

Bridget: Zoals het altijd gaat.

Thom de Graaf: Ja... Het is al een enorme opoffering voor de politiek, hoor. Ook voor de partij.

Bridget: Ja?

Thom de Graaf: Ja, [dat] vind ik toch wel heel ver gaan.

Katja: Maar zes zetels! Zes zetels!

Thom de Graaf: En dan zouden ze zeggen, die De Graaf heeft misschien wel interessante dijen, en bovenbenen...

Bridget: Maar een klein piemeltje. (allen lachen)

Thom de Graaf: (...) Of het omgedraaide. Of het omgedraaide.

Lijst Nul, 18 maart 2002

Niet alle politici geven echter zonder slag of stoot toe aan de eisen die de makers stellen. De vraag is of deze wijze van politiek presenteren wel bij politici past. Naar aanleiding van de eerste serie van *Lijst Nul*, is het plan ontstaan een maandelijks interview van Katja en Bridget met de premier te organiseren. De kleine christelijke partijen keuren dit plan af: de SGP is van mening dat de premier 'op eieren loopt' omdat hij in 'compromitterende situaties' terecht kan komen. De Christenunie waarschuwt de premier niet in een context te gaan zitten die 'niet verheffend' is (Hoedeman & Kemper, 2002). Anderen stellen dat dergelijke interviews ertoe kunnen leiden dat Balkenende niet meer als staatsman wordt gezien. Balkenende zou niets met de gesprekken bereiken, behalve dat zijn aanzien vermindert. Deze kritische houding komt ook in het NOS-gesprek met de minister-president naar voren:

Journalist: Ik hoop dat u het [gesprek van vandaag] leuk gaat vinden, maar ik begrijp dat u al meteen alternatieven heeft gezocht, want u gaat bij BNN ook één keer in de zoveel weken optreden? Hoe is dat?

Jan Peter Balkenende: Dat hangt samen met het feit dat Katja en Bridget het afgelopen jaar een goed programma hebben gemaakt, Lijst Nul, met de bedoeling om vooral politiek dichterbij jongeren te brengen. Veel politici hebben meegedaan aan dat programma. Dat heb ik ook gedaan. Er zijn afspraken gemaakt om nu te werken aan een programma waarin het gaat om een hoog informatief gehalte, waarin ik op een andere manier politiek kan overbrengen, met name aan jonge mensen. (...)

Journalist: Ik vraag me toch af of zo'n omroep bij u past, want u bent een man die wil dat de normen en waarden worden hersteld in Nederland. Eén van de twee dames, Bridget Maasland, gaat volgend jaar een programma presenteren dat heet 'Neuken doe je zo'. Een man als u, van gereformeerde afkomst, voelt u zich thuis bij zo'n uitstraling?

Jan Peter Balkenende: Als het gaat om een programma als dat, dat komt niet direct bij me op, moet ik zeggen. Ik heb natuurlijk nadrukkelijk de keuze gemaakt om mee te werken aan dit programma, gezien de ervaring die ik met Katja en Bridget heb gehad in de aanloop naar de verkiezingen. Dat is de achtergrond en het punt: het gaat om het overdragen van informatie.

Interview met de minister-president, 20 september 2002

Andere politici lijken zich ongemakkelijk te voelen in het programma. Ze reageren stroef op de nieuwe aanpak: zo reageert Wim Kok kortaf op de vragen van de presentatrices en geeft Leefbaar Nederland-lijsttrekker Fred Teeven geen antwoord op een vraag die hem niet bevalt. Hij geeft daar ook geen leuke draai aan:

Bridget: Hoe smetteloos is uw verleden?

Fred Teeven: Heel smetteloos. Ja, [ik ben] een heel degelijke, keurige man.

Bridget: Nou lazen Katja en ik ook nog iets op internet, en dat was een beetje shockerend, tenminste dat vonden wij. En wij wilden zo graag weten of het waar is dat u ooit een dossier heeft opgesteld, waarin tachtig namen naar voren komen van topambtenaren, politici [en] rechters die te chanteren zijn.¹⁰

Fred Teeven: Ja, daar ga ik niet over praten.

Bridget: Nee?

Fred Teeven: Nee, daar ga ik helemaal niks over zeggen.

Katja: Dat is natuurlijk hartstikke handig als je in de politiek zit.

Fred Teeven: Ja, maar daar ga ik niks over zeggen.

Bridget: Maar waarom staat dat op internet?

Fred Teeven: Ja, dat weet ik ook niet, wat andere mensen daarover zeggen, maar ik ga er helemaal niks over zeggen.

Bridget: Oké, het komt niet van u?

Fred Teeven: Ik ga er gewoon niks over zeggen.

Katja: Geen commentaar, dat is een van de eerste zinnen die je moet leren: geen commentaar.

Fred Teeven: Ik ga er niks over zeggen.

Lijst Nul, 11 maart 2002

Lijst Nul is een voorbeeld van gepopulariseerde politiek waaraan politici meedoen om slecht bereikbare kiezersgroepen te bereiken. Dit betekent dat ze concessies moeten doen wat betreft de manier waarop ze in beeld komen en de informatie die ze kwijt kunnen. Dit leidt tot discussie over de vraag of politici aan dit soort programma's mee moeten werken en zo ja, hoe dan. Voorstanders van popularisering zijn enthousiast over deze optredens en stellen dat politici hiermee jongeren kunnen bereiken en hun imago kunnen verbeteren. Tegenstanders noemen het schadelijk voor het imago van politici: ze doen mee aan een programma dat niet bij ze past. In deze visie hebben politici niets te winnen bij popularisering, maar kunnen ze er alleen mee verliezen. Dit roept weer andere vragen op. Hoe kijken jongeren aan tegen politici in het algemeen? En tegen politici die aan gepopulariseerde vormen van politiek meewerken? Zijn er op dit punt verschillen tussen groepen jongeren?

Politieke inhoud voor jongeren

Ten slotte levert *Lijst Nul* discussie op over de vraag of de politiek voldoende open staat voor de politieke ideeën van jongeren. Een veel genoemde verklaring voor hun geringe politieke betrokkenheid is dat jongeren geen politieke rechten hebben en dat de politiek onvoldoende voor hen open staat (CYPU, 2002; Matthews, Limb, Harrison, & Taylor, 1998; Molloy, White, & Hosfield, 2002). Dit betekent dat de politiek zich meer moet bezighouden met de onderwerpen die jongeren belangrijk vinden en die aansluiten bij hun belevingswereld. *Lijst Nul* onderneemt daartoe een poging. De makers laten jongeren via de website van *Lijst Nul* onderwerpen aandragen: via een forum kunnen ze hun standpunten kwijt. De redactie selecteert dagelijks een standpunt waarover bezoekers kunnen stemmen. De standpunten die door een meerderheid van de bezoekers worden onderschreven, krijgen het predikaat 'standpunt van *Lijst Nul*' zoals 'asielzoekers hebben in afwachting van hun status recht op scholing en werk' of 'tijdens stages hoeft een student geen collegegeld te betalen'. Deze standpunten komen ook in de televisie-interviews met politici aan bod. Politici kunnen niet spreken over hun eigen standpunten, maar moeten praten over de mening van jongeren. De presentatrices stellen vooral onderwerpen aan de orde die via de website zijn verzameld, zo mag VVD-lijsttrekker Hans Dijkstal reageren op een stelling over asielzoekers:

Katja: [Wij] hebben [op de website] een stelling geponeerd waar de kijkers op hebben gereageerd, en dat was de stelling dat asielzoekers in afwachting van hun status scholing moeten krijgen en moeten kunnen werken in die bedrijfstakken waar geen Nederlanders voor te vinden zijn. Wat vindt u daarvan?

Hans Dijkstal: Daar ben ik zeer op tegen. We hebben net een nieuwe wet dat iemand die asiel aanvraagt, binnen een paar maanden helderheid krijgt over of hij mag blijven of niet. En dan vind ik dat als je iemand in die korte tijd al gelijk scholing en banen zou geven, [dan] geeft dat totaal het verkeerde signaal, want dan komen ze met nog meer mensen uit andere landen. En bovendien, als hij dan terug moet, waar heb je het dan allemaal voor gedaan?

Katja: Maar 61% van de mensen die hebben gereageerd op onze site was het ermee eens, verbaast u dat dan?

Hans Dijkstal: [Dat] verbaast me niet, maar ik ben het daar dus niet mee eens.

Lijst Nul, 1 april 2002

Jongeren die in het programma aan het woord komen, krijgen ook de kans hun ideeën te verwoorden. De presentatrices interviewen jongeren niet brutaal, maar open en serieus. Ze stellen zich neutraal en bescheiden op, en stellen open vragen. Bridget en Katja tonen belangstelling voor de ideeën van jongeren:

Katja: Nu hebben jullie allemaal gereageerd op onze site lijstnul.nl met standpunten. (...) Wie van jullie had nou echt een duidelijk, goed standpunt?

Jongen 1: Eén Europese defensiemacht om één blok te vormen tegen Amerika.

Jongen 2: Ik vind dat Nederland beter gebruik zou moeten maken van de kwaliteiten die immigranten bezitten.

Jongen 3: Ik ben voor proefdiervrij Nederland. Ik vind [het] vooral voor make-up gewoon onzin. We kunnen tegenwoordig zoveel met klonen dat ik zoiets heb van: 'we kunnen ook een stuk huid als het ware klonen, en dat voor make-up gebruiken?'

Meisje: [Dat we] de procedure die asielzoekers nu doorgaan toch echt eens moeten verkorten. Dit duurt allemaal veel te lang.

Lijst Nul, 18 maart 2002

Bridget stelt dat jongeren het programma serieus nemen: ze zien *Lijst Nul* volgens haar als een doorgeefluik voor hun ideeën (Van Stuyvenberg, 2002). Deze visie wordt door sommige kijkers gedeeld:

Mandy (V.16): Ik vind het goed dat er geluisterd wordt naar jongeren, want daarvoor werd dat eigenlijk helemaal niet gedaan, want ja... wij horen natuurlijk ook bij de bevolking. Ik vind dat er toch wel wat meer naar ons geluisterd mag worden. Ik denk wel dat de jeugd heel goede ideeën heeft.

Interview, HAVO (LII: 389)¹¹

Andere jongeren zeggen echter dat de nadruk op jongerenzaken de aandacht afleidt van meer algemene politieke kwesties. De stellingen die door jongeren via internet zijn geformuleerd, zouden in de praktijk niet realiseerbaar zijn. Ook zouden de interviews niet diep genoeg op de materie ingaan. Jongeren zeggen liever nuttige informatie te krijgen die helpt bij het stemmen of die helpt politiek beter te doorgronden:

Jeroen (M.19): Ze leggen bijvoorbeeld niet uit hoe de Tweede Kamer in elkaar zit. (...) Algemene basiskennis van staatsinrichting, dat leggen ze niet uit. Wil je nou veel kijkers trekken of wil je echt uitleggen hoe de politiek werkt, dat je Provinciale Staten hebt en de gemeenteraden en burgers en wethouders? Dat hoort er dan eigenlijk ook bij, dat je die ook kunt kiezen en niet alleen de Tweede Kamer. Geef dan het hele plaatje, maar zij pakken er maar één puntje uit.

Interview, HBO (L10: 172)²

Lijst Nul levert discussie op over de relatie tussen jongeren en politiek. De makers veronderstellen dat jongeren normaliter onvoldoende de kans krijgen hun politieke ideeën te agenderen. Er wordt te weinig naar jongeren geluisterd (Samethini, 2002b). Sommige jongeren lijken dit met de makers eens te zijn. Tegenstanders beweren echter dat deze jongereninformatie ten koste gaat van de echte politieke informatie en dat dit daarom ongewenst is. Deze discussie levert wederom vragen op: schenken politici voldoende aandacht aan jongeren? Luisteren ze voldoende naar hen? Zijn jongerenonderwerpen een middel om jongeren bij de politiek te betrekken? Zo ja, welke onderwerpen zijn dan interessant voor jongeren en welke niet? Verschillen deze onderwerpen van de thema's die volwassenen op de agenda plaatsen? En welke jongeren vinden deze onderwerpen belangrijk?

Onderzoeksvraag

In dit onderzoek staat de vraag centraal hoe jongeren betekenis geven aan politiek en gepopulariseerde vormen van politiek. Om kennis te verwerven over de betekenis van gepopulariseerde politiek moet eerst bekeken worden hoe jongeren betekenis geven aan politiek in het algemeen. Hun interpretaties van enerzijds politiek en anderzijds gepopulariseerde vormen van politiek kunnen elkaar namelijk aanvullen, versterken of juist tegenspreken. Als jongeren normaliter een afkeer hebben van politiek, kijken ze vermoedelijk anders aan tegen programma's als *Lijst Nul* dan jongeren die dagelijks de nieuws- en actualiteitenprogramma's volgen. Het uitgangspunt is dat jongeren onderling sterk van mening kunnen verschillen over politiek en gepopulariseerde politiek, en dat ze geen homogene groep vormen. Hoewel een

meerderheid van de jongeren geen politieke interesse heeft, geldt dit niet voor alle jongeren. Uit de literatuur blijkt dat de manier waarop jongeren betekenis geven aan politiek niet of nauwelijks is onderzocht. Het is onbekend hoe ze in hun dagelijks leven aankijken tegen politiek in enge zin (e.g. Barnhurst, 1997; O'Toole, Lister, Marsh, Jones, & McDonagh, 2003; O'Toole, Marsh, & Jones, 2003). Bestaand onderzoek richt zich voornamelijk op brede vormen van politiek, waarbij zaken als autoriteit, gelijkheid en macht centraal staan (e.g. Vollebergh, 1991); of het komt niet verder dan de constatering dat veel jongeren institutionele politiek oninteressant vinden. De vraag waarom jongeren politiek in enge zin oninteressant vinden, komt nauwelijks aan de orde, en zou daarom op zichzelf onderwerp van onderzoek moeten zijn.

Er bestaan uiteenlopende interpretaties over de oorzaken van de gebrekkige betrokkenheid van jongeren bij institutionele politiek. Deze zijn terug te vinden in het debat over *Lijst Nul*. De makers veronderstellen dat politiek jongeren niet aanspreekt door de presentatie en inhoud van politiek. Beide zouden ver van jongeren afstaan. Uit het debat blijkt echter dat deze veronderstellingen niet algemeen worden gedeeld: anderen beweren zelfs het omgekeerde. Sommige onderzoekers beweren dat de relatieve onverschilligheid van jongeren wordt veroorzaakt door de jongeren zelf: ze vormen een ongeïnteresseerde generatie die verkeerde houdingen heeft aangeleerd of bewust niet participeert uit desinteresse en apathie. Andere onderzoekers wijzen op het gebrek aan politieke rechten van jongeren: jongeren vinden politieke betrokkenheid zinloos, omdat ze toch geen invloed hebben. Het zijn in deze visie niet de jongeren zelf die 'schuldig' zijn aan hun onbetrokkenheid, maar de volwassenen die jongeren uitsluiten (CYPU, 2002; Matthews et al., 1998; Molloy et al., 2002). Er bestaan dus forse meningsverschillen over de oorzaken van de gebrekkige politieke betrokkenheid van jongeren, terwijl onderzoek zelden de interpretaties van jongeren zelf inventariseert. In dit onderzoek luidt daarom de eerste onderzoeksvraag: hoe geven jongeren betekenis aan politiek?

Uit het debat over *Lijst Nul* blijkt dat er ook over popularisering zeer verschillend gedacht wordt. De discussies hebben met elkaar gemeen dat ze impliciet of expliciet gaan over de vraag hoe burgers bij de politiek kunnen worden betrokken. Zo beweren voorstanders van een jeugdige presentatie van politiek dat het een essentieel middel is om jongeren meer voor politiek te interesseren. Volgens tegenstanders heeft zoiets echter geen effect of werkt het zelfs contraproductief. De programmamakers gaan er verder vanuit dat persoonlijke en procesmatige informatie politiek aantrekkelijker maakt voor jongeren. Hoewel sommige jongeren dit met hen eens zijn, beoordelen anderen deze informatie weer als irrelevant, omdat de politiek om standpunten moet draaien. Ook de politici verschillen onderling van mening. Meerdere gaan

ervan uit dat een optreden in *Lijst Nul* een positieve bijdrage kan leveren aan hun imago en dat hun bekendheid onder jongeren groeit. Enkele collega's denken het omgekeerde: gepopulariseerde politiek zal hun imago veeleer schaden. Zij vermoeden dat jongeren niet kijken uit politieke interesse, maar vanwege de 'uiterlijke vormen' van de presentatrices (Kalse, 2002). Ten slotte stellen de makers dat de politiek meer naar jongeren moet luisteren. Ook op dit punt bestaat er geen overeenstemming. Zo menen sommige jongeren dat er belangrijkere zaken te behandelen zijn dan 'onbelangrijke jongerenonderwerpen'. Algemeen hebben de makers veel vertrouwen in de effecten van hun programma (Samethini, 2002b), maar zijn anderen verdeeld. Uit al deze discussies spreekt de verwachting dat gepopulariseerde politiek jongeren beter kan bereiken dan gewone politiek en dat jongeren deze manier van omgaan met politiek waarderen: ze gaan positiever over politiek denken en politiek beter begrijpen.

Alhoewel de makers, jongeren, politici en journalisten in deze discussies allerlei claims naar voren brengen over de effectiviteit van popularisering, kunnen ze deze nauwelijks onderbouwen. Objectieve indicatoren over het effect van *Lijst Nul* spreken elkaar namelijk tegen. Zo kan men de stelling dat jongeren door *Lijst Nul* betrokken raken bij de politiek 'bewijzen' door te wijzen op de 40.000 reacties die kijkers in 2002 in drie maanden tijd op het forum van het programma plaatsten. Andere cijfers geven echter een ander beeld. Zo liet de politieke interesse van jongeren in 2002 geen plotselinge stijging zien (CBS, 2003).¹³ Bovendien keek minder dan een half miljoen mensen naar Katja en Bridget. De grootste groep hiervan was tussen de 20 en 34 jaar: *Lijst Nul* trok slechts 24.000 kijkers onder de twintig. Er keken zelfs drie keer zoveel vijftigplussers naar het programma als jongeren onder de twintig (*Volkskrant*, 2002). De kijkcijfers lieten zien dat er bij vrijwel alle afleveringen relatief meer kijkers waren van ouder dan twintig jaar dan uit de doelgroep dertien tot en met negentien jaar (SKO, 2002, 2003). *Lijst Nul* trok kennelijk vooral volwassenen.

Het debat over *Lijst Nul* laat zien dat ook weinig bekend is over de manier waarop jongeren betekenis geven aan gepopulariseerde politiek. De uiteenlopende beweringen kunnen nauwelijks onderbouwd worden met objectieve gegevens. De discussie over *Lijst Nul* heeft een eenzijdig karakter, want deze gaat slechts over één effect: een toename van de politieke betrokkenheid bij de jeugd. Onderzoeksvragen als: 'doen jongeren bij *Lijst Nul* politieke kennis op?' en: 'gaan jongeren door *Lijst Nul* meer naar de stembus?' zouden hierbij voor de hand kunnen liggen. Popularisering kan echter op veel meer manieren een rol spelen bij de manier waarop jongeren betekenis geven aan politiek dan alleen in termen van kennis, interesse en participatie. De discussies over het programma laten zien dat er meer vragen mogelijk zijn: over de presentatie van politiek, de diverse soorten politieke informatie, het imago van politici en de

stem van jongeren. Het is onvoldoende alleen naar traditionele indicatoren voor politieke betrokkenheid te kijken. Het is tegelijkertijd ook de vraag of het publieke debat over *Lijst Nul* een goede afspiegeling is van hoe jongeren over dit programma denken. In onderzoek naar hoe jongeren betekenis geven aan gepopulariseerde politiek is een open benadering noodzakelijk. De tweede onderzoeksvraag luidt daarom: hoe geven jongeren betekenis aan gepopulariseerde politiek?

Er is tot nu toe nauwelijks onderzoek gedaan naar de vraag hoe jongeren betekenis geven aan politiek in het algemeen en aan gepopulariseerde politiek in het bijzonder. Er bestaan weliswaar veel ideeën en interpretaties, maar deze komen veelal van volwassenen en niet van de jongeren zelf. Het is dan ook de vraag of deze veronderstellingen juist zijn. Daarom wordt in dit onderzoek gebruik gemaakt van kwalitatieve onderzoeksmethoden en staan de eigen ideeën en ervaringen van jongeren centraal. ‘Betekenisgeving’ wordt zeer breed opgevat; het kan zowel gaan om interpretaties, meningen, waarden, kennis, gedragingen, emoties als ideeën.

Definities

In de onderzoeksvragen komen drie centrale begrippen voor: politiek, gepopulariseerde politiek en jongeren. Deze begrippen worden hieronder gedefinieerd.

Politiek

In dit boek staan de eigen ervaringen van jongeren met politiek centraal. Daarom is het belangrijk een definitie te kiezen die aansluit bij hún beleving. Jongeren vatten ‘politiek’ op als politiek Den Haag: institutionele politiek, staatsrechtelijke instituties als de regering, politici, parlementaire processen of politieke beslissingen (Bhavnani, 1991; Dijkman & Van der Linden, 1987; Huggins, 2001; O’Toole, Marsh et al., 2003; Wittebrood, 1992). De meerderheid van de jongeren denkt hierbij aan landelijke politiek. Gemeentelijke, provinciale of internationale politiek komen nauwelijks ter sprake (Dijkman & Van der Linden, 1987). Deze definitie valt onder de zogenaamde domeinbenadering van politiek. Hierin staat politiek in enge zin centraal: als een aparte sfeer van de samenleving. Politiek staat gelijk aan overheidshandelen, inclusief de totstandkoming en uitvoering hiervan. Het begrip wordt daarbij aangeduid met woorden als: staat, overheid, regering, bestuur en publieke sfeer (Van der Eijk, 2001; Van Putten, 1994)

Popularisering

Popularisering is het fenomeen waarbij politiek wordt gepresenteerd met de genrekenmerken van populaire cultuur. Gepopulariseerde politiek is hiervan

het resultaat. Populaire cultuur kan worden gedefinieerd in termen van populariteit of verkoopcijfers: populaire cultuur bereikt vooral een groot publiek en bevindt zich in de markt. Dit in tegenstelling tot hoge cultuur, die vaak een klein publiek bereikt en afhankelijk is van overheidssubsidies. Daarnaast is de stijl of inhoud van populaire cultuur van belang. Deze is toegankelijker en minder exclusief dan bij hoge cultuur (Street, 1997). In dit boek worden onder populaire cultuur cultuurproducten verstaan die gericht zijn op een groot jongerenpubliek en vooral bedoeld zijn om te amuseren, zoals computer-games, televisieseries, videoclipps, infotainmentprogramma's en popconcerten. Jongeren gebruiken deze media vooral als bron van vermaak en niet als informatiebron. Bij gepopulariseerde vormen van politiek wordt politiek in combinatie met populaire cultuur gepresenteerd: politiek komt in deze populaire cultuurgenres voor.

Jongeren

In dit onderzoek is het doel de leeftijdsfase te onderzoeken waarbinnen burgers veel leren over politiek. Niemi en Hepburn (1995) pleiten ervoor onderzoek te doen naar jongeren tussen de 14 en 25 jaar. In deze periode ligt veel nadruk op het leren van volwassenenattitudes, is er concrete politieke educatie, en vinden grote sociale en psychologische veranderingen plaats. Individuen ervaren waarschijnlijk de meeste veranderingen in hun politieke standpunten in deze periode (Niemi & Hepburn, 1995). Termen als jongeren of adolescenten verhelderen niet om welke leeftijdsperiode het precies gaat. Onderzoek laat telkens weer zien dat er veel variatie bestaat in de ontwikkeling van kinderen en jongeren, en de leeftijd waarop ze bepaalde mijlpalen in hun ontwikkeling bereiken. Het begin van deze periode wordt vaak biologisch gedefinieerd aan de hand van lichamelijke veranderingen. Het einde van deze fase wordt juist eerder sociaal gedefinieerd in termen van zelfstandigheid, op zichzelf gaan wonen, werken en dergelijke (Christenson & Roberts, 1998; Coleman, 1993). De laatste decennia vindt een verlenging van de jeugdfase plaats die zich uitstrekt tot in de vroegere volwassenheid (Du Bois-Reymond, Te Poel, & Ravesloot, 1998). Jongeren blijven steeds langer na de leerplicht onderwijs volgen, betreden later de arbeidsmarkt en gaan later het huis uit; en vrouwen worden steeds later moeder (Wittebrood & Keuzenkamp, 2000). Dit zijn jongeren die experimenteren met opleidingen, partners en beroepskeuzen. Ze houden lang vast aan jeugdige leefvormen (Du Bois-Reymond et al., 1998; Wittebrood & Keuzenkamp, 2000).

Opbouw

In dit eerste hoofdstuk is het debat over popularisering van politiek geschetst. In de volgende drie hoofdstukken staat bestaande literatuur over jongeren, politiek en popularisering centraal. In hoofdstuk twee staat het kader centraal waarbinnen het debat over dit onderwerp plaatsvindt: het normatieve model van de geïnformeerde burger. Er wordt beargumenteerd dat dit model onhoudbaar is. In plaats daarvan wordt een alternatief analytisch model ontwikkeld, waarbinnen de betekenisgeving van jongeren aan politiek en gepopulariseerde politiek kan worden bestudeerd. Hoofdstuk drie gaat in op bestaand onderzoek naar hoe jongeren betekenis geven aan politiek. Hieruit blijkt dat jongeren hun vele mogelijkheden om met politiek in aanraking te komen, nauwelijks benutten. In hoofdstuk vier komt vervolgens bestaand onderzoek naar popularisering aan de orde. Hier wordt gepopulariseerde politiek geïntroduceerd als een manier waarop jongeren op een laagdrempelige manier met politiek in aanraking kunnen komen. Hoofdstuk vijf bespreekt hoe het empirisch onderzoek is uitgevoerd. In de resterende hoofdstukken komen de resultaten aan de orde.

VAN POLITIEKE BETROKKENHEID NAAR POLITIEKE SENSITIVITEIT

Jan Peter Balkenende: Ik vind het van groot belang dat jongeren nadrukkelijk oog hebben voor wat er in de politiek gebeurt. Dat ze debatten volgen, dat ze hun eigen mening geven en dat je er alles aan doet, ook als politicus, om te zorgen dat die afstand tussen Den Haag en jongeren wordt verkleind. En dan is het programma van Katja en Bridget een goede mogelijkheid.

Interview met de minister-president, 20 september 2002

Er bestaan verschillende normatieve modellen over de relatie tussen burgers en de politiek. Aanhangers van het elitisme beweren dat burgers zich niet met politiek moeten bezighouden. Ze leggen de nadruk op een politieke elite die het voor het zeggen heeft, zonder dat burgers daarbij een rol spelen (Robertson, 1986). Anderen zijn voorstander van de directe democratie, waarin alle burgers gezamenlijk politieke beslissingen nemen en deze plicht niet aan anderen kunnen delegeren (Robertson, 1986). In dergelijke visies worden zeer verschillende eisen gesteld aan de politieke betrokkenheid van burgers. Ook in Nederland bestaan uiteenlopende ideeën over de mate waarin burgers bij de politiek moeten worden betrokken. In onderzoek naar de politieke houdingen van jongeren is dikwijls een specifieke visie aanwezig dat ze goed geïnformeerd moeten zijn over politiek, op gezette momenten moeten meepraten en politiek actief moeten zijn. Dit hoofdstuk bespreekt dit idee van geïnformeerd burgerschap, en beargumenteert dat het als norm onrealistisch is. Dit leidt tot het opperen van een alternatieve benadering, waarin de concepten ‘audience democracy’, ‘monitorial citizens’ en politieke sensitiviteit centraal staan.¹ De volgende onderdelen komen aan de orde: eerst het model van geïnformeerd burgerschap, daarna empirisch onderzoek en vervolgens de kritiek op de veronderstellingen van dit model. In de laatste paragraaf wordt de alternatieve benadering gepresenteerd.

Geïnformeerd burgerschap

Veel onderzoekers naar politieke betrokkenheid maken impliciet of expliciet gebruik van een model van geïnformeerd burgerschap. De belangrijkste aanname van dit model is dat de representatieve democratie goed functioneert als burgers goed geïnformeerd zijn over politiek. Als alle burgers beschikken over gedegen politieke kennis, leren ze hun belangen als individu en als groep begrijpen, ontwikkelen ze doordachte opinies en kunnen ze deze opinies door middel van politieke participatie naar voren brengen (Delli Carpini & Keeter, 1996):

... democracy functions best when its citizens are politically informed. Factual knowledge on such topics as the institutions and processes of government, current economic and social conditions, the major issues of the day, and the status of political leaders on those issues assists citizens in discerning their individual and group interests, in connecting their interests to broader notions of the public good, and in effectively expressing these views through political participation. In addition, the more equitably information is distributed among citizens, the more likely it is that the actions of government will reflect the public interest and, thus, that the public will be supportive of those actions. In short, a broadly and equitably informed citizenry helps assure a democracy that is both responsive and responsible (Delli Carpini & Keeter, 1996: 1).

Het ideaal van de geïnformeerde burger ontstond volgens Schudson (1998) in Amerika aan het einde van de negentiende eeuw. Tot die tijd brachten kiezers hun stem niet uit op basis van beleidsvoorkeuren, maar op basis van sociale motieven. Door te stemmen drukte de burger uit dat hij bij een bepaalde groep hoorde. Hervormers waren in deze periode van mening dat stemmen gebaseerd moest worden op informatie. Campagnes richtten zich steeds meer op de educatie van burgers over politieke standpunten en minder op emotie. Burgers zouden rationeel en onafhankelijk moeten worden en hun politieke partijen niet meer automatisch moeten steunen. Ze zouden op basis van beleidsvoorkeuren hun stem moeten uitbrengen. Dit standpunt over politiek is tot op de dag van vandaag bepalend voor hoe modelburgers met politiek horen om te gaan. In Amerika vormt deze geïnformeerde burger vanaf 1890 een centraal thema binnen discussies over burgerschap (Schudson, 2000):

From 1880 to 1910, the most basic understandings of American politics were challenged and reformed attacking the emotional enthusiasm of political participation, the corruption in campaign financing and campaign practices, and attacking broadside the parties for usurping the direct connection

between citizens and their government. Reformers invented the language by which we still measure our politics. These were our premature Habermasians (Schudson, 2000: 6)

In Europa is deze visie geformuleerd door Habermas (1989). Ook hij stelt dat burgers veel informatie nodig hebben om een rationele discussie te voeren over politieke kwesties. Deze discussies op zichzelf leveren ook weer nieuwe inzichten op, die de burgers in staat stellen rationele standpunten te ontwikkelen en deze te uiten. Kortom, door discussie leren burgers politiek te doorgronden.

Het model van geïnformeerd burgerschap stelt hoge eisen aan de hoeveelheid feitelijke politieke informatie die een burger tot zijn beschikking moet hebben. Delli Carpini en Keeter (1996) stellen dat de burger de overheid volledig moet kennen. Dat houdt ten eerste in dat de burger moet weten *wat de overheid is*. Burgers moeten de structuur van de regering en de overheid – zoals het partijensysteem, de vertegenwoordigende organen, de rol van de rechterlijke macht en de organisatie van het kabinet – kennen. Tevens moeten ze de waarden kennen waarop de overheid is gebaseerd, zoals burgerparticipatie, meerderheidsbeslissingen, de scheiding der machten en liberale vrijheden. Ten tweede moeten burgers weten *wat de overheid doet*: welke onderwerpen actueel zijn, welke geschiedenis hierachter ligt, welke feiten met deze thema's te maken hebben, welke alternatieve beleidsopties er zijn, welke standpunten de verschillende partijen innemen en welke gevolgen politieke beslissingen kunnen hebben. Ten derde moeten burgers weten *wie de overheid is*. Aangezien ze regelmatig vertegenwoordigers moeten kiezen, moeten burgers informatie hebben over individuele politici, zowel in hun rol als individu als in hun rol als partijlid. Ze moeten weten waar politici voor staan en welke politieke beslissingen ze in het verleden hebben genomen (Delli Carpini & Keeter, 1996). Burgers hebben in dit model niet alleen *brede* kennis nodig, maar ook *diepe* kennis: gedetailleerde informatie. Vis (1995) maakt hierbij onderscheid tussen feiten- en achtergrondkennis. Feitenkennis is kennis over actuele gebeurtenissen en personen uit het nieuws. Bij achtergrondkennis gaat het om gespecialiseerde kennis van politiek en politieke begrippen. Deze kennis stelt burgers in staat om zaken die ten grondslag liggen aan het politieke nieuws te interpreteren, zoals de procedures waarmee wetsvoorstellen worden behandeld of de ideologieën van politieke partijen (Vis, 1995: 94-6).

Politieke kennis leidt er in dit model toe dat burgers stabiele en consistente opinies ontwikkelen over uiteenlopende onderwerpen en hun belangen beter leren kennen. Ze laten zich minder gemakkelijk beïnvloeden door irrelevante, onjuiste of niet objectieve informatie. Dankzij politieke participatie kunnen ze hun opinies tevens beter naar voren brengen. Als burgers over voldoende kennis beschikken, dient hun politieke participatie ook daadwerke-

lijk hun belangen. Politieke kennis vergroot namelijk de kans dat de belangen van de burger onderdeel worden van het politieke proces en maakt de politiek democratischer. Als burgers daarentegen onvoldoende geïnformeerd zijn, bestaat de kans dat de politiek beslissingen neemt die het publieke belang niet of onvoldoende behartigen (Delli Carpini & Keeter, 1996). Door participatie krijgt het bestuur meer legitimiteit. Burgers hebben immers de kans invloed uit te oefenen op het beleid, controle uit te oefenen over politieke elites en zelf verantwoordelijkheid te nemen voor de maatschappij (Bennett & Resnick, 1990; Birch, 1993). In het model van geïnformeerd burgerschap halen burgers hun politieke kennis voornamelijk uit de nieuwsmedia. Deze hebben de taak burgers informatie te verstrekken waarmee ze rationele politieke beslissingen kunnen nemen, vooral in tijden van verkiezingen (e.g. Dahlgren, 1988; Hagen, 1994; Norris, 2000).

In veel onderzoek naar politieke betrokkenheid van jongeren wordt het model van de geïnformeerde burger op deze leeftijdsgroep toegepast. Dit is niet vanzelfsprekend, omdat jongeren onder de achttien jaar geen politieke rechten hebben en formeel dus nog geen burgers zijn. De literatuur noemt echter twee redenen om dit model toch ook op jongeren toe te passen. Ten eerste moeten 'de volwassenen van de toekomst' zich tijdens hun jeugd ontwikkelen tot geïnformeerde burgers. Omdat kennis niet op één dag te verwerven is, moeten ze deze al voor hun achttiende verjaardag opdoen (e.g. Gemmeke, 1995). Ten tweede maken jongeren deel uit van de samenleving en beslist de politiek over allerlei aspecten van hun leven, ondanks het feit dat ze niet over formele politieke rechten beschikken. Het is in een democratie principieel onwenselijk dat de politiek over burgers beslist, zonder dat ze daar invloed op kunnen uitoefenen (Birch, 1993; Lijphart, 1997). Het is in deze visie belangrijk dat jongeren goed geïnformeerd zijn, zodat ze over politiek kunnen meepraten.

Empirisch onderzoek

In empirisch onderzoek naar jongeren en politiek staat dikwijls de term politieke betrokkenheid centraal. Dit begrip heeft helaas een onspecifiek en algemeen karakter. In onderzoek naar politieke socialisatie wordt de betrokkenheid breed gedefinieerd in termen van cognities, emoties en gedrag. In de praktijk vallen alle oriëntaties op politiek gebied onder betrokkenheid (e.g. De Hart, 1990; Gemmeke, 1998; Wittebrood, 1995). Onderzoek hiernaar richt zich vooral op politieke kennis, interesse, vertrouwen en participatie. Deze indicatoren passen duidelijk in het model van geïnformeerd burgerschap: politieke kennis van jongeren leidt tot politieke participatie. Aspecten als interesse en vertrouwen vormen in dit kader belangrijke voorwaarden. Zonder interesse

ontbreekt het burgers aan motivatie om kennis op te doen. En zonder vertrouwen missen ze de motivatie actief te worden en de opgedane kennis te vertalen in participatie. Hieronder worden de resultaten uit onderzoek naar politieke betrokkenheid van jongeren besproken. Achtereenvolgens komen kennis, interesse, participatie en vertrouwen aan de orde.

Politieke kennis

Jongeren blijken over weinig politieke feitenkennis te beschikken (Nuus, 2002; Vis, 1995). Nederlandse jongeren verschillen in dit opzicht niet of nauwelijks van jongeren uit andere Westerse landen (e.g. Bennett & Rademacher, 1997; Delli Carpini & Keeter, 1996). Jongeren krijgen meer politieke kennis naarmate ze ouder worden. In 2002 weet een derde van de Nederlandse jongeren van vijftien en zestien jaar hoeveel leden de Tweede Kamer heeft, tegen de helft van de jongeren vanaf zeventien jaar. Minder dan een kwart van de jongeren van vijftien en zestien jaar weet welke partijen deel uitmaken van het kabinet, tegen ruim de helft van de jongeren vanaf zeventien jaar. De minister-president is bij de meeste jongeren bekend: 92% van de jongeren van zeventien jaar of ouder weet wie de minister-president is. Drie kwart van de jongeren van vijftien en zestien jaar bezit deze kennis. Minder bekend zijn de andere ministers uit het kabinet en de politieke partijen waar bewindspersonen toe behoren (Nuus, 2002). Kennis over politici, politieke onderwerpen, instituties en processen zijn onderling sterk gecorreleerd. Als burgers nauwelijks bekend zijn met een bepaald aspect van politiek, weten ze eveneens weinig over andere aspecten (Delli Carpini & Keeter, 1996). Op basis van het onderzoek van Nuus (2002) kan daarom worden verondersteld dat jongeren ook weinig kennis in huis hebben over andere aspecten van politiek. Ze zeggen overigens ook zelf dat ze weinig politieke kennis bezitten. Slechts twintig procent van de jongeren van zeventien jaar en ouder zegt veel te weten over politiek, regering, Tweede Kamer of politieke partijen (Nuus, 2002).

Dergelijk onderzoek geeft een eenduidig beeld van de politieke feitenkennis van jongeren. Toch betwijfelen verschillende onderzoekers of jongeren onwetend zijn over politiek. In onderzoek naar politieke feitenkennis moeten jongeren geïsoleerde politieke feiten opnoemen, wat niet hetzelfde is als het begrijpen van politiek (Buckingham, 2000). Onderzoek met focusgroepen laat zien dat burgers die over geen of weinig politieke feitenkennis beschikken, wel degelijk inhoudelijk over politiek kunnen spreken en politieke informatie kunnen interpreteren (Gamson, 1992; Graber, 2001b). Zo blijkt uit onderzoek onder veertienjarige scholieren dat deze leeftijdsgroep een goed beeld heeft van de democratie (Torney-Purta, Lehmann, Oswald, & Schulz, 2001).² Veel jongeren zijn in staat politieke informatie correct te interpreteren en hebben in de praktijk adequate kennis. In veel landen weten jongeren dat burgers hun poli-

tieke leiders vrij moeten kiezen en dat er vrijheid moet zijn om lid te worden van uiteenlopende organisaties. Ze vinden het goed voor de democratie als er vrijheid van meningsuiting is, dat rechters onafhankelijk zijn van politici en dat rijke burgers niet meer invloed op de regering hebben dan arme burgers. Jongeren weten minder goed of het belangrijk is dat er een scheiding is tussen kerk en staat en dat kranten zijn gevrijwaard van overheidscontrole. Veertienjarigen hebben een redelijk goed beeld van wat democratie inhoudt en welke factoren hier een positieve of negatieve invloed op uitoefenen. Alleen diepgaande politieke processen ontgaan hen, zoals de rol van de media (Torney-Purta et al., 2001). Nederlands onderzoek laat zien dat de helft van de jongeren tussen twaalf en zestien jaar een goed beeld heeft van de democratie. Ze stellen inspraak of meebeslissen centraal, gevolgd door de vrijheid van meningsuiting en stemrecht (Dijkman & Van der Linden, 1987).³

Politieke interesse

Bestaand onderzoek richt zich tevens op de politieke interesse van jongeren: de nieuwsgierigheid naar politieke zaken (Aarts & Thomassen, 2000). Nederlandse jongeren tonen weinig interesse voor politiek (Aarts & Thomassen, 2000; CBS, 1999, 2003; Nuus, 2002; Qrius, 2003; Ter Bogt & Van Praag, 1992; Van der Linden, 1990). Ook dit is niet uniek: in veel andere Westerse landen doet hetzelfde fenomeen zich voor (Bonfadelli, 1998; Harrison & Deicke, 2000; Schorb & Theunert, 2000; Torney-Purta et al., 2001). Het exacte percentage jongeren dat geen interesse heeft in politiek is moeilijk te bepalen, omdat de percentages per onderzoek uiteenlopen. Wel komt duidelijk uit al het onderzoek naar voren dat een meerderheid van de jongeren geen of weinig politieke interesse zegt te hebben. Zo heeft volgens Qrius (2005) 16% van de niet-stemgerechtigde jongeren en 39% van de stemgerechtigde jongeren interesse in politiek.⁴

Ook op dit punt bestaat er onder onderzoekers verschil van mening. Hoewel een minderheid van de jongeren interesse heeft in politiek op zich, heeft een meerderheid interesse in politieke onderwerpen (Harrison & Deicke, 2000; Wittebrood, 1992). Divers internationaal onderzoek laat zien dat jongeren breed geïnteresseerd zijn in politieke onderwerpen (e.g. Beekhoven & Van Wel, 1998; Bonfadelli, 1998; Edwards, 2001; Nuus, 2002). Beekhoven en Van Wel (1998) laten zien dat jongeren van vijftien jaar onderwerpen als racisme, oorlog, criminaliteit, AIDS, rampen en milieuvervuiling interessant vinden. Wittebrood (1992) stelt dat ze bovendien belangstelling tonen voor natuur, discriminatie en de Derde Wereld.

Politieke participatie

Politieke participatie bestaat uit alle activiteiten van burgers die zijn gericht op de beïnvloeding van overheidsbeleid (Van Putten, 1994). Als het gaat om stemmen, is die participatie bij Nederlandse jongeren lager dan bij volwassenen (Aarts, 2000; SCP, 1999). Dit geldt ook voor jongeren uit andere Westerse landen (Bennett & Rademacher, 1997; Russell, Fieldhouse, Purdam, & Kalra, 2002). Van de Nederlandse jongeren zegt 67% te gaan stemmen, terwijl 14% dit niet zegt te doen (Qrius, 2005). Ook deze cijfers verschillen per onderzoek, maar in alle gevallen zegt een ruime meerderheid van de stemgerechtigde jongeren te stemmen. Net als bij volwassenen, loopt de opkomstbereidheid onder jongeren bij de verschillende verkiezingen uiteen: hun opkomst is relatief hoog bij Tweede Kamerverkiezingen, terwijl hun animo bij verkiezingen voor de gemeenteraad, de Provinciale Staten en het Europees Parlement veel kleiner is (vergelijk: Aarts, 2000; Van der Linden, 1990).

Ook op het punt van politieke participatie bestaat er discussie over de betrokkenheid van jongeren. Verschillende onderzoekers beweren dat onconventionele participatie steeds belangrijker wordt (Bennett, 1998) en dat vooral jongeren hier enthousiasme voor kunnen opbrengen (e.g. Crozat, 1998). Het gaat hierbij om participatievormen zoals staken, handtekeningen verzamelen, demonstreren en deelnemen aan actiegroepen. Jongeren blijken bij sommige vormen van onconventionele participatie actiever te zijn dan volwassenen (Andolina, Jenkins, Zukin, & Keeter, 2003), al lijken ze er tegelijkertijd weinig ervaring mee te hebben (Ter Bogt & Van Praag, 1992; Van der Linden, 1990). 11% van de Nederlandse jongeren tussen twaalf en achttien jaar deed de afgelopen drie jaar mee aan een ludieke actie, 7% demonstreerde en 5% was lid van een actiegroep (Zeijl, 2003). Jongeren zijn positief over dergelijke mogelijkheden: slechts een kleine groep is uitgesproken tegen deze actiemiddelen en jongeren die hier geen ervaring mee hebben, sluiten niet uit dat ze op latere leeftijd aan deze activiteiten gaan meedoen (Ter Bogt & Van Praag, 1992; Van der Linden, 1990). Steun voor illegale of gewelddadige activiteiten, zoals graffiti en bezettingen, is er nauwelijks (Torney-Purta et al., 2001; Watts, 1999). De jongeren prefereren individuele, niet-geïstitutionaliseerde en relatief passieve activiteiten, zoals boycotacties, het doneren van geld en het tekenen van petitities (Harrison & Deicke, 2000; Vromen, 2003).

Politiek vertrouwen

Bestaand onderzoek richt zich ten slotte op uiteenlopende houdingen die met elkaar gemeen hebben dat ze een negatieve evaluatie bevatten over het functioneren van de politiek en de invloed die de burger op de politiek kan uitoefenen. Voor dit fenomeen bestaan verschillende benamingen, die vaak inconsequent worden gebruikt en slecht van elkaar te onderscheiden zijn,

zoals: politiek cynisme, wantrouwen, scepticisme en ontevredenheid (Dekker, Schyns, & Nuus, 2003). De resultaten over het (gebrek aan) vertrouwen van jongeren in de politiek zijn niet eenduidig.

Cynisme lijkt een belangrijk concept om te beschrijven hoe jongeren politiek beleven. Veel burgers wijzen op hun gebrek aan controle over politiek; ze beschrijven politieke onderwerpen in termen van machteloosheid. Zelfs relatief betrokken burgers zeggen dat politiek een groot en onbegrijpelijk spel is (Crigler & Jensen, 1991; Neuman, Just, & Crigler, 1992; Wahl-Jorgensen, 2001). Ook jongeren vinden dat ze geen invloed hebben, omdat politici hen nauwelijks consulteren of niet serieus nemen. Ze denken dat politici hun stem niet horen en hun ideeën niet waarderen (Edwards, 2001; O'Toole, Marsh et al., 2003). Britse jongeren hebben over het algemeen een negatief beeld van politici. Ze zouden meer direct contact met hen willen, maar vinden dat politici het voortouw moeten nemen. De jongeren denken zelfs dat politici expres moeilijke taal gebruiken, zodat ze niet te volgen zijn en geen vragen hoeven te beantwoorden. Ook begrijpen ze volgens de jongeren niet waar de jeugd mee bezig is. Politici zouden alleen tijdens verkiezingen in jongeren geïnteresseerd zijn (CYPU, 2002). Britse jongeren vinden verder dat politici niet effectief werken, incompetent zijn, geen band hebben met de gemeenschap, uit zijn op eigenbelang, zich niet aan hun beloften houden, corrupt en niet representatief zijn (Harrison & Deicke, 2000; Molloy et al., 2002). Deze jongeren vinden politiek saai, omdat het niet tot sociale veranderingen leidt. Volgens hen heeft het daarom geen zin politiek te willen begrijpen (Bhavnani, 1991). Ander onderzoek laat echter een positievere tendens zien. Zo hebben Nederlandse jongeren meer politiek zelfvertrouwen dan oudere leeftijdsgroepen (Aarts & Thomassen, 2000) en denkt de helft van de jongeren tussen 12 en 21 jaar politieke besluiten te kunnen beïnvloeden (Van der Linden, 1990). Jongeren zouden in vergelijking met volwassenen enthousiast zijn over de effectiviteit van politiek. Hun kennismaking met politiek gaat gepaard met hoge verwachtingen, maar deze nemen als gevolg van hun ervaringen af. Dit leidt ertoe dat ze op den duur een minder positief beeld van politiek vormen (CBS, 1996).

Verschillen tussen jongeren

Politieke kennis, interesse en participatie nemen toe naarmate jongeren ouder worden (Nuus, 2002; Qrius, 2003; Ter Bogt & Van Praag, 1992). Jongeren met een hoge opleiding hebben net als hoger opgeleide volwassenen meer politieke interesse en kennis dan lager opgeleiden, en zij participeren meer (e.g. Beker & Merens, 1994; Delli Carpini & Keeter, 1996; Emler & Frazer, 1999; Vis, 1995). Jongens hebben tevens meer politieke kennis en interesse dan meisjes en gaan vaker stemmen (e.g. Furnham & Stacey, 1991; Gemmeke, 1998; Kox, 1987; Nuus, 2002; Vis, 1995). Ook politieke kenmerken spelen een belangrijke rol.

Onderzoek laat zien dat politieke interesse, kennis, vertrouwen en participatie sterk met elkaar samenhangen. Burgers die op één indicator hoog scoren, scoren ook hoog op andere indicatoren (e.g. Aarts, 2000; Delli Carpini & Keeter, 1996; Furnham & Stacey, 1991; Galston, 2001; Norris, 1999; Vis, 1995). Jongeren die hoog scoren op deze indicatoren zijn vaak ouder, hoog opgeleid en man. Lager opgeleiden, vrouwen en jongeren voldoen het minst aan het model van geïnformeerd burgerschap.

Kortom, onderzoek over jongeren en politieke betrokkenheid laat veel tegenstrijdige resultaten zien. Jongeren hebben weinig politieke feitenkennis, maar lijken politiek wel degelijk te kunnen doorgronden. Ze hebben weinig interesse in institutionele politiek, maar interesseren zich wel voor politieke onderwerpen. Ze stemmen minder vaak dan volwassenen, maar participeren relatief vaak op onconventionele manieren. Daarnaast is het onduidelijk in hoeverre ze meer of minder vertrouwen hebben in de politiek dan volwassenen. De betreffende onderzoeken trekken ondanks alle tegenstrijdigheden en onderlinge verschillen regelmatig de conclusie dat jongeren ongeïnformeerd zijn. Door hun gebrek aan kennis en inzicht zijn ze onvoldoende op de hoogte van hun belangen, waardoor hun politieke participatie slechts in beperkte mate die belangen uitdrukt. Ook past het gebrek aan politiek vertrouwen slecht bij het ideaal van geïnformeerd burgerschap. Als groep krijgen jongeren dus het stempel 'ongeïnformeerde burgers'.

Kritiek

Hoewel het model van geïnformeerd burgerschap heden ten dage een belangrijke rol speelt in discussies over burgerschap, wijst Schudson (1998) erop dat de eisen die aan modelburgers worden gesteld, door de tijd zijn veranderd en dus niet vanzelfsprekend zijn. Dit geldt ook voor het idee over de geïnformeerde burger, dat zoals vermeld pas aan het einde van de negentiende eeuw ontstond. Als journalisten of wetenschappers spreken over afnemende politieke kennis of geringe politieke interesse is dit onjuist, volgens Schudson. Deze uitspraken impliceren dat de burgers ooit wél geïnformeerd en geïnteresseerd waren. In werkelijkheid heeft deze periode nooit bestaan: er bestonden vóór de twintigste eeuw andere idealen op het gebied van burgerschap. Politieke betrokkenheid is dus niet afgenomen of verdwenen, maar veranderd (Schudson, 1998). Maatschappelijke en politieke ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat het model van geïnformeerd burgerschap theoretisch en empirisch onhoudbaar is geworden. Het model is namelijk om drie redenen onrealistisch: de politieke informatie van tegenwoordig is te omvangrijk, te irrelevant en te eenzijdig. De onderstaande paragrafen lichten deze aspecten nader toe.

Te veel politieke informatie

Een eerste kritiekpunt op het model van geïnformeerd burgerschap is, zoals gezegd, de hoeveelheid politieke kennis die bij de burger wordt verondersteld. De burger moet zich informeren over vrijwel alle aspecten van politiek. Deze veronderstelling stamt uit een tijd dat er weinig nieuws was en de burger gemakkelijk aan deze eis kon voldoen. Omdat het volume beperkt was, konden alle burgers zich over alle aspecten van politiek informeren (Zaller, 2003). Dit is de laatste decennia veranderd: er is meer politieke informatie dan ooit tevoren. Er kwamen de laatste decennia in Den Haag meer en langere vergaderingen, meer parlementaire onderzoeken, meer parlementaire enquêtes, meer schriftelijke vragen, meer moties, meer voorlichters en meer nota's (Wijffjes, 2002). Daarnaast is het beleid inhoudelijk ingewikkelder geworden en onttrekt het zich daarmee steeds meer aan het zicht van de burger (Manin, 1997). Deze trends hebben tot gevolg dat het model van de geïnformeerde burger in de praktijk zwaardere eisen is gaan stellen aan burgers en nieuwsmedia. Beide partijen moeten zich meer inspannen dan vroeger: de burger om zich volledig te informeren, de nieuwsmedia om meer en ingewikkeldere informatie te verstrekken.

De eisen van het model zijn daarmee onrealistisch geworden. De geïnformeerde burger moet over een hoeveelheid politieke kennis beschikken die fysiek onhaalbaar is. Het menselijk brein is een goed instrument om informatie op te nemen, te onthouden en te ordenen, maar heeft ook psychologische grenzen. Sociale wetenschappers houden hier onvoldoende rekening mee (Graber, 2004). Geïnformeerd burgerschap is niet reëel, omdat een goed geïnformeerde burger aan 'information overload' kan bezwijken (Norris, 2000). Daarnaast hebben burgers in hun dagelijkse leven meer bezigheden dan het volgen van politiek. Ze zijn te druk met hun werk en sociale contacten om zich als geïnformeerde burgers te gedragen en het politieke nieuws nauwgezet te volgen (Schudson, 1998; Tonn & Petrich, 1998). Anders gezegd, het model vraagt door de toegenomen hoeveelheid politieke informatie steeds meer tijd van burgers, terwijl ze juist steeds minder tijd hebben.

Ook de nieuwsmedia kunnen nauwelijks voldoen aan de eisen uit het model. In het model van geïnformeerd burgerschap worden ze voorgesteld als een doorgeefluik van politieke informatie, waarmee de burger zich gedetailleerd over politiek kan informeren. Maar nieuwsmedia functioneren in de praktijk niet op deze manier. Onderzoekers negeren de omgeving waarbinnen media opereren (Patterson, 2003) en het feit dat de politieke berichtgeving per definitie onvolledig is. Ten eerste moeten journalisten immers *selecteren* welke berichten ze verspreiden, omdat nu eenmaal niet al het nieuws in de krant of binnen de zendtijd past. Deze rol wordt steeds belangrijker, omdat het nieuwsaanbod door nieuwe technologieën steeds meer toeneemt (Graber, 2004). Ten

tweede is niet alle informatie toegankelijk: de nieuwsmedia zijn afhankelijk van de informatie die ze krijgen en hebben te weinig macht om overheidsinformatie op te eisen (Graber, 2003). Deze onvolledige berichtgeving vormt een onoplosbaar probleem, dat onwenselijk is vanuit het model van de geïnformeerde burger.

Irrelevante politieke informatie

Een tweede kritiekpunt op het model van geïnformeerd burgerschap is dat veel politieke informatie niet relevant genoeg is voor de burger. Dit geldt in het bijzonder voor jongeren: politiek staat ver van hun dagelijks leven af en heeft vaak een beperkte relevantie (CYPU, 2002; De Hart & Jansen, 1991; Vromen, 2003). In het model van geïnformeerd burgerschap moeten burgers en jongeren beschikken over politieke kennis die vanuit hun perspectief niet zinvol, praktisch irrelevant en onbruikbaar is. De geïnformeerde burger zou bijvoorbeeld moeten weten wat de hoofdstad is van IJsland, wie aan het hoofd staat van de Verenigde Naties en wie de burgemeester is van Rotterdam. Tevens zou een geïnformeerde burger in principe alle beleidsvoorstellen van de regering moeten kennen. De prijs om op die manier geïnformeerd te zijn, is voor individuele burgers hoog, terwijl de opbrengst van deze kennis laag is (Norris, 2000; Street, 2001). Jongeren kunnen dergelijke informatie slechts in zeer beperkte mate gebruiken om politieke beslissingen te nemen. Ze betalen geen belasting en komen met veel vormen van overheidsbeleid niet in aanraking. Daarom beweren ze zelf ook dat politiek vooral van belang is voor volwassenen (Buckingham, 2000).

Het is voor burgers in het algemeen en voor jongeren in het bijzonder irrelevant om *alles* over politiek te weten. Ze selecteren daarom de politieke informatie die ze wel tot zich willen nemen. Op basis van bewuste en onbewuste criteria volgen zij bepaalde onderwerpen en laten andere links liggen (Graber, 2004). Burgers interesseren zich voornamelijk voor onderwerpen die dichtbij hun dagelijks leven staan en die daar directe gevolgen voor kunnen hebben. Het verschilt daarom per persoon en situatie in hoeverre een politiek onderwerp voor iemand relevant is (cf. Gamson, 1992). Politieke partijen concentreren zich hierom steeds meer op enkele onderwerpen waarvan ze verwachten dat deze de kiezer aanspreken. Ze richten zich bijvoorbeeld op specifieke segmenten van de kiezersmarkt en positioneren zich op een bepaalde manier ten opzichte van hun concurrenten (Newman & Perloff, 2004). Zo brengen partijen met enquêtes en focusgroepen de voorkeuren van het electoraat in kaart. Ze proberen te achterhalen hoe de burger op specifieke beleidsvoorstellen reageert en kiezen op basis hiervan welke onderwerpen ze communiceren (De Beus, 2001; Van Praag, 2000).

Norris stelt dan ook dat burgers niet zozeer volledig geïnformeerd moeten zijn, maar praktische kennis nodig hebben. Burgers moeten kunnen inschatten welke voor- en nadelen zijn verbonden aan hun eigen politieke beslissingen (Norris, 2000). Schudson vergelijkt politiek met het bereiden van voedsel. Als iemand een maaltijd bereidt, vertrouwt hij op boeren, voedselproducenten en winkels. Het is in dit geval niet noodzakelijk alle stappen in de voedselproductie te doorgronden. Dit geldt ook voor politiek: burgers hoeven geen inzicht te hebben in alle onderdelen van het politieke proces (Schudson, 1998).

Eenzijdige politieke informatie

Een derde kritiekpunt op het model van de geïnformeerde burger is dat het model een eenzijdige invulling geeft aan begrippen als politieke informatie en politieke kennis. Alleen rationele en politiek inhoudelijke informatie over feiten en politieke standpunten tellen mee (cf. Van Zoonen, 2005). Het model schrijft voor dat alleen dit type informatie een rol speelt bij de politieke beslissingen van burgers. In Nederland werd de partijkeuze van burgers tijdens de verzuiling echter vooral gemotiveerd door vertrouwen in een partij en niet door een inhoudelijke voorkeur voor specifiek beleid (Lijphart, 1992). Ook nu, na de ontzuiling, nemen burgers hun politieke beslissingen niet alleen op basis van politieke inhoud. Inhoudelijke overwegingen spelen weliswaar een belangrijke rol (Van Holsteyn, 2000), maar die rol wordt kleiner. Door de toenemende ontideologisering nemen de inhoudelijke verschillen tussen partijen af. Zij verschillen onderling steeds meer op basis van zaken als presentatie en imago (De Beus, 2001; Manin, 1997). Op deze manier spelen amusement, emoties, charisma en persoonlijkheid steeds vaker mee bij het maken van politieke keuzes. Het model van geïnformeerd burgerschap houdt hier echter geen rekening mee.

Sterker nog, in het model van geïnformeerd burgerschap wordt amusement als bron van politieke informatie bijvoorbeeld negatief beoordeeld. Postman (1985) stelt dat televisie politiek als entertainment presenteert en zich niet meer bezighoudt met de onderwerpen die volgens hem echt belangrijk zijn. Hart (1999) stelt dat de televisie de burger alleen een illusie van politieke informatie verschaft. In deze visie verdwijnt politiek debat en politieke informatie naar de achtergrond, omdat nieuwsmedia zich vooral richten op entertainment en sensatie. Deze auteurs veronderstellen dat dit onder burgers leidt tot politiek cynisme. Norris (2000) noemt dit de medialaise-hypothese. Nieuwsmedia bieden de verkeerde informatie aan en kunnen burgers zo onvoldoende informeren over politiek. Entertainment zou burgers niet kunnen aanzetten tot discussie en participatie (Van Zoonen, 2004). Op dezelfde manier spelen in het model van geïnformeerd burgerschap de persoon en de persoonlijkheid van politici geen rol. Politieke inhoud en standpunten komen in de media echter

wel degelijk aan de orde aan de hand van persoonlijke verhalen van politici (e.g. Van Zoonen, 2005). Dit leidt volgens auteurs als Postman en Hart tot verkeerd geïnformeerde burgers: ze komen veel te weten over de persoonlijkheid van politici maar niets over het beleid dat deze voorstaan. Wat burgers wel van amusement kunnen opsteken, of wat ze over het persoonlijk leven van politici te weten komen, wordt op voorhand gezien als irrelevant of schadelijk.

Politieke sensitiviteit in de publieksdemocratie

In de vorige paragrafen werd duidelijk dat het model van geïnformeerd burgerschap als norm onhoudbaar is. Jongeren voldoen empirisch niet aan de eisen van dit model. Het model is tevens tijdsgebonden: maatschappelijke en politieke ontwikkelingen leiden ertoe dat burgers zich niet meer als geïnformeerde burgers kunnen gedragen. De politieke informatie is te overdadig, te irrelevant en bovendien te eenzijdig gedefinieerd. Om de manier waarop jongeren in de hedendaagse maatschappelijke context betekenis geven aan politiek te onderzoeken, is het dan ook noodzakelijk het ideaal van geïnformeerd burgerschap los te laten. Er wordt in dit onderzoek daarom een alternatieve benadering gebruikt, gebaseerd op de 'audience democracy' van Manin (1997) en de 'monitorial citizen' van Schudson (1998). Deze benadering biedt de ruimte om de betekenisgeving van jongeren aan politiek en gepopulariseerde vormen van politiek te bestuderen. Dit is geen normatief model dat specifieke eisen aan jongeren stelt. De overweldigende hoeveelheid empirisch onderzoek laat zien dat veel jongeren toch niet aan dergelijke eisen voldoen. Het is zinvoller te onderzoeken hoe ze zelf betekenis geven aan politiek en dit eventueel achteraf te beoordelen op democratische tekortkomingen, in plaats van ze vooraf in een normatief kader te plaatsen, dat stuurt wat jongeren van politiek moeten weten en vinden en wat ze aan politiek moeten doen.

Publieksdemocratie

De hier gepresenteerde benadering gaat ervan uit dat Nederland zich ontwikkelt in de richting van een publieksdemocratie. De Franse politicoloog Manin (1997) introduceert in zijn boek *The principles of representative government* de term 'audience democracy'. Manin stelt dat politieke representatie door de tijd is veranderd. In de laatste decennia van de twintigste eeuw was er sprake van een zogenaamde partijdemocratie. Deze is volgens hem veranderd in een 'audience democracy'. Het belangrijkste kenmerk van deze nieuwe vorm van democratie is dat de meeste burgers alleen via de media met politiek in aanraking komen. Burgers zijn nauwelijks politiek actief; dat laten ze vooral aan professionals over. Ze informeren zich via de televisie en brengen op basis van deze informatie bij verkiezingen hun stem uit. Stemmen is voor burgers de

belangrijkste politieke activiteit (Manin, 1997). In Nederland is de term ‘audience democracy’ door De Beus (2001) vertaald als ‘toeschouwersdemocratie’. Hij stelt dat Nederland structureel de kenmerken van zo’n toeschouwersdemocratie vertoont: burgers lijken steeds meer op toeschouwers in een schouwburg, die kijken naar een voorstelling over politiek. Volgens De Beus praten burgers met elkaar over deze voorstelling en laten ze aan de politici op het toneel weten hoe ze over hen denken. Dit doen ze door te applaudiseren, ‘boe’ te roepen en bij verkiezingen nieuwe kaartjes te kopen (De Beus, 2001).

In dit onderzoek wordt ‘audience democracy’ echter vertaald als publieksdemocratie. Een nadeel van de term toeschouwersdemocratie is dat deze ten onrechte suggereert dat de burger passief is en de politiek alleen aanschouwt. Op deze manier krijgt de term een negatieve lading, terwijl ‘audience democracy’ door Manin (1997) niet evaluatief maar beschrijvend is bedoeld. Bovendien is het beeld dat burgers in een ‘audience democracy’ alleen passief zijn onjuist. Ook in dit type democratie kunnen burgers op bepaalde momenten actief bezig zijn met politiek: ze zijn alleen niet *doorlopend* actief. De term ‘audience democracy’ kan daarom beter worden vertaald als publieksdemocratie. Deze vertaling legt de nadruk op de nieuwe verhouding tussen politiek en burger, namelijk dat de burger vooral een publieksrol vervult. Daarmee vertonen burgers twee belangrijke gelijkenissen met mediapublieken. Ten eerste laat onderzoek zien dat het mediapubliek niet bestaat uit passieve toeschouwers, omdat het actief betekenis geeft aan de media. In de publieksdemocratie geldt dit ook voor de burgers: als publiek geven ze actief betekenis aan politiek. Ten tweede wijst de term publieksdemocratie op verschillende publieksgroepen. Net als het onderlinge diverse mediapubliek kunnen ook burgers en jongeren niet als een homogene massa worden opgevat. Onder jongeren onderscheiden we twee groepen:

- *Politiek actieve jongeren* voeren politieke activiteiten uit binnen politieke organisaties. Ze zijn bijvoorbeeld lid van een politieke jongerenorganisatie of nemen deel aan een gemeentelijke jongerenraad. Deze groep is niet alleen onderdeel van het publiek, maar participeert ook actief in de politiek.
- *Politiek inactieve jongeren* zijn niet actief in politieke organisaties. Deze publieksgroep is in omvang het grootst en voldoet volledig aan Manins beschrijving van burgers in de publieksdemocratie. Ze komen vooral via de media met politiek in contact en zijn behalve het stemmen nauwelijks politiek actief (Manin, 1997). Deze groep is onderling divers, maar kan door een gebrek aan onderzoek nauwelijks in subgroepen worden opgesplitst.⁵

De publieksdemocratie is volgens Manin een vervolg op de partijendemocratie van weleer, waarin politieke partijen een belangrijke rol speelden. Partijen hadden een massaal karakter en vormden de belangrijkste plaats voor politiek

debat: discussie vond vooral binnen partijen plaats. Politieke partijen waren gericht op programmaontwikkeling. Politici sloten binnen de partij compromissen over de partijkoers en deze stond vervolgens vast. Het was zeer ongebruikelijk dat een politieke partij van standpunt veranderde. In de publieksdemocratie zijn politieke partijen deze overheersende rol in de politiek kwijtgeraakt, omdat kiezers vooral stemmen op personen en niet op partijen. De partijen hebben veel leden verloren en daarmee ook hun massale karakter. Ze hebben volgens Manin geen sociale worteling meer, geen vaste achterban en weinig actieve leden. Niet langer verzekerd van aanhang, moeten partijen zich meer dan ooit inspannen om kiezers te trekken. Ze zijn volgens Manin ook niet meer gericht op programmaontwikkeling, maar een middel geworden waarmee politieke leiders kiezers kunnen trekken. Een leider beschikt door zijn partij over een klein apparaat aan experts op het gebied van media, verkiezingen, financiën en rekrutering (Manin, 1997). Leden spelen in deze partijen geen grote rol en zijn donateurs geworden: ze hebben geen beslissende invloed op de strategie van de partij en betalen alleen contributie (De Beus, 2001; Vermaas, 2001).⁶

In een dergelijke publieksdemocratie is het een moeilijke opgave voor politieke partijen om zich van elkaar te onderscheiden. Door de toenemende ontideologisering verschillen de partijen inhoudelijk namelijk weinig van elkaar. De verschillen liggen vooral in imago en presentatie (De Beus, 2001; Manin, 1997). De toegenomen hoeveelheid beleid heeft tot gevolg dat partijen hun standpunten moeilijk kunnen communiceren. Dit komt niet alleen door de beperkte informatie die media kunnen verspreiden en die burgers kunnen opnemen. Er doemen tussen verkiezingen steeds vaker onderwerpen op waar een partij tijdens de verkiezingen nog geen standpunt over had. Volgens Manin moeten partijen hierdoor beslissingen nemen waarover ze niet eerder met de kiezer hebben gecommuniceerd. Ze moeten hun beleid dan ook doorlopend uitleggen. De kiezer schenkt een partij voortaan vooraf vertrouwen en rekent de partij achteraf af op zijn prestaties. In de publieksdemocratie spreken kiezers volgens Manin hun voorkeuren niet meer uit zichzelf uit: ze reageren op datgene wat politici hen aanbieden. Politici profileren zich op specifieke onderwerpen en kijken of deze de kiezer aanspreken. Zo niet, dan schakelt de politicus over op een ander thema, in de hoop dat dit meer kiezers trekt (Manin, 1997).

In de publieksdemocratie zijn de meeste burgers nauwelijks politiek actief. Ze komen vooral via de media met politiek in contact (Manin, 1997). Het publieke debat wordt steeds meer onderhevig aan een zogenaamde media-logica: de mogelijkheden van de media en in het bijzonder van de televisie begrenzen het debat (RMO, 2003). Het geringe aantal leden maakt partijen afhankelijker van de media; ze zijn immers niet in staat duizenden leden te mobiliseren om campagne te voeren, posters te plakken en folders te versprei-

den. Deze traditionele manieren om met de kiezer te communiceren, boeten aan belang in. Vrije publiciteit speelt voortaan een essentiële rol, omdat partijen over beperkte financiële middelen beschikken (Van Praag, 2000). Deze ontwikkelingen leiden ertoe dat popularisering van politiek in de publieksdemocratie belangrijker is geworden dan voorheen. Populaire media vormen voor hen een extra kanaal om met kiezers te communiceren en hun imago en presentatie te versterken – de twee aspecten die zo belangrijk zijn voor de profilering van hun partij én van hun persoon. De nadruk ligt steeds vaker op individuele politici in plaats van op partijen, en dit werkt popularisering weer verder in de hand (Van Zoonen, 2005). In dit model kan gepopulariseerde politiek dus een rol spelen bij de communicatie tussen politici en kiezers, anders dan in het model van de geïnformeerde burger.

Het concept publieksdemocratie levert een adequate beschrijving van de richting waarin de Nederlandse politiek zich ontwikkelt (De Beus, 2001). De bezwaren tegen het model van geïnformeerd burgerschap gaan in de publieksdemocratie niet op. Hoewel er veel informatie over politiek is, is het in de publieksdemocratie niet zinvol voor de burger zich hier tot in detail in te verdiepen. Deze richt zich daarentegen op specifieke politieke thema's die hij of zij relevant vindt, of op het imago en presentatie van individuele politici. Terwijl dit laatste in het model van de geïnformeerde burger ongewenst wordt gevonden, kunnen dit in de publieksdemocratie belangrijke overwegingen zijn om voor bepaalde politici te kiezen. Het type burger dat bij zo'n publieksdemocratie past is door Schudson (1998) een 'monitorial citizen' genoemd.

'Monitorial citizenship'

Schudson suggereert dat burgers zich ontwikkelen tot 'monitorial citizens'. Deze burgers zijn niet zozeer politiek actief of geïnformeerd, maar vooral oplettend. Ze zijn niet pro-actief op politiek gebied en nemen geen initiatieven: ze zijn defensief en wachten af wat er met hun belangen gebeurt. Ze scannen de omgeving, zodat ze worden gealarmeerd als er iets aan de hand is (Schudson, 1998). Deze burgers zouden constant de neiging hebben hun omgeving te monitoren op ontwikkelingen en gebeurtenissen. Die monitor is niet in het bijzonder gericht op politiek, maar op alle domeinen van het leven: werk, gezin, vrienden, school, et cetera. Dit is lang niet altijd een bewust proces, maar een intuïtieve neiging die pas opvalt als burgers op een bepaald terrein worden gealarmeerd, bijvoorbeeld omdat ze zich bedreigd voelen of omdat ze meer informatie over een bepaald onderwerp willen krijgen. Schudson (1998) komt met het voorbeeld van ouders bij een zwembad. Hun kind speelt in het water en kan in gevaar komen. Er is meestal geen gevaar: het kind speelt in het ondiepe deel. Ouders hoeven niet op het hele zwembad te letten: ze moeten alleen hun kind in het oog houden. Deze activiteit kost niet veel tijd

of moeite, maar is wel steeds in hun achterhoofd aanwezig. Op het moment dat ze 'scannend' merken dat hun kind in gevaar is, bijvoorbeeld als hij of zij in het diepe deel van het zwembad terecht komt, moeten ze actie ondernemen (Schudson, 1998). Voor deze 'monitorial citizens' vereisen vooral negatieve zaken actie. Aan positieve gebeurtenissen of trends waar ze zich in kunnen vinden, hoeven ze geen aandacht te besteden: ze kunnen hun tijd beter benutten. Pas als hun belangen worden bedreigd, ondernemen ze actie om deze bedreiging te keren.

Het concept 'monitorial citizen' van Schudson is met enig enthousiasme ontvangen als een realistisch alternatief voor geïnformeerd burgerschap. Bijvoorbeeld door Graber, die uitgaande van dit type burger beweert dat de media voldoende informatie verstrekken om burgers hun belangen te laten behartigen en in actie te komen als deze belangen worden bedreigd (Graber, 2003, 2004). De voorstanders van geïnformeerd burgerschap verwijten het medium televisie dat het alleen oninformatieve headlines brengt. Voor de 'monitorial citizen' biedt de televisie echter voldoende informatie (Schudson, 1998). Zaller (2003) formuleert naar aanleiding van dit concept een nieuwe norm waar nieuwsmedia aan moeten voldoen. Het nieuws moet niet alle mogelijke informatie zo goed en nauwgezet mogelijk weergeven, maar moet zich richten op zaken die de burger kunnen alarmeren. Het nieuws moet informatie verspreiden over acute problemen waar burgers en jongeren vanaf moeten weten. Onderwerpen die geen acuut probleem of gevaar opleveren voor burgers kunnen genegeerd worden. Het nieuws werkt zo als een brandalarm: bij urgente gevallen moeten burgers gealarmeerd worden, in de rest van de gevallen kunnen ze zich wijden aan andere zaken. Journalisten hebben als taak problemen uit te kiezen die belangrijk zijn en de aandacht van de burger verdienen. Ze hebben daarmee de verantwoordelijkheid burgers niet ten onrechte te alarmeren (Zaller, 2003).

'Monitorial citizenship' past bij de ontwikkeling van Nederland in de richting van een publieksdemocratie. In dit type democratie bestaan verschillende publieksgroepen: politiek actieve en politiek inactieve jongeren. Deze jongeren worden in het vervolg actieve en inactieve jongeren genoemd. Vooral voor inactieve jongeren zou 'monitorial citizenship' een realistische beschrijving kunnen zijn. Deze jongeren kunnen hun omgeving scannen op gebeurtenissen, voorvallen en bedreigingen. Dit zou een constante maar grotendeels onbewuste, secundaire bezigheid zijn, die hen vrijwel geen tijd of moeite kost en hen niet afleidt van hun dagelijkse bezigheden. In sommige situaties merken ze een ontwikkeling op die hen alarmeert: een nieuw lessysteem op school, gasboringen in de Waddenzee, maatregelen tegen terrorisme of het bebouwen van een hangplek in de buurt. Actieve jongeren beschikken over veel informa-

tie en zien daarom vermoedelijk veel meer onderwerpen die actie vereisen dan inactieve jongeren.

Politieke sensitiviteit

Om een 'monitorial citizen' te zijn, is het nodig over het vermogen te beschikken de omgeving af te speuren op eventuele bedreigingen. Dit vermogen noemen we politieke sensitiviteit. Uitgaande van dit principe, zijn er drie vragen van belang. In de eerste plaats is er de vraag hoe jongeren in aanraking komen met signalen uit de politiek: waar, wanneer en hoe merken ze eventuele bedreigingen op? Ten tweede bestaat de vraag hoe jongeren over politiek oordelen. De derde vraag is of en hoe dergelijke signalen worden omgezet in een politieke handeling. Deze vragen worden hieronder kort uitgewerkt.

De eerste vraag is hoe jongeren in aanraking komen met signalen uit de politiek. Signalen worden gedefinieerd als alle informatie die jongeren direct of indirect over politiek ontvangen. Het kan daarbij zowel gaan om informatie over politiek op zich als om informatie over politieke thema's. In dit kader is het belangrijk dat jongeren niet alleen in aanraking komen met een politiek signaal, maar ook dat ze begrijpen dat dit signaal een politiek karakter heeft en verbonden is met institutionele politiek. Jongeren kunnen in hun dagelijks leven op diverse manieren politieke signalen opdoen: op school, via hun ouders, via leeftijdsgenoten of via de media. De individuele interesses van jongeren spelen hierbij vermoedelijk een belangrijke rol. Ze verschillen onderling, zowel in hun politieke interesse als hun interesses in specifieke thema's. Dit heeft invloed op hoe vaak ze met politieke signalen in aanraking komen en welke signalen dit zijn. De vraag is niet alleen waar ze deze informatie vandaan halen, maar ook hoe dat gebeurt. Jongeren kunnen bepaalde bedreigingen in een vroeg stadium, laat of helemaal niet opmerken. Aangezien jongeren zich niet actief informeren over politiek, maar alleen bepaalde kwesties oppikken, is het mogelijk dat ze sommige ontwikkelingen niet opmerken. In relatie tot popularisering is het vervolgens de vraag hoe gepopulariseerde politiek jongeren met politieke signalen in aanraking brengt en welke signalen dit dan zijn.

De tweede vraag is welke oordelen jongeren over politiek hebben. Dit is een essentiële vraag, omdat deze oordelen bepalend kunnen zijn voor hun politieke discussies en handelingen. Als ze de indruk hebben dat politici niet te vertrouwen zijn of niet naar hen luisteren, heeft dit gevolgen voor wat ze met signalen doen. Hierbij speelt ook de politieke kennis van jongeren een rol. Om signalen in discussie of activiteiten om te zetten, is enig inzicht nodig in wat politiek is, wat politiek doet en hoe burgers in een democratie de politiek kunnen beïnvloeden. Hoewel veel onderzoek suggereert dat jongeren weinig politieke feitenkennis hebben, blijkt uit ander onderzoek dat ze wel degelijk begrijpen hoe politiek in elkaar steekt (Dijkman & Van der Linden, 1987;

Torney-Purta et al., 2001) en dat ongeïnformeerde burgers politieke informatie kunnen interpreteren (Gamson, 1992; Graber, 2001b). Ze zouden dus wel degelijk tot gefundeerde oordelen kunnen komen. De vraag is daarom welke oordelen jongeren over politiek en gepopulariseerde politiek hebben.

De derde vraag is hoe jongeren zich inzetten voor hun politieke standpunten: wat doen ze met politieke signalen? Hierbij gaat het om hun overwegingen om bij verkiezingen op een bepaalde partij of politicus te stemmen. Manin (1997) suggereert dat burgers politici vooral afrekenen op hun daden in het verleden en minder op wat ze voor de toekomst zeggen te gaan doen. Jongeren kunnen zich in hun stemgedrag tevens laten leiden door het imago en de presentatie van politici, aangezien partijen inhoudelijk sterk op elkaar lijken (Manin, 1997). Daarnaast is het de vraag hoe jongeren actief worden als ze nog niet stemgerechtigd zijn of er geen verkiezingen zijn. Ze hebben dan andere activiteiten nodig om hun ideeën duidelijk te maken. Onconventionele vormen van participatie – direct contact opnemen met politici, inspraak, interactieve beleidsvorming, deelname aan politieke jongerenorganisaties, demonstraties, boycotacties, handtekeningenacties of e-mailpetities – kunnen in dit kader belangrijk zijn. Jongeren kunnen natuurlijk ook zelf nieuwe vormen bedenken om politici te benaderen en hun mening te uiten. Bestaand onderzoek suggereert alleen dat jongeren niet of slechts mondjesmaat participeren. Er is echter geen inzicht in factoren die dit belemmeren, of stimuleren en in hoeverre jongeren hierin effectief zijn. Ook in dit kader is de vraag relevant in hoeverre gepopulariseerde politiek hierbij een rol kan spelen.

Conclusie

Onderzoek naar jongeren en politiek wordt vaak geïnspireerd door een norm over geïnformeerd burgerschap. In deze visie worden hoge eisen gesteld aan de politieke betrokkenheid van jongeren: ze moeten beschikken over gedetailleerde politieke kennis, politiek geïnteresseerd zijn, vertrouwen hebben in politiek en politiek participeren. Het talrijke onderzoek naar de politieke betrokkenheid van jongeren laat zien dat ze niet aan deze eisen voldoen: ze hebben onvoldoende kennis, geen interesse om deze alsnog te verwerven, zijn onvoldoende politiek actief en hebben soms weinig vertrouwen in de politiek.

Door de eenzijdige aandacht voor het model van geïnformeerd burgerschap wordt genegeerd dat dit model tijdsgebonden is en pas aan het einde van de negentiende eeuw is ontstaan. Het model is bovendien verouderd: Nederland ontwikkelt zich steeds meer in de richting van een publieksdemocratie waarin burgers zich niet intensief met politiek bezighouden. Er is steeds meer politieke informatie gekomen, en dit maakt het onmogelijk voor burgers om zich gedetailleerd over politiek te informeren. Ze volgen de politiek vooral via de

televisie en zijn met uitzondering van stemmen nauwelijks actief op politiek gebied. Burgers letten vooral op de onderwerpen die voor hen persoonlijk het meest van belang zijn. Ze specialiseren zich dus zo veel mogelijk. Er is te veel informatie over politiek: de media kunnen deze informatie niet volledig doorgeven en burgers kunnen deze informatie niet volledig opnemen door fysieke beperkingen en tijdgebrek. Omdat er bovendien veel irrelevante informatie over politiek beschikbaar is, beperken media, partijen en burgers zich tot enkele politieke thema's. Tevens gaan nieuwe vormen van politieke informatie een rol spelen nu partijen zich weinig van elkaar onderscheiden. Imago en presentatie worden steeds belangrijker en kunnen vooral door middel van gepopulariseerde vormen van politiek worden gecommuniceerd. Het model van geïnformeerd burgerschap is als norm niet houdbaar maar desondanks richt onderzoek zich steeds weer op de uitgangspunten van dit model. Het model stelt impliciet dat als er niet aan de uitgangspunten van geïnformeerd burgerschap wordt voldaan, de democratie niet goed functioneert. Vanuit dit gezichtspunt is het onmogelijk een andere benadering te hanteren.

Dit onderzoek kiest voor een alternatieve benadering, waarin wordt bekeken hoe jongeren betekenis geven aan politiek en gepopulariseerde politiek. Hierbij wordt betekenisgeving breed opgevat, zodat alle relevante houdingen, ideeën, kennis en gedragingen van jongeren ten aanzien van politiek en gepopulariseerde politiek aan de orde kunnen komen. De 'monitorial citizen' van Schudson is een realistische optie in de publieksdemocratie. Dit model veronderstelt dat jongeren hun omgeving onbewust scannen op gebeurtenissen en gevaren. Zo zien ze ook bedreigingen uit politieke hoek op zich afkomen. Vormen deze bedreigingen een gevaar voor hun belangen, dan kunnen ze actie ondernemen. Drie vragen zijn voor politieke sensitiviteit essentieel. In de eerste plaats: hoe komen jongeren in aanraking met politieke signalen? Jongeren scannen hun omgeving en komen hierbij soms in contact met politiek en politieke thema's. De vraag is nu niet alleen welke signalen dit zijn, maar ook in welke situaties ze welke signalen tot zich krijgen. Daarnaast is het de vraag in hoeverre jongeren alle signalen die voor hen belangrijk zijn opvangen of dat er ook wel eens signalen aan hen voorbij gaan. De tweede vraag sluit hierbij aan: welke oordelen hebben jongeren over politiek? Deze houdingen zijn vermoedelijk essentieel voor de motivatie en mogelijkheden van jongeren om politieke activiteiten uit te voeren. De laatste vraag is wat jongeren doen met politiek. Welke rol spelen hun oordelen over politiek bij de vraag of ze actief worden? Hier gaat het om wat jongeren precies doen als ze actief worden, onder welke omstandigheden ze politieke activiteiten ontplooiën en welke resultaten ze daarmee bereiken.

Deze drie vragen vormen de leidraad voor de bespreking van het bestaande onderzoek naar jongeren en politiek. In hoofdstuk drie staat bestaand onder-

zoek naar de betekenisgeving van jongeren aan politiek *in het algemeen* centraal, in hoofdstuk vier bestaand onderzoek naar de betekenisgeving van jongeren aan *gepopulariseerde* politiek.

BETEKENISGEVING AAN POLITIEK

Katja: Het idee van BNN was dat we jongeren meer bij de politiek willen betrekken. We willen ze aan het denken zetten, standpunten laten innemen en uiteindelijk naar de stembus lokken.

Journalist: Zelf mogen de beide dames al jarenlang stemmen, alhoewel Katja en Bridget gelijk toegeven niet altijd even betrokken te zijn geweest bij de politiek.

Bridget: Niet heel erg, nee, hoewel ik wel altijd gestemd heb. Ik denk dat de generatie na ons nog minder interesse heeft. Vanuit school kregen wij weinig mee over politieke issues (Van Stuyvenberg, 2002).

In dit hoofdstuk bespreek ik bestaand onderzoek naar hoe jongeren betekenis geven aan politiek. In hoofdstuk twee zijn met betrekking tot betekenisgeving drie deelvragen geformuleerd. De eerste vraag is hoe jongeren in aanraking komen met politieke signalen. De tweede welke oordelen jongeren hebben over politiek: hun ideeën, houdingen en meningen over politiek spelen een belangrijke rol bij hun mogelijkheden en bereidheid om zich in te zetten voor de onderwerpen die hen aan het hart gaan. De derde vraag is wat jongeren doen op politiek gebied: welke activiteiten voeren ze uit en welke overwegingen hebben ze hierbij? In dit hoofdstuk wordt het bestaande onderzoek over deze vragen geïnventariseerd. Vooral het onderzoeksveld politieke socialisatie is daarbij van belang. Hierin staat de ontwikkeling van politieke kennis, politieke houdingen en politiek gedrag centraal (Buckingham, 2000).¹ Aangezien dit onderzoeksveld wordt geplaagd door uiteenlopende theoretische en methodologische problemen (e.g. Connell, 1987; Cook, 1985; Gemmeke, 1995; Sigel, 1995) hanteert dit hoofdstuk niet het perspectief van politieke socialisatie, maar bespreekt het alleen de resultaten van dit onderzoeksveld voor zover ze relevant zijn voor de vraag hoe jongeren betekenis geven aan politiek. Eerst komt aan bod hoe jongeren met politieke signalen in aanraking komen, daarna welke oordelen ze over politiek hebben en ten slotte welke activiteiten ze op politiek gebied ontplooiën.

Politieke signalen

Vanuit het perspectief van de publieksdemocratie en 'monitorial citizenship' is de eerste vraag hoe jongeren in aanraking komen met politieke signalen en of ze onderling op dit punt verschillen. De literatuur suggereert dat jongeren het moeilijk vinden een verband te leggen tussen hun alledaagse observaties en institutionele politiek. Delli Carpini (2000) stelt dat veel van hen het inzicht missen dat schijnbare geïsoleerde, individuele problemen systematisch en effectief kunnen worden aangepakt door groepen mensen. Jongeren hebben vaak weinig oog voor de tegengestelde belangen die bij het ontstaan en oplossen van problemen een rol spelen (Dijkman & Van der Linden, 1987). Harrison en Deicke (2000) noemen dit een individualistische duiding. Buckingham (2000: 204) stelt dat jongeren onderling over dezelfde onderwerpen discussiëren als politici, maar dit niet als zodanig herkennen. Dit laat zien dat als volwassenen bepaalde thema's opvatten als politiek, dit niet wil zeggen dat ook jongeren dat doen (cf. Lauber & Hajok, 2000; Van Hees & Sniijders, 2002). Verschillende onderzoekers laten weliswaar zien dat jongeren interesse hebben in allerlei onderwerpen met politieke aspecten (e.g. Beekhoven & Van Wel, 1998; Bonfadelli, 1998; Edwards, 2001; Nuus, 2002; Wittebrood, 1992), maar tonen niet aan dat jongeren deze in verband brengen met politiek. In deze bespreking van bestaand onderzoek staan daarom alleen signalen centraal over institutionele politiek, omdat het bij signalen over politieke thema's onduidelijk is of jongeren deze met institutionele politiek in verband brengen.

School

Al sinds de tweede helft van de negentiende eeuw wordt in Nederland onderwijs gegeven in het politieke en staatkundige bestel. Jongeren komen op school vooral bij de vakken Maatschappijleer en Geschiedenis/Staatsinrichting met politiek in aanraking (Vis, 1995). Deze vakken beogen kennis over te dragen over bijvoorbeeld de gevolgen van overheidsbeleid op de maatschappij; verschillende visies op macht, gezag en interventie van de overheid; de veranderende invloed van burgers op het overheidsbeleid; het parlementaire stelsel; en politieke elites, partijen en pressiegroepen (OC&W, 2004a, 2004b, 2004c, 2004d, 2004e, 2004f, 2004g). De school kan op deze manier in beginsel alle jongeren in aanraking brengen met politieke signalen, maar in de praktijk bereiken deze vakken niet alle jongeren. Dit komt niet alleen omdat sommige jongeren voortijdig op school afhaken, maar vooral omdat Geschiedenis en Maatschappijleer keuzevakken zijn (OC&W, 2004a, 2004b, 2004c, 2004d, 2004e, 2004g). Hierdoor kiezen politiek geïnteresseerde jongeren deze vakken vermoedelijk vaker dan jongeren die weinig politieke interesse hebben. Bovendien bestaan er soms verschillen tussen de officiële en daad-

werkelijke inhoud van deze vakken. Dekker (1986) wijst op de discrepantie tussen officiële doelstellingen en de alledaagse praktijk. Slechts de helft van de docenten Maatschappijleer wil daadwerkelijk een bijdrage leveren aan de politieke socialisatie van leerlingen.

Ouders

Ook ouders kunnen een rol spelen bij hoe jongeren in aanraking komen met politieke signalen. Ze kunnen met hun kinderen over politiek spreken en hun kinderen bekendmaken met nieuwsmedia (Bogart, 1989: 111-2; Conway, Wyckoff, Feldbaum, & Ahern, 1981). Diverse onderzoeken tonen aan dat het televisienieuws in sommige gezinnen een vaste routine vormt en aanleiding is voor gesprekken (Barnhurst & Wartella, 1998; Gauntlett & Hill, 1999; Jensen, 1990). De aanwezigheid van een krant zorgt er eveneens voor dat kinderen met politiek in aanraking komen: ouders lezen hieruit voor of voeren gesprekken over de inhoud ervan (Barnhurst, 1997; Barnhurst & Wartella, 1991). Ook op dit punt bestaan er verschillen tussen jongeren. Jongeren die politiek geïnteresseerd zijn, hebben vaak ouders die eveneens veel politieke interesse bezitten. Jongeren met weinig politieke interesse hebben daarentegen minder geïnteresseerde ouders (Andolina et al., 2003; Beck & Jennings, 1991; Kox, 1987; Molloy et al., 2002; Valentino & Sears, 1998; Van Hees & Sniijders, 2002). In gezinnen met een gemeenschappelijke politieke interesse spreekt men het meest over politiek, vormt het nieuws relatief vaak een dagelijkse routine en heeft men dikwijls een abonnement op een krant. Dit is minder vaak het geval in gezinnen waar zowel de kinderen als de ouders weinig politiek betrokken zijn.

Leeftijdsgenoten

Er bestaat geen onderzoek onder jongeren waaruit blijkt hoe vaak ze onderling over politiek spreken en over welke onderwerpen ze spreken. Op basis van meer algemeen onderzoek kan wel een verwachting worden uitgesproken over de mate waarin ze over politiek spreken en samen politieke activiteiten uitvoeren. Veel jongeren proberen vooral op de middelbare school bij een groep te horen, gedragen zich daarnaar en uiten ideeën die binnen die groep worden gewaardeerd. Jongeren willen goedkeuring van anderen en conformeren zich aan hen. Zo hebben vrienden invloed op uiteenlopende zaken als kleding, kapsel, vrijetijdsbesteding, muziek, seks, alcohol, drugs, schoolprestaties en beroepskeuze (De Wit, Van der Veer, & Slot, 1995; Finifter, 1974; Sprinthal & Collins, 1995). Onderzoek naar politieke interesse laat tegelijkertijd zien dat veel jongeren politiek oninteressant vinden. De kans is daarom klein dat jongeren binnen hun vriendengroep over politiek spreken. Molloy et al. (2002) stellen dan ook dat vrienden relatief onbelangrijk zijn voor het ontwikkelen van politieke oriëntaties. Toch bestaan er groepen jongeren waarvoor juist

het omgekeerde geldt: het gaat dan om politiek geïnteresseerde vrienden, die met elkaar over politiek spreken. Dergelijke vriendengroepen maken bijvoorbeeld gezamenlijk deel uit van een jongerenraad (cf. Matthews, 2001) of zijn onderdeel van een jeugdcultuur waarbinnen leden samen politieke activiteiten uitvoeren (De Hart & Jansen, 1991; De Leeuw, Hoitsma, De Jager, & Schonewille, 2000; Lenders, 1991). In tabel 3.1 staan enkele belangrijke jeugdculturen en hun politieke activiteiten uit de laatste decennia.

TABEL 3.1: Politieke activiteiten van jeugdculturen (De Leeuw et al., 2000)

	<i>Ludieke acties</i>	<i>Bezettingen en demonstraties</i>	<i>Kraken</i>	<i>Teksten en slogans</i>	<i>Discussie voeren</i>
Provo ²	+	+	+	+	+
Hippie	+	+	+	+	+
Rasta	-	-	-	+	-
Metal	-	-	-	+ ³	-
Disco	-	-	-	-	-
Punk	+	+	+	+	+
New wave	-	-	-	-	-
Skinhead	-	+	-	+	-
Hiphop	-	-	-	+ ⁴	-
Straight-edge	-	+	-	+	+
Alto	-	-	-	+	+
Skaters	-	-	-	+	-
House	-	-	-	-	-

De druk van vrienden moet echter niet worden overdreven. Jongeren kunnen binnen een groep natuurlijk ook met nieuwe meningen in contact komen.

Nieuwsmedia

Jongeren kunnen ook via nieuwsmedia politieke signalen opvangen. Volgens Beekhoven en Van Wel (1998) heeft een vijfde van de jongeren een brede interesse in nieuwsgerichte en informatieve media. Onderzoek uit verschillende landen laat zien dat leeftijd een belangrijke determinant is voor het lezen van kranten en dat jongeren weinig kranten lezen (Bakker & Scholten, 2003; Bennett & Rademacher, 1997; Lauf, 2001; Schoenbach, Lauf, McLeod, & Scheufele, 1999). Televisie is voor hen belangrijker om politieke informatie op te doen (Chaffee & Kanihan, 1997). Tussen de vijftien en zeventien jaar kijkt een derde van de jongeren dagelijks naar het nieuws en tussen de 18 en 24 jaar is dit ruim de helft (CBS, 2003). Het feit dat jongeren minder nieuwsmedia

gebruiken dan volwassenen leidt regelmatig tot bezorgde commentaren. Onderzoekers stellen de vraag of jongeren die zich afwenden van nieuwsmedia deze gewoonte later alsnog zullen oppakken. Stevenson (1994) suggereert dat dit slechts gedeeltelijk het geval is: jonge cohorten lezen als ze ouder worden minder kranten dan de cohorten die ze vervangen. Er zou sprake zijn van een dalende trend: de huidige generatie jongeren zal in de toekomst minder nieuwsmedia gebruiken dan hun ouders op dit moment doen (zie ook: Lauf, 2001).

De interesse van jongeren in nieuwsmedia verloopt langs voorspelbare lijnen: jongeren met veel interesse in politiek gebruiken meer nieuwsmedia dan jongeren met een geringe interesse. Lezers van kranten en kijkers naar het televisienieuws hebben meer politieke kennis, meer politieke interesse, participeren meer en praten meer over politiek dan burgers die geen nieuwsmedia gebruiken (e.g. Atkin, 1981; Atkin & Gantz, 1978; Beekhoven & Van Wel, 1998; Kim, Wyatt, & Katz, 1999). Veel jongeren komen pas met nieuwsmedia in aanraking als deze hen bij wijze van spreken voor de voeten worden geworpen. Amerikaanse studenten lezen de krant als ze deze gratis op de universiteit kunnen meenemen (Hartman, 1999). Leerlingen gaan als ze op school de krant hebben gelezen, als volwassenen ook vaker de krant lezen (Bogart, 1989: 129-30). Hetzelfde geldt voor ouders, die door hun gebruik van nieuwsmedia hun kinderen hiermee in contact brengen. Bovendien lijkt het lezen van kranten onder Nederlandse jongeren de laatste jaren toch weer toe te nemen door de komst van de gratis kranten *Metro* en *Spits* (Qrius, 2003).⁵ De eenvoudige beschikbaarheid van nieuwsmedia lijkt dus essentieel om jongeren hiermee in aanraking te brengen.

Internet

Op internet bestaan veel non-profit websites die discussie over maatschappelijke onderwerpen onder jongeren proberen te stimuleren (Center for Media Education, 2001). Internet is een manier waarop veel jongeren politieke signalen kunnen opdoen: het is populair, heeft een groot bereik en is laagdrempelig. Twee derde van de jongeren heeft thuis toegang tot internet en vrijwel alle jongeren zijn wel eens op internet geweest (CBS, 2003). Ruim 90% van de jongeren surft minimaal eens per week (Trendbox, 2005). Internet wordt daarom gezien als middel bij uitstek om jongeren bij de politiek te betrekken (e.g. Van Hees, Bombeeck, Terpstra, & Velema, 2002: 25). In deze visie neemt de digitale technologie belemmeringen weg op het gebied van tijd, kennis, toegang en schaal en lost het technische en praktische problemen van de democratie op (Street, 2001). Door internet zouden politieke elites jongeren beter kunnen bereiken (Delli Carpini, 2000), wordt politiek toegankelijker en transparanter en kunnen burgers sneller en gemakkelijker over politieke informatie beschikken (Graber, 2003). Vanuit dit gezichtspunt is de impact

van internet groot: het bevordert politieke betrokkenheid, versterkt de democratie, verlevendigt het politieke proces, schept nieuwe mogelijkheden voor politieke participatie en laat nieuwe politieke gemeenschappen ontstaan (Ward, Gibson, & Lusoli, 2003).

Tot nu toe wordt internet echter meer gebruikt voor amusement dan voor politieke doeleinden (Graber, 2003). Jongeren surfen relatief weinig naar de websites van kranten. 13% van de jongeren tussen vijftien en negentien jaar doet dit wel eens en bij jongeren tussen 20 en 24 jaar is dit bijna een kwart (Qrius, 2003). Ook in de Verenigde Staten benutten jongeren internet vooral voor andere activiteiten dan politieke (Graber, 2001a). Veel bezoekers van internet nemen hooguit deel aan één politieke activiteit en vaak aan de minst actieve: het bezoeken van een website of het opzoeken van politieke informatie. Hoewel internet het voor de burger gemakkelijker kan maken om politieke signalen op te doen, is het de vraag hoe politieke websites burgers zonder politieke interesse of motivatie kunnen bereiken. Internet lijkt dan ook voor politiek geïnteresseerde jongeren een versterkende functie te hebben; inactieve jongeren daarentegen gebruiken internet in de regel niet voor politieke activiteiten (Delli Carpini, 2000; Norris, 2000; Ward et al., 2003).

Politieke jongerenorganisaties

Er bestaan uiteenlopende initiatieven om jongeren met politiek in contact te brengen en op dat vlak actiever te maken. Zo hebben alle gevestigde politieke partijen een jongerenorganisatie. Hun ledental is in vergelijking met de totale Nederlandse jeugd klein (zie tabel 3.2).

TABEL 3.2: Leden van politieke jongerenorganisaties tussen 14 en 27 jaar (DNPP, 2005)

<i>Jongerenorganisatie</i>	<i>Politieke partij</i>	<i>Aantal leden⁶</i>
SGP-Jongeren	SGP	5.602
Perspectief	Christenunie	1.958
Rood	SP	1.673
Jonge Democraten (JD)	D66	1.450
Jonge Socialisten (JS)	PvdA	1.305
JOVD	VVD	1.230
Dwars	GroenLinks	909
CDJA	CDA	850
Jonge Fortuynisten ⁷	LPF	180

De geringe grootte van politieke jongerenorganisaties is geen tijdelijk en geen exclusief Nederlands fenomeen. De ledenaantallen van deze organisaties zijn al langere tijd laag. Zo had de JOVD gedurende haar 45-jarig bestaan gemiddeld 2.000 leden, met uitschieters naar hooguit 5.000 leden (Habben Jansen, 1994). Soortgelijke organisaties in Vlaanderen hebben gezamenlijk nog geen 10.000 leden en ook in andere landen is de aanhang van de jongerenafdelingen van politieke partijen minimaal (Hooghe, Stolle, & Stouthuysen, 2004). Politieke jongerenorganisaties hebben daarnaast een eenzijdig ledenbestand. Zo bestaan de Jonge Socialisten en het CDJA voor een onevenredig deel uit studenten. Werkende jongeren zonder academische achtergrond, vrouwen en etnische minderheden blijven sterk achter (Sap, Scholten, & Van den Born, 1999; Van der Heide, Olthof, Post, Slager, & Venema, 1998).

Jongerenraden

Een andere manier waarop jongeren politieke signalen kunnen opvangen, is via interactieve beleidsvorming. Vanaf begin jaren negentig wint dit snel aan populariteit onder politici en ambtenaren (Mayer, Edelenbos, & Monnikhof, 2002). Gemeenten organiseren onder deze noemer regelmatig projecten om jongeren bij de gemeentelijke besluitvorming te betrekken; op basis van de verkregen informatie over problemen, behoeften en wensen van jongeren ontwikkelen ze vervolgens hun beleid (Gilsing, 1999; Hazekamp, Van der Gaauw, & Nutjens, 1993). In drie kwart van de gevallen vindt jongerenparticipatie plaats door het voeren van gesprekken (Gilsing, 1999). Jongerenraden zijn op lokaal niveau de meest gebruikte vorm. Politici en beleidsmakers vinden het bij dit soort projecten belangrijk dat de onderwerpen aansluiten bij de belevingswereld en behoeften van jongeren (IPP, 1997; Van Hees et al., 2002). Ze veronderstellen dat jongeren eerder betrokken zijn bij lokale thema's dan bij complexe landelijke problemen.

De overheid is dus enthousiast over interactieve beleidsvorming en wil er graag een brede groep jongeren mee bereiken. Deze initiatieven trekken echter slechts een klein, geïnteresseerd publiek. Zo deed 7% van de jongeren van twaalf tot en met achttien jaar in de afgelopen drie jaar mee aan een jongeren-debat of jongerenbijeenkomst, was 5% in die periode lid van een jongerenraad of jongerenpanel, en bezocht 4% een inspraakavond (Zeijl, 2003). Het beperkte animo voor deze projecten maakt continuïteit moeilijk (Brink, 1999; Mayer et al., 2002; Van Hees et al., 2002). Jongeren kunnen het lidmaatschap van een raad moeilijk volhouden; wegens tijdgebrek kunnen ze niet altijd aan de hoge eisen voldoen. Bovendien vormen de raden vaak hechte vriendengroepen met een hoge drempel (Matthews, 2001). Deelnemers aan interactieve beleidsvorming zijn vaak niet representatief voor de bevolking, evenmin als leden van jongerenraden. Omdat deze jongeren zichzelf selecteren, blijft deel-

name beperkt tot een groep die al eerder politiek actief was (Matthews, 2001; Mayer et al., 2002). Jongerenraden trekken een kleine groep politiek en maatschappelijk actieve jongeren aan: de zogenaamde ‘beroepsjongeren’ (Van Hees & Snijders, 2002). Zij worden vaak geworven omdat ze gemakkelijker te benaderen zijn dan inactieve jongeren (Hazekamp et al., 1993).

Maatschappelijke participatie

Maatschappelijke participatie bestaat uit niet-commerciële activiteiten van groepen burgers in georganiseerd verband en is niet per definitie gericht op het uitoefenen van politieke invloed. Vaak heeft maatschappelijke participatie zelfs weinig tot niets te maken met politiek. Toch veronderstellen onderzoekers dat maatschappelijke participatie een opstap kan vormen naar politieke participatie. Omdat maatschappelijke organisaties regelmatig bij politieke besluitvorming betrokken worden, kunnen de deelnemers immers politieke signalen opdoen (cf. Van Deth & Leijenaar, 1994). Ook kunnen burgers binnen deze organisaties interesse ontwikkelen voor maatschappelijke zaken, en vaardigheden en zelfvertrouwen opdoen om in de publieke sfeer te handelen (Koopmans, 1994). Jongeren zijn relatief vaak lid van een maatschappelijke organisatie: 69% van de jongeren onder de achttien en de helft van de jongeren tussen 18 en 24 jaar bezoekt maandelijks een activiteit van een vereniging. Sport is hierbij het populairst. 80% van de jongeren onder de achttien jaar sport minimaal één uur per week. Voor jongeren tussen 18 en 24 jaar is dit 60% (CBS, 2003).⁸

De belangstelling voor vrijwilligerswerk, een andere vorm van maatschappelijke participatie, neemt sinds de jaren tachtig af (De Hart & Breedveld, 2001). Volgens Qrius (2003) doet 7% van de jongeren tussen vijftien en negentien jaar en 11% van de jongeren tussen 20 en 24 jaar vrijwilligerswerk. Jeugdwerk en sport zijn favoriet. Meisjes doen op deze leeftijd ook aan vrijwilligerswerk op scholen, in de verzorging of op levensbeschouwelijk gebied. Uit het bovenstaande blijkt dat jongeren wel maatschappelijk participeren, maar dit doen bij organisaties waarbij de kans relatief klein is om politieke signalen op te vangen. De vraag blijft daarnaast of deze cijfers betrouwbaar zijn, omdat jongeren zich dikwijls vrijwillig inzetten binnen informele verbanden, maar daar niet het etiket ‘vrijwilligerswerk’ opplakken (Van Daal, 1994).⁹

Samenvattend komt een relatief kleine groep jongeren op veel verschillende manieren met politieke signalen in aanraking. Deze jongeren zijn in hoofdstuk twee ‘actieve jongeren’ genoemd vanwege hun deelname aan geïnstitutionaliseerde politieke activiteiten. Uit de literatuur blijkt dat jongeren met een relatief grote politieke interesse vaak geïnteresseerde ouders en vrienden hebben, politieke vakken op school volgen, de nieuwsmidia bijhouden en meedoen

aan initiatieven om jongeren bij de politiek te betrekken. Door hun interesse en motivatie zoeken deze jongeren politiek op, worden ze actief en vangen ze relatief veel signalen op over politieke thema's. Zij vormen echter een minderheid; de meeste jongeren ontlopen de politiek juist. Ze vangen door hun inactiviteit weinig politieke signalen op. Het verschil tussen actieve en inactieve jongeren blijkt onder meer bij projecten om jongeren bij de politiek te betrekken: deze worden vooral bezocht door de groep die al actief was, terwijl de inactieve groep deze projecten links laat liggen.

Oordelen over politiek

De tweede deelvraag gaat over de manier waarop jongeren over politiek oordelen. Is dat negatief, dan is de kans klein dat ze een signaal zullen oppikken en hier iets mee zullen doen. Is het positief, dan zijn ze vermoedelijk gemotiveerd om deze signalen te vertalen in politieke activiteiten. Inactieve jongeren die op weinig manieren met politiek in aanraking komen, hebben weinig mogelijkheden om oordelen over politiek te ontwikkelen. Actieve jongeren doen daarentegen veel ervaringen op met politiek, en zouden zodoende uiteenlopende oordelen kunnen ontwikkelen. Bestaand onderzoek geeft hier echter weinig informatie over. De literatuur doet vooral uitspraken over positieve of negatieve oordelen die jongeren via school, ouders, vrienden en andere instanties ontwikkelen.

Positieve oordelen

Bestaand onderzoek geeft geen eenduidig antwoord op de vraag of politieke educatie op school de manier waarop jongeren tegen politiek aankijken beïnvloedt (Frazer, 1999). Er bestaat vooral discussie over de vraag in hoeverre politieke educatie op school überhaupt effect heeft op politieke kennis en houdingen. Verschillende onderzoeken stellen een positief effect vast. Wittebrood (1995) vindt dat Maatschappijleer als eindexamenvak leidt tot meer interesse, vertrouwen en participatie in de politiek, en tot minder politiek cynisme. Dijkman en Van der Linden (1987) laten zien dat politieke vorming op school positief samenhangt met politieke kennis en betrokkenheid, en ook Amerikaans onderzoek laat soms positieve resultaten zien (Simon & Merrill, 1998). Bijna de helft van de Amerikaanse jongeren die een vak over politiek volgen, zeggen dat ze hierdoor meer interesse krijgen in dergelijke onderwerpen. De andere helft zegt echter dat het hen niet in positieve of negatieve zin beïnvloedt (Andolina et al., 2003). Dit komt ook uit een analyse van Vis (1995): studenten die Maatschappijleer of Geschiedenis op de middelbare school volgden, hebben niet méér politieke kennis dan studenten die dit niet deden. Dit kan worden verklaard doordat alleen bepaalde groepen leerlingen aan deze

vakken deelnemen. Wittebrood (1995) laat zien dat Maatschappijleer vooral effect heeft op de politieke houding, en dus niet zozeer op de kennis, van leerlingen die Maatschappijleer als examenvak kiezen en dat dit minder geldt voor leerlingen die het vak verplicht volgen (Wittebrood, 1995). In de vorige paragraaf werd al duidelijk dat het waarschijnlijk vooral actieve jongeren zijn die dergelijke vakken volgen. Ze worden op deze manier door politieke educatie in positieve zin beïnvloed.

Jongeren kunnen tevens onder invloed van hun ouders positieve oordelen over politiek ontwikkelen. Er blijken grote overeenkomsten te bestaan tussen de politieke standpunten, partijvoorkeuren, interesse en participatie van ouders en hun kinderen (Connell, 1972; Dalton, 1980; De Zwart, 1990; Jennings & Niemi, 1968; Wittebrood, 1995). Kinderen uit politiek actieve gezinnen hebben meer aandacht voor hun politieke omgeving dan kinderen uit niet-actieve gezinnen (Beck & Jennings, 1991). Ouders geven hun kinderen informatie over politiek en politieke leiders en moedigen hun kinderen aan om met anderen over politiek te spreken (Valentino & Sears, 1998). Ook hiervan lijken vooral actieve jongeren te profiteren in termen van politieke betrokkenheid. Onderzoek suggereert bijvoorbeeld dat politiek actieve ouders via gesprekken de interesse en motivatie bij hun kinderen vergroten en hen expliciet aanmoedigen ook politiek actief te worden (Andolina et al., 2003; Molloy et al., 2002; Van Hees & Snijders, 2002).

Negatieve oordelen

Bestaand onderzoek suggereert dat inactieve jongeren via vrienden vooral negatieve oordelen ontwikkelen. Molloy et al. (2002) laten bijvoorbeeld zien dat vrienden zich dikwijls voor elkaar schamen als ze meedoen aan een demonstratie. Dit leidt ertoe dat politieke gesprekken afwezig zijn of een negatieve invalshoek hebben. Eliasoph (1998) vindt iets soortgelijks onder volwassenen. De burgers uit haar onderzoek spreken slechts zeer beperkt over politiek. Ze vinden het zowel publiek als privé ongebruikelijk om politiek te bespreken en gaan ervan uit dat voor politieke conversatie technische kennis nodig is die buiten hun bereik ligt. Vanuit een negatieve insteek overtuigen ze elkaar tijdens gesprekken dat ze slim genoeg zijn om te begrijpen dat ze niets aan politieke problemen kunnen doen. Ze maken er daarom alleen grappen over. Praten over politiek is op deze manier onderling vermaak, een geruststelling dat ze de politiek samen verafschuwen (Eliasoph, 1998). Alves (1997) vindt dezelfde negatieve tendens bij politieke grappen die kinderen aan elkaar vertellen. Hoewel kinderen deze grappen niet altijd helemaal begrijpen, bewerkstelligen ze volgens Alves wel een neiging naar politieke apathie.

Ook het nieuws kan bij jongeren een negatievere houding ten opzichte van politiek veroorzaken: de berichten staan namelijk vaak ver af van hun leef-

wereld (Barnhurst & Wartella, 1991; Raeymaeckers, 2002; Ward, 1992). Dat gebrek aan relevantie kan leiden tot frustratie, irritatie en teleurstelling (Hagen, 1994).

Samenvattend laat bestaand onderzoek slechts beperkte en tegenstrijdige resultaten zien op de vraag welke oordelen jongeren over politiek hebben. De tendens uit deze onderzoeken sluit aan bij de resultaten van paragraaf 3.2 over de manier waarop jongeren politieke signalen opdoen. Actieve jongeren die door hun politieke interesse veelvuldig in aanraking komen met politieke signalen, ontwikkelen vooral positieve oordelen. Op deze manier worden zij gestimuleerd vaker in contact te komen met politiek, kunnen meer politieke signalen opvangen en politiek actief worden. Inactieve jongeren die door hun gebrek aan interesse politiek ontlopen, ontwikkelen door hun spaarzame contacten vooral negatieve of onverschillige oordelen. Zij worden gestimuleerd politiek niet op te zoeken, doen hierdoor weinig politieke signalen op en blijven inactief.

Politieke activiteiten

Vanuit het perspectief van de publieksdemocratie en politieke sensitiviteit is de derde vraag wat jongeren doen op politiek gebied: hoe handelen ze als ze signalen hebben opgemerkt? In hoofdstuk twee bleek al dat slechts een kleine groep jongeren regelmatig politiek actief is. Dit wil niet zeggen dat jongeren nooit aan politieke activiteiten deelnemen, maar wel dat ze dit slechts incidenteel doen. Bestaand onderzoek heeft zich vooral beziggehouden met geïnstitutionaliseerde activiteiten. Deze paragraaf behandelt hiervan drie vormen: politieke jongerenorganisaties, jongerenraden en maatschappelijke participatie.

Politieke jongerenorganisaties

Politieke jongerenorganisaties zijn vaak organisatorisch verbonden met hun moederpartij, maar zijn daar inhoudelijk onafhankelijk van. Deze organisaties entameren activiteiten op politiek gebied, zoals cursussen, politieke cafés, seminars, protestacties, huiskamerbijeenkomsten, themadiscussies, congressen, zomerkampen, film- en borrelavonden, werkbezoeken, theaterbezoeken, flyermiddagen en politieke sportwedstrijden (Jonge Socialisten, 2005). Deze organisaties hebben vooral een leerdoelstelling: het verwerven van politieke kennis en vaardigheden (CDJA, 2005; JOVD, 2005).

Politieke jongerenorganisaties proberen daarnaast politiek inhoudelijk een voortrekkersrol te vervullen. De Paarse jongerenorganisaties presenteerden twee jaar voor de vorming van het eerste Paarse kabinet een paars 'regeerakkoord' (Habben Jansen, 1994; Van der Heide et al., 1998). Een ander voor-

beeld is de vernieuwingsbeweging Niet Nix, die in de jaren negentig de PvdA van binnenuit wilde vernieuwen (Buitelaar & Verschoor, 1997) en daarvoor concrete inhoudelijke voorstellen ontwikkelde (Booij & Van Bruggen, 1996).¹⁰ Politieke jongerenorganisaties willen onafhankelijk van hun moederpartij een kritische visie ontwikkelen en geen deel uitmaken van het politieke establishment.

Deze onafhankelijkheid staat soms op gespannen voet met een derde functie van de jongerenorganisatie: rekrutering van politici voor de nationale, provinciale en lokale politiek (Sap et al., 1999). De JOVD bracht in de eerste 45 jaar een kleine twintig Tweede Kamerleden en een handvol bewindslieden voort (Habben Jansen, 1994). In Vlaanderen blijkt ruim 40% van de gemeenteraadsleden ooit lid te zijn geweest van een politieke jongerenorganisatie. Dit geeft hen een voorsprong op anderen: ze begonnen eerder aan hun politieke carrière dan raadsleden die nooit lid waren (Hooghe et al., 2004).

Jongerenraden

In jongerenraden leren jongeren over het functioneren van de gemeente, ontwikkelen een mening over uiteenlopende onderwerpen, en leren vaardigheden aan als vergaderen, discussiëren en brieven schrijven. Ze zouden door deze activiteiten politiek bewuster worden en betrokkener raken bij de gemeente (Brink, 1999). Leden van jongerenraden zijn enthousiast dat ze nieuwe kwaliteiten ontplooiën, meer zelfvertrouwen krijgen en lokale onderwerpen beter begrijpen. Ze hebben echter ook kritiek. Hun belangrijkste bezwaar is dat hun invloed zeer beperkt is. Deelnemende jongeren klagen over de bureaucratische organisatie, het feit dat volwassenen de agenda bepalen en goede ideeën nooit worden uitgevoerd (Matthews, 2001). Het is voor hen vervelend als ambtenaren denken dat jongeren de stukken niet lezen (terwijl ze dat wel doen) of dat hun mening verkeerd wordt geïnterpreteerd. Ze voelen zich hierdoor niet serieus genomen (Hazekamp et al., 1993). Vooral jongeren die voorheen inactief waren, raken gedemotiveerd door een gebrek aan resultaten en leren dat ze juist *niet* moeten participeren (Edwards, 2001; Matthews et al., 1998). Er bestaat onder veel jongeren dan ook het nodige cynisme over deze vorm van politieke participatie (Van Hees & Snijders, 2002).

Maatschappelijke participatie

De wijze waarop jongeren via maatschappelijke participatie deelnemen aan politieke activiteiten is nauwelijks onderzocht. Aangezien de verwachting bestaat dat vrijwilligers veel met elkaar over politiek spreken, deed Eliasoph (1998) onderzoek naar de politieke gesprekken onder volwassen vrijwilligers. Zij concludeert dat deze burgers geen geschikte groep vormen om mee over politiek te spreken of om te leren participeren. In plaats van maatschappelijke

problemen te bespreken, hebben vrijwilligers het namelijk liever over praktische zaken, zoals het werven van fondsen, of over hun privé-leven, kinderen en gevoelens (Eliasoph, 1998). Vrijwilligers maken zich wel degelijk druk over bredere issues, maar hebben geen context waarbinnen ze deze zorgen kunnen bespreken. Ze proberen niet zozeer discussie en meningsverschillen te vermijden, want ze bevinden zich in een omgeving waarbinnen dit geen problemen oplevert. Ze creëren een context waarbinnen debat op zichzelf impopulair is. Als dit ook opgaat voor jongeren, zullen die laatsten bij maatschappelijke participatie de politieke aspecten van hun bezigheden ontlopen en kan dit nauwelijks relevant zijn voor hun politieke activiteiten.

Conclusie

Op basis van bestaand onderzoek zijn in dit hoofdstuk drie vragen besproken, die voortkomen uit het perspectief van publieksdemocratie en 'monitorial citizenship': hoe komen jongeren in aanraking met politieke signalen, hoe oordelen ze over politiek en wat doen ze ermee? Bestaand onderzoek geeft vooral inzicht in de manieren waarop jongeren politieke signalen opdoen. De deelvragen over de oordelen van jongeren over politiek en hun politieke activiteiten kregen tot nu toe minder aandacht. Dit heeft te maken met het feit dat veel jongeren weinig politieke signalen opdoen en weinig actief zijn. Dit brengt immers met zich mee dat meer diepgaande vragen moeilijk te onderzoeken zijn. Onderzoek naar politieke socialisatie geeft vooral inzicht in de aard van de oordelen van jongeren (positief of negatief), maar besteedt veel minder aandacht aan de vraag waar deze precies uit bestaan. Onderzoek naar politieke activiteiten laat zien hoe vaak jongeren bepaalde activiteiten uitvoeren, maar nauwelijks waarom en hoe dit in zijn werk gaat. Daarmee kan op basis van bestaand onderzoek alleen een voorlopig inzicht worden geformuleerd over de betekenisgeving van jongeren aan politiek. Hierbij bestaat een belangrijk onderscheid tussen inactieve en actieve jongeren.

Bij actieve jongeren lijkt er sprake van een zogenaamde 'deugdame cirkel' (cf. Norris, 2000). Deze is vergelijkbaar met een opwaartse spiraal. Deze werkt als volgt: de jongeren kenmerken zich door een grote politieke interesse en zoeken politiek daarom op. Dit leidt tot uiteenlopende contacten met politiek: ze hebben politieke geïnteresseerde vrienden, kiezen op school voor politieke vakken, volgen diverse nieuwsmedia en doen mee aan initiatieven om andere jongeren met politiek in contact te brengen. Ze zoeken de politiek niet alleen zelf op, maar bevinden zich ook in een omgeving waarin politiek vanzelfsprekend is: ze hebben vaak politiek geïnteresseerde ouders. Op deze manier vangen ze veel politieke signalen op en ontwikkelen ze positieve oordelen. Ze voeren politieke gesprekken met hun ouders en krijgen door educa-

tie meer interesse. Signalen moedigen hen aan om politieke activiteiten uit te voeren in bijvoorbeeld jongerenraden en politieke jongerenorganisaties. Deze activiteiten motiveren hen vervolgens weer om op een later tijdstip wederom contacten met politiek aan te gaan, hetgeen leidt tot nieuwe signalen, nieuwe positieve oordelen en nieuwe politieke activiteiten. De ‘deugdzame cirkel’ is dus een voortdurend proces waarbij politieke signalen, positieve oordelen en activiteiten elkaar versterken (cf. Norris, 2000). Deze jongeren voldoen daarmee aan het beeld van de geïnformeerde burger: ze stellen zich uitgebreid op de hoogte van de politiek, pikken signalen op over onderwerpen die ze belangrijk vinden en zetten deze observaties om in daden.

Deze cirkel verloopt voor het merendeel van de jongeren echter omgekeerd. Bij deze inactieve jongeren is sprake van een vicieuze cirkel (cf. Norris, 2000). Deze zou je kunnen vergelijken met een neerwaartse spiraal. Deze jongeren komen weinig met politiek in aanraking: ze hebben geen geïnteresseerde ouders, voor hun vrienden is politiek een zeldzaam en onacceptabel gespreksonderwerp, op school kiezen ze geen vakken waarin politiek aan de orde komt, ze volgen weinig nieuwsmedia en doen niet mee aan initiatieven om hen bij de politiek te betrekken. Deze jongeren staan negatief of onverschillig ten opzichte van politiek en hebben daardoor de neiging politiek te ontlopen en alleen bij hoge uitzondering op te zoeken. Ze vangen hierdoor weinig politieke signalen op. Als ze wel met politiek in contact komen of deelnemen aan politieke activiteiten, is de kans groot dat ze negatieve oordelen ontwikkelen. Dit wordt weer versterkt door hun schoolkeuzes en hun relatief onverschillige omgeving van ouders en vrienden. Het ontbreken van stimulerende contacten betekent weinig mogelijkheden om hun oordelen in positieve richting te veranderen. Doordat ze weinig signalen ontvangen, hebben ze ook weinig reden om actief te worden. Hun incidentele contacten hebben eerder de neiging hen een negatief beeld van politiek te geven, wat de vicieuze cirkel in stand houdt (cf. Norris, 2000). Deze jongeren voldoen zeker niet aan het beeld van de geïnformeerde burger, maar zijn ook geen ‘monitorial citizens’, omdat ze politieke signalen niet kunnen of willen ontvangen. De vraag die daarom in hoofdstuk vier wordt besproken, is of gepopulariseerde vormen van politiek in staat zijn dit te veranderen en deze vicieuze cirkel te doorbreken.

BETEKENISGEVING AAN GEPOPULARISEERDE POLITIEK

[Het] is grappig om te zien hoe de politieke kopstukken zich gedragen wanneer ze door de jonge diva's van Lijst Nul worden ondervraagd. Sommigen proberen iets te krampachtig een losse toon aan te slaan, anderen tonen ineens een attractieve kant van zichzelf. Balkenende ging onverveerd karten met de twee meiden, maar deed het effect na afloop teniet met fantasieloze teksten. Marijnissen' werd afgelopen maandag meegetroond naar de dierentuin, waar hij gaarne de kans benutte om het gedrag van de apen te vergelijken met de verichtingen van zijn politieke rivalen (Brill, 2002).

De literatuurbespreking uit hoofdstuk drie suggereert dat alleen actieve jongeren kunnen worden opgevat als 'monitorial citizens' en zelfs als geïnformeerde burgers. Zij vormen echter een minderheid. Een grote meerderheid van de jongeren is inactief en lijkt politieke signalen niet te *kunnen* ontvangen door hun geringe contacten met politiek, of niet te *willen* ontvangen door hun negatieve oordelen over politiek. Deze inactieve jongeren zijn geen geïnformeerde burgers, maar evenmin 'monitorial citizens'. Dit beeld is gebaseerd op traditionele manieren waarop jongeren met politiek in aanraking komen, zoals school, nieuwsmedia en jongerenraden. Het is de vraag in hoeverre andere, minder traditionele manieren zoals gepopulariseerde vormen van politiek, wél in staat zijn om deze jongeren politieke signalen te laten ontvangen. Hierbij zijn drie deelvragen van belang: hoe doen jongeren via gepopulariseerde politiek signalen op, hoe oordelen ze over gepopulariseerde politiek en wat doen ze ermee? Bestaand onderzoek geeft nauwelijks antwoord op deze vragen. Van Zoonen (2005) merkt in dit kader op dat er veel opinies over popularisering van politiek bestaan, maar dat er weinig kennis over is. Dit hoofdstuk schetst daarom op basis van de spaarzaam beschikbare gegevens een beeld van de betekenisgeving van jongeren aan gepopulariseerde politiek. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van diverse bronnen uit binnen- en buitenland, zoals casestudy's,

inhoudsanalyses, effectenonderzoek en receptieonderzoek onder zowel jongeren als volwassenen. Eerst komt ter sprake wat popularisering van politiek is en welke verwachtingen hierover bestaan. Vervolgens komen de drie vormen van popularisering aan de orde, die centraal staan in dit boek: populaire cultuur als politiek podium, artiesten als politieke actoren en politieke fictie.

Popularisering van politiek

In dit boek wordt popularisering van politiek opgevat als het gezamenlijk voorkomen van institutionele politiek en populaire cultuur. Institutionele politiek wordt dan in combinatie met populaire cultuur gepresenteerd of komt in populaire cultuur genres voor. De term populaire cultuur suggereert dat alle cultuurproducten waar veel mensen gebruik van maken populair zijn en gebruikt kunnen worden om politiek te populariseren. Naast deze marktdefinitie is er echter nog een tweede definitie: volkscultuur. Populaire cultuur is hierbij gedefinieerd in relatie tot elitecultuur, waarbij de tweede hiërarchisch boven de eerste staat (Van Zoonen, 2003). Het verschil tussen populaire cultuur en elitecultuur is geen inherent gegeven door de intrinsieke waarde van deze cultuurproducten, maar een waardeoordeel dat binnen bepaalde maatschappelijke verhoudingen wordt toegekend. Elitecultuur is een teken van goede smaak: deze cultuur is mooi, waardevol, smaakvol of kunstzinnig. Er is een bepaalde maatschappelijke status aan verbonden die niet is weggelegd voor populaire cultuur, ongeacht het feit dat burgers meer gebruik maken van populaire cultuur dan van elitecultuur. Dit statusverschil is vooral een middel voor de elite om zich te onderscheiden van de massa en haar positie te bestendigen: afkeer van populaire cultuur geeft blijk van een 'betere' smaak dan de massa (Van Zoonen, 1999). Bij popularisering van politiek komt politiek dus in contact met deze vormen van algemeen toegankelijke cultuurproducten die in de regel als 'lage' cultuur worden beschouwd.

In hoofdstuk één bleek al dat er veel opinies bestaan over popularisering van politiek. Sommige wetenschappers beweren dat het schadelijk is voor de democratie (e.g. Hart, 1999; Postman, 1985), terwijl anderen beweren dat het politiek dichterbij de burger kan brengen (e.g. Jones, 2005; Sparks, 2000; Van Zoonen, 2005). Zowel voor- als tegenstanders delen de veronderstelling dat populaire cultuur een belangrijke rol speelt in het dagelijks leven van burgers. Beide groepen vermoeden dat burgers veel in aanraking komen met populaire cultuur, en dat popularisering daarom belangrijk kan zijn voor hoe ze betekenis geven aan politiek. Beschrijvend onderzoek naar het mediagebruik van jongeren bevestigt deze veronderstelling: populaire cultuur speelt in het dagelijks leven van jongeren een belangrijke rol. Ze besteden er veel tijd aan: jongeren van vijftien tot zeventien jaar kijken per dag bijna twee uur televisie en een

kwartier video (Beentjes, d'Haenens, Van der Voort, & Koolstra, 1999), ruim de helft van de jongeren van vijftien tot en met negentien jaar speelt spelletjes op de computer (Qrius, 2003) en jongeren zijn gemiddeld drie uur per dag bezig met popmuziek (cf. Christenson & Roberts, 1998). Vormen van elitaire cultuur, zoals opera, ballet, toneel, klassieke muziek (Ter Bogt & Van Praag, 1992; Van Wel, 1993) en boeken (Beentjes et al., 1999; Huysmans & De Haan, 2001; Wittebrood & Keuzenkamp, 2000) slaan daarentegen weinig aan bij jongeren. Jongeren prefereren amusementsmedia boven hoge cultuur, educatie of informatieve media. Dit leidt tot de verwachting dat de combinatie van politiek en populaire cultuur belangrijk kan zijn voor hoe jongeren betekenis geven aan politiek.

In dit boek wordt de betekenisgeving van jongeren aan drie vormen van gepopulariseerde politiek onderzocht. Deze sommen niet *alle* mogelijke verbanden tussen politiek en populaire cultuur op, maar komen wel veel voor. De indeling is gebaseerd op de onderverdeling van Van Zoonen (2000b). De eerste vorm van popularisering van politiek noemt zij: 'populaire cultuur als politiek podium'. Politici treden hierbij op in genres van populaire cultuur die voor een groot publiek zijn bedoeld, geen puur informatieve of educatieve functie vervullen en tot lage cultuur behoren. Voorbeelden hiervan zijn infotainment, muziekprogramma's, talkshows, roddelbladen en spelprogramma's. De tweede vorm van popularisering is een aanpassing van wat Van Zoonen (2000b) 'populaire cultuur als politieke praktijk' noemt. Zij verstaat hieronder dat groepen of individuen die normaal zijn uitgesloten van sociale en politieke kanalen populaire cultuur gebruiken als een vorm van politieke expressie. Bij Van Zoonen gaat het zowel om burgers als artiesten die populaire cultuur voor dit doel inzetten. Dit onderzoek beperkt zich tot actoren uit populaire cultuur: beroemde acteurs, popsterren of televisiepersoonlijkheden, die hun politieke standpunten voor het voetlicht brengen en zo politieke actoren worden. Street (1997) noemt dit 'populaire cultuur als politiek activisme'. De derde vorm van popularisering is 'populaire cultuur als politieke fictie' (Van Zoonen, 2000b). Hier is sprake van als politiek of politici onderwerp zijn van televisieseries, boeken of films. De volgende paragrafen bespreken deze drie vormen van gepopulariseerde politiek uitgebreider, met het oog op de vragen hoe jongeren politieke signalen opdoen, hoe ze hierover oordelen en welke rol dit speelt bij hun politieke activiteiten.

Populaire cultuur als politiek podium

Politici gebruiken populaire cultuur regelmatig als communicatieplatform. Ze komen voor in populaire tijdschriften, in populaire televisieprogramma's, op populaire radiozenders, en organiseren activiteiten waarin populaire cultuur

een belangrijke rol speelt. In populaire tijdschriften wordt weliswaar in kleine hoeveelheden, maar toch regelmatig over politiek geschreven (Reichert, Mueller, & Nitz, 2003; Russell et al., 2002). Lijsttrekkers werden bij de verkiezingen van 2002 geïnterviewd door Ruud de Wild op popzender 3FM; en tijdens de referendumcampagne over de Europese Grondwet waren Tweede Kamerlid Geert Wilders en vice-premier Gerrit Zalm te gast bij DJ Robert Jensen op popzender Yorin FM. Tevens zoeken politici bij bijzondere gelegenheden populaire media op. Zo treden ze tijdens verkiezingscampagnes op in jongerenprogramma's als *Lijst Nul*. Ze gaven bij MTV uitleg over de aanstaande Tweede Golfoorlog, en de Britse premier Tony Blair kwam hiervoor speciaal naar de Britse MTV-studio. In binnen- en buitenland organiseren partijen tevens bijeenkomsten waarin populaire cultuur een belangrijke rol speelt. De Labourpartij organiseerde in Engeland *Red Wedge*, een kritische campagne bestaande uit popconcerten, gericht op het verwerven van steun onder jongeren en het verbeteren van het partij-imago (Cloonan & Street, 1998; Frith & Street, 1992). In Nederland organiseerde de PvdA *Futurefestivals*, waar jongeren konden breakdancen, skaten en debatteren met partijprominenten. Ook GroenLinks wilde iets leuks organiseren, iets wat 'in' was bij jongeren; men organiseerde daarom een houseparty om 'een belangrijk fenomeen in de jongerencultuur te erkennen en er op een indirecte manier in door te dringen' (De Visser, 1994; Van Zwol, 1994). De stichting *Coolpolitics* organiseert eveneens activiteiten die zich afspelen in de dagelijkse leefwereld van jongeren: Ruud Lubbers hield voor de organisatie een lezing op het popfestival *Lowlands* en ook andere politici gaan bij popconcerten met artiesten in discussie over uiteenlopende thema's.

Signalen

Er is nauwelijks onderzoek gedaan naar de mate waarin jongeren politieke signalen opdoen via deze vorm van gepopulariseerde politiek. Uiteenlopende voorbeelden laten zien dat populaire cultuur politici in binnen- en buitenland regelmatig een podium verschaft. Dit suggereert dat jongeren via populaire cultuur politieke signalen kunnen opdoen. Tegenstanders van popularisering beweren dikwijls dat deze gepopulariseerde vorm van politiek in toenemende mate voorkomt, maar hier bestaat geen duidelijkheid over. Zo traden politici al in de jaren zeventig op in niet-informatieve programma's. Daarnaast vindt tot op de dag van vandaag de meeste politieke verslaggeving plaats in traditionele nieuwsmedia en niet in populaire cultuur (Brants, Cabri, & Neijens, 2000; Brants & Neijens, 1998; Johnson, Braima, & Sothirajah, 1999; Street, 2000). Van Zoonen (1998a) denkt dan ook dat het onwaarschijnlijk is dat populaire cultuur politieke communicatie in de toekomst gaat domineren.

Er worden uiteenlopende voorspellingen gedaan over de mate waarin jongeren politieke signalen kunnen opdoen via deze gepopulariseerde vorm van

politiek. Zo beweren de makers van *Lijst Nul* dat ze relatief hoge kijkcijfers halen en een goedbezochte website hebben (Samethini, 2002b), terwijl diezelfde kijkcijfers suggereren dat er meer volwassenen dan jongeren naar het programma kijken (SKO, 2002, 2003). Er bestaat tevens twijfel over het bereik van de campagnes van MTV: hoewel de zender zelf grote successen claimt, blijft de populariteit van deze politieke programma's achter bij die van de zender als geheel (Sandler, 2000). Daarnaast is er twijfel omdat jongeren deze vorm van popularisering niet altijd met politiek in verband brengen. Zo zouden jongeren de PvdA-*Futurefestivals* bezoeken voor de muziek en de politieke discussie links laten liggen (Kalse, 1998; Naaijkens, 2002) en was op een houseparty van GroenLinks weinig politiek mogelijk. Dit had tot gevolg dat veel jongeren niet wisten dat een politieke partij het feest organiseerde (De Visser, 1994; Van Zwol, 1994). Op deze manier komen jongeren wel in aanraking met deze gepopulariseerde vorm van politiek, maar doen er geen politieke signalen op.

Oordelen

Politici en programmamakers veronderstellen dikwijls dat jongeren op een vlotte, jonge manier willen worden aangesproken. De vorm of stijl zou moeten afwijken van traditionele politieke programma's die onvoldoende aansluiten bij jongeren, en meer moeten lijken op de stijl van populaire cultuur. Bestaand onderzoek geeft echter geen duidelijkheid over hoe jongeren hierover oordelen. Volgens Molloy et al. (2002) vinden ze het belangrijk dat politiek op een voor hen aantrekkelijke manier wordt gebracht, en volgens Roberts en Lundin (2001) vindt bijna de helft van de Amerikaanse studenten het zinvol als MTV politieke informatie uitzendt. Raeymaeckers (2000; 2002) stelt echter dat een jeugdige vormgeving juist krampachtig overkomt en jongeren het gevoel geeft dat ze niet serieus worden genomen. Aandacht voor serieuze onderwerpen moet volgens jongeren op een inhoudelijke manier plaatsvinden. Zo willen ze in de krant over 'hard' nieuws lezen en niet over amusement (Schlagheck, 1998; Stone & Boudreau, 1995). Slechts 11% van de Britse jongeren wil dat politiek in programma's voorkomt waar ze voor hun plezier naar kijken. Ze vinden dat politiek op zichzelf interessant moet zijn en niet amusant (CYPV, 2002).

Een andere vraag is hoe belangrijk deze vorm van popularisering is voor de oordelen van jongeren over politiek. Kwantitatief onderzoek laat zien dat MTV daarin een beperkte rol speelt. Johnson et al. (1999) stellen dat Amerikaanse kijkers MTV als politiek medium negeren en Roberts en Lundin (2001) denken dat alleen een kleine groep jongeren MTV een belangrijke politieke informatiebron vindt. MTV leidt niet tot méér politieke kennis en geeft jongeren ook niet het gevoel dat ze meer kennis van politiek hebben (Chaffee, Zhao, & Leshner, 1994; Hollander, 1995). De campagne *Rock the Vote* had weinig invloed op de

registratie van jongeren als stemmer (Jackson, 2002), en zorgde er hooguit voor dat jongeren niet durfden toe te geven dat ze niet gingen stemmen (Knack, 1997). Talkshows daarentegen geven burgers wel degelijk meer interesse in politiek (McLeod et al., 1996), geven hen het gevoel dat ze politieke kennis opdoen (Hollander, 1995) en verschaffen hen kennis over politici als persoon (Chaffee et al., 1994). Baum (2002; 2003) laat tevens zien dat een genre als de talkshow burgers kennis kan geven over buitenlandse politiek. Toch lijken traditionele vormen van politieke informatie meer effect te hebben dan niet-traditionele kanalen (McLeod et al., 1996; Weaver & Drew, 1995). De effecten van talkshows en entertainment zijn daarom waarschijnlijk beperkt (Baum, 2003; Prior, 2003).

Aangezien het onduidelijk is hoe jongeren oordelen over ‘populaire cultuur als politiek podium’, is het zinvol te kijken naar de media-inhoud. Deze geeft inzicht in het type informatie dat jongeren krijgen aangeboden en waarop ze hun oordelen over politiek en deze vorm van popularisering kunnen baseren. Politici treden op in zowel amusement als infotainment, waarin informatie en amusement worden vermengd. Dit heeft gevolgen voor het type informatie dat jongeren via deze programma’s over politiek kunnen ontvangen. Tabel 4.1 geeft de kenmerken van infotainment weer. Bij infotainment is er sprake van een combinatie van kenmerken uit de linker- en rechterkolom.

TABEL 4.1: Kenmerken van infotainment (Brants & Neijens, 1998)

	<i>Informatieve programma’s</i>	<i>Amusementsprogramma’s</i>
Onderwerp	<ul style="list-style-type: none"> – Informatie over partijgrondslagen en politieke tegenstellingen – Informatie over politieke standpunten en politieke kwaliteiten van politici 	<ul style="list-style-type: none"> – Informatie over de politicus als persoon en als mens – Informatie over karakter en persoonlijke eigenschappen van politici
Stijl	<ul style="list-style-type: none"> – Professionele presentator – Serieuze stijl – Informerend – Afstandelijk – Confronterend in plaats van open 	<ul style="list-style-type: none"> – Presentator als persoonlijkheid – Informele stijl – Amuserend – Empatisch – Open in plaats van confronterend
Format	<ul style="list-style-type: none"> – Zakelijke setting – Geen muziek of sandwich-elementen – Geen deelnemend publiek 	<ul style="list-style-type: none"> – Amuserende setting – Muziek en sandwich-elementen – Participerend publiek

Populaire cultuur biedt zowel traditionele als niet-traditionele informatie aan over politiek. Er bestaat echter geen rechtlijnige relatie tussen een bepaald genre en de verstrekte informatie. Zo zijn sommige infotainmentprogramma’s

zeer inhoudelijk en sommige nieuwsprogramma's juist niet (Brants et al., 2000; Brants & Neijens, 1998). Voorbeelden van populaire cultuur als politiek podium uit binnen- en buitenland hebben deels een traditioneel, inhoudelijk karakter. Zo schrijven populaire tijdschriften artikelen over politieke strategie (Reichert et al., 2003; zie ook: Smillie, 1992), is MTV educatief door aandacht te besteden aan de achtergrond van kandidaten en uitleg te geven over het politieke proces (Smillie & McKay, 1992) en geeft *Lijst Nul* politici de mogelijkheid hun politieke standpunten naar voren brengen (Aalberts & Brants, 2005).

Gepopulariseerde vormen van politiek verstrekken vaak ook andere informatie dan traditionele politieke programma's. Roddelbladen besteden veel aandacht aan de stijl, loopbaan en populariteit van politici (Van Zoonen, 1995) en verheffen de balans tussen het werk en privé-leven van politici tot een hoofdthema (Van Zoonen, 1998b). Ook in talkshows staan de persoonlijkheid en persoonlijke ervaringen van politici centraal. Deze onderwerpen maken het niet gemakkelijk voor politici om in deze genres op te treden. Zij willen immers spreken over hun politieke standpunten en niet over hun subjectieve ervaringen en emoties. In talkshows hebben de presentator en het publiek echter vooral interesse in deze 'authentieke' verhalen (Livingstone & Lunt, 1992). Politici moeten daarom schipperen tussen hun rol als politicus en hun rol als privé-persoon. Het is voor hen moeilijk hun standpunten direct over te brengen, maar persoonlijke verhalen kunnen daarvoor wel degelijk aanknopingspunten bieden. Zo kunnen sociaal-democraten vertellen over hun arme jeugd en hiermee hun idealen legitimeren (Van Zoonen, 2000a). Bird (1998) en Livingstone en Lunt (1994) suggereren dat burgers zich door deze persoonlijke verhalen juist beter in politieke, maatschappelijke en persoonlijke onderwerpen kunnen verplaatsen en hier met elkaar over in gesprek gaan. Deze vorm van popularisering zou er in die visie toe kunnen leiden dat politiek dichterbij jongeren komt te staan dan bij traditionele politieke informatie.

Activiteiten

Er is weinig bekend over de rol van deze vorm van popularisering bij de politieke activiteiten van jongeren. Hierover bestaan alleen anekdotische gegevens. Zo suggereert het muziekkanaal MTV dat het samen met *Rock the Vote* tussen 1992 en 1996 850.000 Amerikaanse jongeren heeft bewogen zich als stemmer te laten registreren (Viacom, 1999). Onderzoek laat echter zien dat de stemcampagne *Rock the Vote* de gestegen opkomst bij de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 1992 niet kan verklaren (Knack, 1997) en dat de methoden die deze campagne gebruikt vrijwel geen effect hebben op de kiezer (Taibbi, 2004).

Artiesten als politieke actoren

Bij de tweede vorm van popularisering van politiek spelen artiesten een belangrijke rol. Artiesten, die van nature geen politieke rol vervullen, houden zich bij deze vorm van popularisering met politiek of politieke thema's bezig. Het belangrijkste voorbeeld hiervan zijn popartiesten die hun politieke standpunten uiten in hun teksten, videoclipps of op concerten. Het kan echter ook gaan om acteurs, televisiepresentatoren of andere bekendheden. In de meeste gevallen spreken deze personen zich niet uit over institutionele politiek op zich, maar over een politiek onderwerp dat hen aan het hart gaat, zoals armoedebestrijding. Voorbeelden hiervan zijn popmuzikanten als Bruce Springsteen, Bono, Bob Geldof en Eminem. Nederlandse voorbeelden zijn rappers als Raymzter en Ali B. Zo bracht Raymzter in 2002 het nummer *Kutmarokkanen??!* uit. Hij schreef dit naar aanleiding van de uitspraak van PvdA-wethouder Rob Oudkerk² over 'Kutmarokkanen' en die van LPF-minister Nawijn van Vreemdelingenzaken³ dat 'alle criminele Marokkanen het land uit moeten' (Hageman, 2002). Andere artiesten tonen hun medeleven met de slachtoffers van de aanslagen van 11 september 2001 en steunen de oorlog tegen het terrorisme (Fox, 2001). George Michael en Madonna bekritiseerden diezelfde oorlog juist en schreven er een nummer over (ABC News, 2003; Branigan, 2002). In 2005 traden tientallen popartiesten op bij concerten met de naam *Live 8*, om de leiders van de G8 op te roepen de schuldenlast van Afrikaanse landen te verlichten. In meer extreme gevallen spreken artiesten zich niet alleen uit over politiek, maar worden ook 'echte' politici. Oud-acteurs als Ronald Reagan en Arnold Schwarzenegger werden in Amerika respectievelijk president en gouverneur. In Nederland werd Erica Terpstra na haar zwemcarrière Tweede Kamerlid, richtte zanger Henk Westbroek de lokale partij Leefbaar Utrecht op, overwoog misdaadverslaggever Peter R. de Vries een politieke carrière en werd volkszanger André Hazes gemeenteraadslid van de gemeente De Ronde Venen.⁴

Artiesten uiten hun politieke ideeën net als gewone burgers. Een verschil is dat ze meer mogelijkheden hebben om hun ideeën publiekelijk naar voren te brengen. Artiesten doen dit soms op eigen initiatief, maar niet altijd: journalisten ondervragen hen over deze thema's, platenmaatschappijen stellen op dit punt eisen en soms verwacht het publiek dat een artiest zich publiekelijk over een onderwerp uitsprekt (Street, 2002). Artiesten kunnen zo hun populariteit gebruiken om politieke boodschappen de wereld in te sturen en zijn daarbij verzekerd van media-aandacht (Jaffee, 1987). Ze proberen hiermee maatschappelijke of politieke doelen meer legitimiteit, geloofwaardigheid en bekendheid te geven (Street, 2002). Tevens proberen ze gevoelens van compassie en bezorgdheid op te roepen, geld op te halen, bewustzijn te kweken en lokale bewegingen politiek en moreel te steunen (Garofalo, 1992; Street, 1997). Dit

kan eveneens leiden tot een respectabeler imago voor de popmuziek (Cloonan & Street, 1997).

Signalen

Jongeren kunnen via deze vorm van popularisering vooral politieke signalen opdoen als artiesten hun politieke standpunten verwerken in teksten en video-clips. Diverse onderzoeken laten zien dat de meeste clips weliswaar over liefde gaan, maar ook dat politiek een regelmatig terugkerend onderwerp is (Christenson & Roberts, 1998). Baxter et al. (1985) laten zien dat 15% van de clips politiek bevat: symbolen of gedragingen die staan voor politieke instituties of politieke onderwerpen. Sherman en Dominick (1986) stellen dat 7% van de clips gaat over politiek en de naleving van de wet, en Brown en Campbell (1986) beweren dat een kwart van de clips op MTV over sociaal protest gaat, zoals verzet tegen een nucleaire oorlog, onderdrukking van arbeiders en vooroordelen.⁵ Jongeren kunnen ook met de politieke standpunten van artiesten in aanraking komen als ze popconcerten bezoeken. Hier kunnen artiesten politieke thema's aan de orde stellen, zoals honger in Afrika, apartheid, vrede, politieke gevangenen, milieuvervuiling, racisme, AIDS, kindermishandeling en daklozen (Garofalo, 1992). Dergelijke concerten richten zich vaak op liefdadigheid, maar gaan ook een stap verder door misstanden aan te klagen en politieke autoriteiten uit te dagen (Ullestad, 1992). De mate waarin jongeren op deze manieren met politiek in aanraking komen, lijkt vooral afhankelijk van hun muziekvoorkeur. De mate waarin politieke onderwerpen aan de orde komen verschilt sterk bij de verschillende muziekgenres (Tapper, Thorson, & Black, 1994). In sommige genres is een politieke boodschap zeer ongebruikelijk, terwijl dit in andere bijna van artiesten wordt geëist (Street, 2002). Met name rap wordt regelmatig met politiek in verband gebracht (Martinez, 1997; McDonnell, 1992; Stapleton, 1998).

Fans van rapmuziek vinden de teksten relatief belangrijk (Arnett, 1991; Christenson & Roberts, 1998). Rap gaat bijvoorbeeld vaak over discriminatie van Afro-Amerikanen in de V.S. en vormt voor burgers zonder sociale en politieke macht een belangrijke communicatievorm. Ze gaan met deze muziek in tegen geïnstitutionaliseerde discriminatie, racisme en verpaupering in de steden (Martinez, 1997). Rapmuziek geeft zwarte jongeren in de binnensteden een manier om hun frustraties te uiten en levenslessen te vertellen aan anderen (Stapleton, 1998). Zelfs nu rapmuziek onder brede lagen van de jongeren populair is geworden, zijn de teksten nog steeds gericht tegen de gevestigde orde, trekken ze de geloofwaardigheid van de politie in twijfel of bekritisieren ze het gebrek aan aandacht voor armen in de gezondheidszorg. De teksten drukken boosheid uit over racisme in heden en verleden en suggereren soms zelfs dat de blanke elite genocide wil plegen op Afro-Amerikanen (Martinez,

1997). Rap roept zowel op tot individuele als collectieve actie; pogingen de eigen sociale, politieke en economische status te verbeteren, maar ook het bevechten van de algemene omstandigheden waaronder racisme en discriminatie ontstaan (McDonnell, 1992). In Nederlandse berichtgeving over hiphop komen soortgelijke thema's voor: hiphop wordt geïntroduceerd als een subcultuur die voortkomt uit de Afro-Amerikaanse gettocultuur: criminaliteit, racisme en *gang wars* staan hierin centraal (Wermuth, 2002).

Receptieonderzoek laat zien dat mediateksten op diverse manieren kunnen worden geïnterpreteerd. De interpretaties van jongeren hangen vooral af van de duidelijkheid en consistentie waarmee een artiest een bepaalde boodschap naar voren brengt (Berry & Shelton, 1999). Videoclips bevatten dikwijls politieke onderwerpen, maar deze worden zelden in een expliciet politieke context geplaatst (Bennett & Ferrell, 1987). Het is dan ook onzeker of jongeren politieke videoclips ook met politiek in verband brengen. Onderzoek suggereert dat dit niet altijd het geval is. Jongeren interpreteren teksten vaak letterlijk en vatten symbolen en metaforen soms anders op dan door artiesten werd beoogd (Brown & Schulze, 1990; Prinsky & Rosenbaum, 1987). Zo staat Bruce Springsteen's *Born in the USA* bekend als een nationalistisch nummer, terwijl het gaat over een Vietnam-veteraan die geen baan kan vinden (Jaffee, 1987). De teksten van nummers komen voor jongeren vaak op de tweede plaats (Christenson & Roberts, 1998). Ook bij popconcerten met een politieke dimensie zijn sommige jongeren zich er niet van bewust dat het om politieke informatie gaat; ze vangen daardoor geen politieke signalen op. Deze concerten zijn namelijk vaak een vorm van liefdadigheid, zoals het opkomen voor de armen en onderdrukten, waarbij het politieke aspect vooral op de achtergrond aanwezig is (Cloonan & Street, 1997).

Diverse onderzoeken suggereren desondanks dat artiesten zo politieke signalen kunnen overbrengen. Barnhurst (1998) suggereert dat artiesten via hun muziek in staat zijn kinderen te laten nadenken en zich zorgen te laten maken over bepaalde onderwerpen. Jackson (2002) laat zien dat rappers het vaker eens zijn met politieke boodschappen van rapartiesten dan met boodschappen die niet door deze artiesten worden onderschreven. De fans van rockmuziek zijn het tevens vaak eens met de boodschappen van hun idolen (Jackson, 2002). Onderzoek laat dan ook een verband zien tussen politieke houdingen en muziekvoorkeuren (Christenson & Roberts, 1998; Fox & Williams, 1974; Peterson & Christenson, 1987) en burgers gebruiken in politieke discussies de uitspraken van bekende personen als hoogwaardige informatiebron (Delli Carpini & Williams, 1994).

Oordelen

Er is nauwelijks onderzoek naar hoe jongeren over de politieke uitingen van artiesten oordelen. Het beschikbare onderzoek levert bovendien tegenstrijdige resultaten op. Zo laat Jones (2005) zien dat kijkers van talkshows veel interesse hebben in de politieke mening van sterren. Hoewel kijkers denken dat sterren hier weinig kennis over hebben, is dit voor hen geen probleem, omdat ze zelf deze kennis eveneens ontberen. Ze zien als het ware hun eigen meningen terug op televisie en ervaren deze als representatief voor de bevolking (Jones, 2005). CYPU (2002) beweert echter dat jongeren niet altijd enthousiast zijn over artiesten die hun politieke standpunten laten horen. Slechts een kwart van de Britse jongeren vindt het goed als beroemdheden als popartiesten en voetballers zich over politieke onderwerpen uitspreken. Jongeren vinden dit kunstmatig overkomen of denken dat artiesten hun voorkeuren liever niet openbaar maken. Ze vinden dat politieke uitspraken van artiesten een verkeerde reden zijn voor jongeren om geïnteresseerd te raken in politiek. Jongeren gaan er impliciet vanuit dat dit wel werkt, maar vooral omdat jongeren gek zijn op artiesten (CYPU, 2002).

Politieke fictie

De derde vorm van popularisering van politiek is als politici in populaire cultuur worden nagespeeld. Dit kunnen zowel imitaties van bestaande politici als fictieve politici zijn in uiteenlopende genres, zoals comedyseries, dramaseries en films. Er bestaan hierbinnen verschillende subgenres, zoals films over verkiezingscampagnes, politieke thrillers en politieke biografieën (Scott, 2000). Films over politiek zijn dan ook zeer divers. Komiek Ali G gaat in zijn film *Ali G Indahouse* de politiek in, gekleed als gangsta rapper in een geel trainingspak, een zwarte muts, zonnebril, ringbaartje en kilo's ringen en kettingen. Zijn buurthuis zal om financiële redenen verdwijnen en Ali G probeert dit te voorkomen door de politiek in te gaan. Andere films geven een ander beeld van politiek. In *JFK* wordt de moord op John F. Kennedy gereconstrueerd aan de hand van een complottheorie, in *Love Actually* wordt een premier verliefd op zijn dienstmeisje en in *Wag the Dog* zet een Amerikaanse president een oorlog met Albanië in scène om de aandacht af te leiden van een seksschandaal (e.g. Gianos, 1998; Scott, 2000). Ook andere fictie laat uiteenlopende beelden van politiek zien. Zo wordt in de Nederlandse comedyserie *Gemeentebelangen* de draak gestoken met gemeentepolitiek op het platteland en in *Spin City* probeert Michael J. Fox als plaatsvervangend burgemeester ervoor te zorgen dat zijn baas bij allerlei kwesties niet in verlegenheid wordt gebracht. In een dramaproductie als *The West Wing* wordt het dagelijkse functioneren van de Amerikaanse president belicht en in *Goede Tijden Slechte Tijden* heeft Ludo politieke aspiraties.

Politiek komt voor in fictie, omdat schrijvers, regisseurs of programmamakers door bepaalde politici, politieke ontwikkelingen of gebeurtenissen werden geïnspireerd. De filmindustrie reageert binnen enkele jaren op waar gebeurde gebeurtenissen (Neve, 2000). Zo is de politieke thriller beïnvloed door de ineenstorting van de Sovjet-Unie aan het einde van de jaren tachtig en zijn films over verkiezingscampagnes zowel een imitatie van als een rolmodel voor echte campagnes. De persoonlijkheden van politici worden in campagnes steeds belangrijker, en dit loopt parallel aan deze films. Hollywood speelt daarmee een belangrijke rol in het toenemende belang van politici als persoonlijkheden. Scott (2000) stelt dat de Amerikaanse regering Clinton betere verhalen heeft opgeleverd dan in films ooit mogelijk was geweest. Ook politieke comedy is sterk afhankelijk van de periode waarin deze is gemaakt. De comedy reflecteert de politieke situatie en daagt die uit. Komieken volgen in dit werk vooral sociale trends en leiden deze niet. Ze moeten deze trends identificeren om er in hun werk iets mee te kunnen doen (Wagg, 1998).

Signalen

Er bestaat geen onderzoek naar de politieke signalen die jongeren via politieke fictie opdoen. Uit de vele voorbeelden van politieke fictie blijkt dat politiek regelmatig in geringe mate in fictie aan de orde komt en dat jongeren op deze manier dus politieke signalen kunnen opdoen. Verschillende onderzoekers wijzen er echter op dat politieke films niet populair zijn bij een groot publiek, zelden een kassucces vormen en onder jongeren zelfs helemaal niet succesvol zijn (Neve, 2000; Scott, 2000). Ook CYPU (2002) suggereert dat jongeren vaak niet enthousiast zijn over deze genres. Zo vinden Britse jongeren dat politiek op zichzelf interessant moet zijn en niet onderhoudend. Hoewel dit suggereert dat jongeren politieke fictie niet opzoeken, kunnen ze hier wel terloops mee in contact komen als algemene films of series kortstondig politiek in hun verhaal verwerken.

Oordelen

Beavers (2002) suggereert dat burgers via fictie politieke kennis kunnen opdoen en zo politiek beter kunnen doorgronden. Ze kunnen van series als *The West Wing* leren dat politici hun speeches niet spontaan uitspreken, maar dat deze vooraf door anderen zijn geschreven. Burgers kunnen leren wat het betekent om macht te hebben en zien dat de president binnen een team functioneert, dat medewerkers veel voor hem doen en invloed op hem uitoefenen. Volgens Beavers kunnen jongeren zo over politiek leren, mits het hen duidelijk is dat het om fictie gaat. Het is namelijk belangrijk jongeren te informeren over wat series verkeerd in beeld brengen ten opzichte van de werkelijkheid. Docenten en opvoeders moeten deze series daarom in een breder perspectief

plaatsen (Beavers, 2002). Politieke fictie geeft jongeren vooral een beeld van de politiek van binnenuit. Ze kunnen zo zien hoe de politiek (volgens de makers) in de praktijk werkt. Hun mogelijke inzicht hangt sterk af van de specifieke productie. Zo geven sommige producties vrijwel geen informatie over politiek, terwijl andere juist heel veel gegevens verstrekken.

Aangezien politieke fictie invloed kan hebben op politieke kennis, kan het ook invloed hebben op oordelen over politiek. Politieke fictie kan politieke houdingen in verschillende richtingen beïnvloeden. Zo worden sommige films over verkiezingen en verkiezingscampagnes opgehangen aan een politicus met een slechte persoonlijkheid, waarmee ze laten zien dat politici niet representatief en corrupt zijn. In politieke thrillers staan politieke samenzweringen centraal, zoals in *JFK* (Scott, 2000). Films in de jaren negentig geven vooral een pessimistisch beeld van politiek. Hieruit spreekt steeds minder respect voor de politiek, zoals het opblazen van het Witte Huis in *Independence Day* (Neve, 2000). In veel films worden politici geportretteerd als corrupt (Street, 2001) en comedy richt zich op ontevredenheid over de politiek (Wagg, 1998). Fictie kan echter ook tot positievere ideeën over politiek leiden. Zo geeft de Amerikaanse televisieserie over het Witte Huis *The West Wing* de politiek een menselijk gezicht (Beavers, 2002). Via films kunnen kijkers meer te weten komen over de persoonlijkheden van politici en een intiemere band met hen opbouwen (Neve, 2000). Onderzoek laat dan ook zien dat politieke fictie invloed heeft op hoe studenten over politiek denken. Na het zien van *The West Wing* vinden ze de zittende president Bush gedisciplineerder en charmanter dan ervoor. Ze vinden zijn voorganger Bill Clinton eveneens charmanter en schatten de waarde die hij aan principes hecht hoger in (Holbert et al., 2003). De wisselwerking tussen politiek en fictie wordt tevens geïllustreerd doordat kranten over politiek spreken in termen van soap en dat politieke campagnes soap-elementen gebruiken. Televisiegenres bieden op deze manier een narratief om over politiek te spreken en een perspectief om politiek te begrijpen (Van Zoonen, 2005).

Conclusie

Het beperkte onderzoek naar popularisering van politiek laat zien dat politiek regelmatig voorkomt in populaire cultuur: politici treden op in amusement en infotainment, artiesten uiten hun politieke standpunten en politiek vormt een onderwerp in fictie. Zo valt te verwachten dat jongeren op regelmatige basis met diverse gepopulariseerde vormen van politiek in aanraking komen. Inhoudsanalyses laten inderdaad zien dat burgers via gepopulariseerde vormen van politiek zowel traditionele politieke informatie over beleid en standpunten, als andersoortige politieke informatie kunnen opdoen over zaken als de persoonlijkheid, het privé-leven en het charisma van politici. Dit kan hun

kijk op politiek zowel negatiever als positiever maken. Zo wordt bij gepopulariseerde politiek regelmatig gerefereerd aan negatieve beelden over politiek, zoals het beeld dat politici alleen op eigen belang uit zijn, maar geven diezelfde vormen van popularisering ook mogelijkheden aan burgers zich in politici te verplaatsen. In combinatie met hoofdstuk drie is het daarmee de vraag in hoeverre inactieve en actieve jongeren op verschillende manieren betekenis geven aan gepopulariseerde politiek. Hoewel hier nauwelijks gegevens over bestaan, kunnen op basis van bestaand onderzoek wel enkele verwachtingen worden geformuleerd.

Actieve jongeren doen niet alleen op diverse traditionele manieren politieke signalen op, maar ook via populaire cultuur. Voor hen is gepopulariseerde politiek vermoedelijk geen belangrijke informatiebron, omdat ze over genoeg andere informatiebronnen beschikken. Actieve jongeren hebben een positieve houding tegenover politiek en komen op traditionele manieren regelmatig met positieve boodschappen in aanraking. Via gepopulariseerde vormen van politiek komen er bij hen ook negatieve boodschappen binnen evenals informatie die ze via traditionele kanalen niet of nauwelijks ontvangen, zoals over het privé-leven van politici. Gepopulariseerde vormen van politiek verhogen dus vermoedelijk de diversiteit aan signalen, waardoor de jongeren een grotere diversiteit aan oordelen kunnen ontwikkelen. Desondanks is het waarschijnlijk dat deze jongeren de meeste politieke signalen via traditionele kanalen blijven opdoen en dat gepopulariseerde vormen van politiek voor hen een marginale rol spelen.

Inactieve jongeren doen via traditionele wegen juist weinig politieke signalen op. Zij ontlopen de politiek immers. Voor deze jongeren kan populaire cultuur wel een relatief belangrijke informatiebron vormen over politiek en een manier om politieke signalen op te vangen. Omdat politiek alleen incidenteel thema is van populaire cultuur, worden ze er onverwachts en onvoorbereid mee geconfronteerd. Baum (2002) noemt deze politieke informatie een 'free bonus', een toevallig bijproduct van het kijken naar amusement. Voor deze jongeren kan populaire cultuur een relatief belangrijke informatiebron vormen over politiek en een manier om politieke signalen op te vangen. Deze jongeren ontwikkelen via traditionele kanalen vooral negatieve oordelen over politiek; popularisering biedt hen de mogelijkheid tevens positieve oordelen te ontwikkelen. Ze kunnen zo diverse vormen van traditionele en niet-traditionele politieke informatie opdoen, waar ze voorheen nauwelijks over beschikten. Net als actieve jongeren pikken de inactieve jongeren zo waarschijnlijk meer signalen op en kunnen ze een bredere diversiteit aan oordelen ontwikkelen. Inactieve jongeren kunnen zich door gepopulariseerde politiek wellicht ontwikkelen tot 'monitorial citizens'. Dit is echter onzeker, omdat sommige jongeren popularisering niet in een politiek kader plaatsen en daarom ook op deze manier geen politieke signalen opvangen.

METHODE

In hoofdstuk twee zijn aan de hand van de begrippen publieksdemocratie, ‘monitorial citizenship’ en politieke sensitiviteit drie deelvragen geformuleerd: hoe komen jongeren met politieke signalen in aanraking, welke oordelen hebben ze over politiek en wat doen ze met politiek? Uit hoofdstuk drie en vier bleek dat er weinig antwoorden zijn op deze vragen. Uit veel onderzoek blijkt weliswaar hoe jongeren politieke signalen oppikken, maar er is weinig bekend over hun oordelen over politiek, wat ze met politiek doen en de rol van popularisering bij deze vragen. Vooral over dat laatste wordt veel gespeculeerd. Sommigen beweren dat popularisering een bedreiging vormt voor de democratie, waar anderen er juist een manier in zien om burgers bij de politiek te betrekken. In dit onderzoek staan dus vragen centraal waar bestaand onderzoek nauwelijks antwoord op heeft. Daarom worden een open onderzoeksaanpak en kwalitatieve onderzoeksmethoden gebruikt. Er wordt gewerkt aan de hand van de gefundeerde theoriebenadering, die als doel heeft systematisch nieuwe theoretische inzichten te ontwikkelen. Dit hoofdstuk bespreekt eerst het onderzoeksdesign. Vervolgens komen de deelstudies aan de orde: twee ronden diepte-interviews en focusgroepen. Tot slot volgen enkele opmerkingen over de kwaliteit en de rapportage van de onderzoeksresultaten.

Onderzoeksdesign

De gefundeerde theoriebenadering is in de jaren zestig ontwikkeld door Glaser en Strauss (1967). In deze periode bestond in de sociologie een voorkeur voor kwantitatieve methoden. Sociologen vonden kwalitatief onderzoek impressionistisch, onsystematisch en onwetenschappelijk; ze zagen het als een vorm van vooronderzoek ter verfijning van kwantitatieve meetinstrumenten (Charmaz, 1995: 29). Glaser en Strauss waren het echter oneens met deze visie en introduceerden de gefundeerde theoriebenadering. Kwalitatief onderzoek was volgens hen op zichzelf waardevol omdat het systematisch theorie kan ontwikkelen op basis van data. Theorieontwikkeling wordt in deze benadering een onder-

zoeksdoel op zich. Glaser en Strauss meenden dat gefundeerde theorieën superieur zijn aan theorieën die op basis van assumpties van de onderzoeker zijn geformuleerd, omdat ze passen bij de data, een verklaring bieden voor het bestudeerde fenomeen, een voorspellende waarde en een hoge relevantie hebben. Hun benadering zou het beeld weerleggen dat kwalitatief onderzoek alleen beschrijvend en onwetenschappelijk is (Glaser & Strauss, 1967).

In deze benadering schuilt volgens Kelle (1997) het gevaar van de mythe dat kwalitatief onderzoek geheel inductief van aard is. Glaser en Strauss (1967) suggereren namelijk dat onderzoekers zonder theoretische bagage en met een volledig open blik een bepaald fenomeen moeten bestuderen en dat alleen deze werkwijze tot gefundeerde theorie kan leiden.¹ Volgens Kelle (1997) is dat echter onmogelijk:

[O]ne of the most crucial and widely accepted insights of contemporary epistemology and cognitive psychology is the fact that 'there are and can be no sensations unimpregnated by expectations' (Lakatos, 1982: p.15). This is not only true for scientific knowledge, but also for the common sense knowledge that provides the actors in a given empirical domain with the 'lenses' and conceptual networks that serve as a means for structuring everyday experience. The philosophical critique of inductivism highlights the role of previous knowledge as one of the crucial prerequisites of *Fremdverstehen* (Kelle, 1995: p.38): Qualitative researchers who investigate a different form of social life always bring with them their own lenses and conceptual networks. They cannot drop them, for in this case they would not be able to perceive, observe and describe meaningful events any longer – confronted with chaotic, meaningless and fragmented phenomena they would have to give up their scientific endeavour (Kelle, 1997).

In dit onderzoek vond eerst een literatuurstudie plaats, die inzicht gaf in de lacunes in de bestaande kennis. Daarmee gaf de literatuurstudie het onderzoek een doel en een richting (Cutcliffe, 2000). Vervolgens zijn twee ronden diepte-interviews uitgevoerd en werden focusgroepen afgenomen. Deze verschillende methoden kunnen niet alleen afwijkende resultaten opleveren ten opzichte van de literatuur, maar ook onderling verschillende aspecten van hetzelfde fenomeen aan het licht brengen (Silverman, 2001: 233-5). Op het moment dat verschillende methoden verschillende uitspraken opleveren of bestaand onderzoek tegenspreken, moet de onderzoeker deze resultaten interpreteren, bijvoorbeeld door te kijken naar de verschillende contexten waarbinnen de deelstudies plaatsvonden (Olshansky, 1996: 402-4).

Zowel diepte-interviews als focusgroepen leggen veel nadruk op taal. De data kunnen daarmee op twee manieren worden opgevat. Als taal wordt opgevat als representatie van de werkelijkheid, leveren interviews en focusgroepen

feiten op over hoe jongeren met politieke signalen in aanraking komen, hoe ze over politiek oordelen en wat ze doen met politiek. Taal kan ook worden opgevat als een vorm van sociale actie die de werkelijkheid construeert. Het gaat er dan niet om of gebeurtenissen die jongeren noemen echt hebben plaatsgevonden of dat ze hun 'ware mening' rapporteren (e.g. Wetherell, Taylor, & Yates, 2001), maar om hoe jongeren een beeld van zichzelf laten zien. Praten wordt dan gezien als een manier om jezelf te presenteren in relatie tot anderen (Buckingham, 2000: 62-3; Gamson, 1992). Veel onderzoeken nemen op dit continuüm een tussenpositie in. Het probleem is dat het onduidelijk is wanneer er sprake is van representatie en wanneer niet. Dit is fundamenteel onoplosbaar, aangezien men alleen via discours meer over de respondenten te weten kan komen. In dit onderzoek wordt discours opgevat als een representatie van interpretaties, meningen en gedragingen van respondenten, maar deze uitspraken worden niet zonder meer voor 'waar' aangenomen. Liebes en Katz (1990: 28-30) beweren dat interviews en focusgroepen onnatuurlijke situaties zijn; er is sprake van een context en een manier van praten die afwijkt van alledaagse gesprekken. Focusgroepen en interviews zijn langer, gedetailleerder, serieuzer en abstracter dan gewone conversaties. Deze context beïnvloedt de uitspraken; respondenten doen deze niet zonder meer in andere situaties. De onderzoeker moet de gedane uitspraken dus binnen de context van het interview of de focusgroep bekijken, zonder uit het oog te verliezen dat ze naast een vorm van sociaal gedrag, ook meningen en gedragingen kunnen representeren.

In de interviews en focusgroepen kwamen de drie vormen van popularisering die in hoofdstuk vier zijn besproken aan de orde: populaire cultuur als politiek podium, artiesten als politieke actoren en politieke fictie. Steeds werden voorbeelden van gepopulariseerde politiek besproken aan de hand van teksten of videofragmenten. Een overzicht van de thema's staat in tabel 5.1. Dit overzicht laat zien dat tijdens de dataverzamelingsronden uiteenlopende voorbeelden van popularisering aan de orde kwamen. Deze voorbeelden komen verderop uitgebreider ter sprake.

Het onderzoek heeft ten doel jongeren te onderzoeken die representatief zijn voor de Nederlandse jeugd. Aangezien dit moeilijk te bereiken is met kwalitatief onderzoek, zijn zo divers mogelijke respondenten geselecteerd op basis van opleiding, geslacht, leeftijd en etniciteit. Door deze groepen te onderscheiden probeerde de onderzoeker, in de termen van Glaser en Strauss (1967), de verschillen tussen respondenten te maximaliseren. Daarnaast worden twee groepen jongeren onderscheiden op basis van hun politieke activiteiten, die eerder in hoofdstuk twee zijn beschreven: (politiek) actieve jongeren en (politiek) inactieve jongeren. Actieve jongeren voeren politieke activiteiten uit in politieke organisaties, zoals een politieke partij, een politieke jongerenorgani-

satie of een jongerenraad. Deze jongeren voldoen aan het ideaal van de geïnformeerde burger en doen op uiteenlopende manieren politieke signalen op. Inactieve jongeren voeren daarentegen geen activiteiten uit bij politieke organisaties, participeren slechts incidenteel, zoals bij verkiezingen, en zijn verder niet politiek actief. Wel bevat deze groep zogenaamde *maatschappelijk* actieve jongeren, die vrijwilligerswerk doen bij organisaties zoals Amnesty International, Loesje, scouting en de milieubeweging. Op basis van de literatuur kan worden verwacht dat ze door deze activiteiten politieke signalen opdoen en dat het een opstap vormt naar politieke activiteiten in enge zin (Van Deth & Leijenaar, 1994). Omdat uit de analyses bleek dat deze maatschappelijk actieve jongeren nauwelijks verschillen van de inactieve jongeren, worden ze toch bij deze groep ingedeeld. Op de punten waar ze wél afwijken, wordt dit in de rapportage vermeld.

TABEL 5.1: Onderzochte thema's

	<i>Diepte-interviews</i>	<i>Focusgroepen</i>
Populaire cultuur als politiek podium	<ul style="list-style-type: none"> – Politiek jongerenprogramma <i>Lijst Nul</i> (diverse thema's) – Politieke campagne <i>Choose or Lose</i> van MTV – Politieke houseparty van GroenLinks 	<ul style="list-style-type: none"> – Reportage van <i>Lijst Nul</i> over de uitstraling van Mat Herben – Interview uit <i>TV-Show</i> met Haitske van der Linde
Artiesten als politieke actoren	<ul style="list-style-type: none"> – Sterren spreken zich bij <i>A Tribute to Heroes</i> uit voor de oorlog tegen het terrorisme – U2 zet zich in voor de schulden van ontwikkelingslanden 	<ul style="list-style-type: none"> – Videoclip <i>Kutmarokkanen??!</i> van Raymzter – Videoclip <i>Shoot the Dog</i> van George Michael
Politieke fictie		<ul style="list-style-type: none"> – Comedyserie <i>Gemeentebelangen</i> over asielzoekerscentrum – Comedyserie <i>Gemeentebelangen</i> over handjeklappcultuur

In dit onderzoek zijn de data gecodeerd met behulp van de codeerprocedure van de gefundeerde theoriebenadering: de constant vergelijkende methode. Hiermee vergelijkt de onderzoeker cases op een systematische manier. Cases zijn bijvoorbeeld interviews, personen, organisaties of landen (Glaser & Strauss, 1967). De vergelijking van de cases gebeurt in fases. Allereerst bekijkt de onderzoeker de cases op zich. Vervolgens vergelijkt hij cases binnen een specifieke groep, bijvoorbeeld actieve jongeren. Tot slot zet hij de inactieve jongeren en actieve jongeren naast elkaar (zie: Boeije, 2002). Zo ontstaan concepten

over een bepaald sociaal fenomeen en tevens relaties tussen deze concepten. De onderzoeker stelt deze steeds weer ter discussie: bij elke nieuwe case onderwerpt hij zijn eerder opgedane inzichten aan een test. Zijn vraag is steeds of de case past binnen het eerder ontwikkelde model of dat dit model in het licht van de nieuwe case moet worden aangepast. Als cases op elkaar lijken, is dit volgens Glaser en Strauss bewijs voor het bestaan van een bepaald feit: er vindt replicatie plaats (1967: 23-27). Aan het begin van het onderzoek bestaat er nauwelijks inzicht in het bestudeerde fenomeen en zijn de ideeën van de onderzoeker nog grotendeels speculatief. Het model krijgt vorm door meer cases met elkaar te vergelijken. Pas als veel cases zijn vergeleken, ontstaat een consequent beeld en vindt er bij vergelijking vooral replicatie plaats. De theorie past naarmate het onderzoeksproces vordert dus steeds beter bij de data.

Diepte-interviews

Er vonden eerst diepte-interviews plaats, waarbij de reconstructie van het gezichtspunt van de respondenten centraal stond. De interviewer probeert zich tijdens het gesprek in de respondent te verplaatsen en hem of haar zo goed mogelijk te begrijpen. Hij laat elke respondent zo veel mogelijk zijn of haar eigen verhaal vertellen, door een open houding aan te nemen. Het gesprek heeft daarom geen vastomlijnde structuur (Wester, 1991). De interviewer reageert vooral op de uitspraken van de respondent. Op deze manier kunnen ook onderwerpen aan de orde komen die niet vooraf waren gepland, maar toch belangrijk zijn (e.g. Rubin & Rubin, 1995: 5-10). Bij dit proces van 'role-taking' probeert de interviewer zich neutraal en invoelend voor te doen. Het blijft de vraag of hier echt sprake van is. De interviewer is immers niet neutraal en heeft juist ideeën over de gespreksonderwerpen, wat een rol zou kunnen spelen bij hoe het interview verloopt. Tevens is nooit zeker of de interviewer de respondenten wel juist aanvoelt; het onderzoek is er immers juist op gericht om erachter te komen hoe de respondenten begrepen moeten worden. Pas later in het onderzoek is hij in staat deze empathische rol goed te vervullen, maar zelfs dan kan hij er nooit zeker van zijn dat hij de respondent volledig begrepen heeft. Het is daarom van belang dat de interviewer zich bewust is van het gebrek aan neutraliteit, dat nu eenmaal eigen is aan elke interviewer, zodat dit het onderzoek zo min mogelijk schaadt (e.g. Rubin & Rubin, 1995).

Bij de selectie van respondenten werd rekening gehouden met de eerder genoemde kenmerken: leeftijd, opleiding, geslacht, etniciteit en politieke of maatschappelijke activiteiten. Zo werd de groep geïnterviewden zo divers mogelijk. De kenmerken van de respondenten staan in tabel 5.2.

TABEL 5.2: Respondenten diepte-interviews (n=28)

Kenmerk	n	Percentage
Politiek inactief	24	86%
Politiek actief	4	14%
Vrijwilliger	11	39%
VMBO / MBO	9	32%
HAVO / HBO	6	21%
VWO / WO	13	46%
Jongen	10	36%
Meisje	18	64%
Allochtoon	2	7%
Autochtoon	26	93%
14-15 jaar	5	18%
16-17 jaar	9	32%
18-19 jaar	6	21%
20-21 jaar	5	18%
22-23 jaar	1	4%
24-25 jaar	2	7%

De vraag is hoe deze respondenten zich verhouden tot de populatie van de Nederlandse jeugd. De respondenten werden aanvankelijk geselecteerd via persoonlijke contacten van de onderzoeker en jongerenorganisaties op politiek en maatschappelijk gebied. Dit leverde een oververtegenwoordiging op van hoger opgeleide en actieve respondenten. Zij waren namelijk het meest gemotiveerd om aan het onderzoek mee te werken. De Greef (2002) laat zien dat dit een algemeen fenomeen is: het is moeilijk ongeïnteresseerde, niet-actieve kiezers te vinden die willen deelnemen aan interviews over politiek. De onderzoeker plaatste daarom een oproep in het jongerenblad *Hitkrant* om deel te nemen aan een onderzoek over mediagebruik. Om het aantal reacties te verhogen werd een financiële vergoeding toegezegd. Dit vormt een betere motivatie voor respondenten om deel te nemen dan een grote politieke interesse (cf. Gamson, 1992). Het woord politiek werd in de advertentie bewust vermeden om ongeïnteresseerde jongeren niet af te schrikken.² Uit de veertig reacties werden veertien inactieve respondenten geselecteerd op basis van hun demografische kenmerken. Op deze manier ontstond alsnog een gevarieerde groep. Na 28 interviews kwamen er geen nieuwe begrippen uit de interviews naar voren en werd deze ronde van dataverzameling beëindigd. Er was op dat punt, in de termen van Glaser en Strauss (1967), sprake van verzadiging.

De diepte-interviews hadden als doel om de ervaringen van jongeren met politiek en gepopulariseerde vormen van politiek in kaart te brengen. De interviews duurden gemiddeld anderhalf uur en werden gestructureerd aan de hand van een topic-lijst, waarvan eventueel werd afgeweken. Na algemene vragen over het dagelijks leven en het mediagebruik van de respondent, kwamen verschillende verbanden tussen politiek en populaire cultuur aan de orde. De respondenten lazen korte teksten over deze thema's. Om te beginnen werd aandacht besteed aan populaire cultuur als politiek onderwerp. De onderzoeker legde hen enkele thema's voor, die voor de respondenten persoonlijk relevant kunnen zijn en naar aanleiding waarvan zij wellicht politieke activiteiten willen ondernemen. Zo kwam allereerst de manier waarop jongerenbladen het over seks hebben aan de orde. CDA-politici maakten zich destijds zorgen over naaktfoto's van jongeren en verhalen over seks in deze bladen. Dit zou een schadelijke invloed hebben op de jeugd (De Mik, 2001). Daarna kwam een gewelddadig computerspel aan de orde, waarin spelers worden aangezet tot alcoholmisbruik, drugsgebruik, overvallen en vernielingen. Politici waren destijds bang dat dit spel hooligans op slechte ideeën zou brengen en meer geweld tot gevolg zou hebben (VARA, 2001). Tenslotte kwam de death-metalband *Zyklon* ter sprake, waarvan de gemeente Groningen in mei 2001 een concert wilde verbieden, omdat de band rechts-extreme sympathieën zou hebben en zou aanzetten tot vreemdelingenhaat (*NRC Handelsblad*, 2001a, 2001b). Na deze onderwerpen kwamen twee vormen van gepopulariseerde politiek aan de orde. Respondenten gaven hun mening over populaire cultuur als politiek podium. Ze bespraken een houseparty van GroenLinks in 1994 (waarmee de partij aandacht wilde schenken aan haar standpunten over drugs), en specifiek een daar gehouden toespraak en dansende politici (De Visser, 1994; *Trouw*, 1994; Van Zwol, 1994).³ Vervolgens praatten ze over de campagne *Choose or Lose*, waarmee de Amerikaanse MTV politiek relevant en hip voor jongeren wilde maken, mede door aandacht te besteden aan persoonlijke informatie over politici, zoals de boxershorts van Bill Clinton (Sandler, 2000; Smillie, 1992; Smillie & McKay, 1992). Ten slotte hadden ze het over artiesten die zich inzetten voor politieke doelen. Het eerste thema dat daarbij naar voren werd gebracht, ging over *A Tribute to Heroes*, een liefdadigheidsconcert voor de slachtoffers van de aanslagen op 11 september 2001. Er was aandacht voor de popsterren die daar hun steun uitspraken voor de oorlog tegen het terrorisme en het nummer dat popzanger Michael Jackson speciaal voor deze gelegenheid schreef (E-Online, 2001; Fox, 2001). Het tweede thema ging over de politieke standpunten van U2-zanger Bono en zijn acties voor de *Drop the Debt*-campagne ter verlichting van de schulden van ontwikkelingslanden.

De analyse begon direct na het afnemen van de eerste interviews, conform het uitgangspunt van de gefundeerde theoriebenadering dat data tegelijk moe-

ten worden verzameld en geanalyseerd (Glaser & Strauss, 1967). Na het afnemen en transcriberen van de eerste veertien interviews werden deze geanalyseerd. De analyse bestond aanvankelijk uit het doorlezen van de transcripten, waarna de data werden omgezet in proposities: zinnen waarin respondenten bepaalde ervaringen, meningen of ideeën weergeven, en relaties leggen tussen deze zaken. Deze proposities zijn de kleinste onderdelen waaruit de data zijn opgebouwd: er wordt een begrip in omschreven of een relatie tussen twee begrippen gelegd. Vervolgens vindt clustering van deze proposities plaats. Glaser (1992) noemt dit ‘open coderen’. Dit gebeurt door middel van de constant vergelijkende methode. De onderzoeker clustert hierbij proposities die volgens hem bij elkaar horen en verwijzen naar hetzelfde begrip. Dit leidt ertoe dat de codering diverse malen wijzigt, totdat zo veel mogelijk data op een betekenisvolle manier kunnen worden gecodeerd. Door deze clustering ontstaan begrippen die direct uit de data voortkomen en niet zijn afgeleid van bestaande literatuur of theorie. Na de eerste reeks van veertien diepte-interviews werden er nog eens veertien afgenomen, getranscribeerd en op dezelfde wijze geanalyseerd. Hierbij vormden de begrippen uit de eerste analyse het uitgangspunt. Deze transcripten werden wederom omgezet in proposities. Vervolgens werd bekeken in hoeverre de bestaande codering om aanpassing vroeg. Dit leidde tot diverse nieuwe begrippen en verdieping van de bestaande begrippen.

Toen alle interviews waren geanalyseerd, is de analyse in zijn geheel herhaald. Door de werkwijze te hanteren waarbij de codering wijzigt, ontstaat een zekere onnauwkeurigheid. Als begrippen pas aan het eind van de analyse worden ontdekt, betekent dit immers niet dat ze in de eerste interviews afwezig waren; de onderzoeker heeft ze toen alleen nog niet als zodanig herkend. Na de eerste analyseronde staan de grote lijnen van de analyse echter vast en kan er nauwkeuriger worden gecodeerd. Dat is de reden dat aan het einde, dus na de analyse van alle interviews, dezelfde data voor een tweede keer zijn geanalyseerd, waarbij de bestaande codering slechts op minimale punten wijzigde. Deze tweede analyse vond plaats met het computerprogramma QSR N6⁴, dat grote hoeveelheden kwalitatieve data op een efficiënte wijze kan helpen categoriseren en analyseren. De uitkomst van deze analyse is een lijst met richtinggevende begrippen (e.g. Glaser & Strauss, 1967).

Diepte-interviews over *Lijst Nul*

Ten tijde van de bovenstaande diepte-interviews werd het programma *Lijst Nul* uitgezonden. Dit werd aangegrepen als actueel gespreksonderwerp. Assistent-onderzoeker Ditty Samethini (2002a) voerde tijdens de eerste serie van *Lijst Nul* in 2002 vijftien interviews uit naar dit programma. Bij de tweede serie

werden hier nog vier interviews aan toegevoegd. De kenmerken van deze respondenten staan in tabel 5.3.

TABEL 5.3: Respondenten diepte-interviews Lijst annual (n=19)

Kenmerk	n	Percentage
Politiek inactief	14	74%
Politiek actief	5	26%
VMBO / MBO	3	16%
HAVO / HBO	10	53%
VWO / WO	5	26%
Opleiding onbekend	1	5%
Jongen	12	63%
Meisje	7	37%
Allochtoon	2	11%
Autochtoon	17	89%
13-15 jaar	1	5%
16-17 jaar	2	11%
18-19 jaar	5	26%
20-21 jaar	5	26%
22-23 jaar	4	21%
24-25 jaar	1	5%
26-30 jaar	1	5%

Bij deze deelstudie vond de werving van respondenten plaats via de website van het programma. De keuze viel op actieve deelnemers aan internetdiscussies, omdat zij vermoedelijk een duidelijke mening over het programma hadden. Er werden zowel jongeren met een positieve als jongeren met een negatieve mening benaderd. Deze hadden allemaal hun e-mailadres op het forum achtergelaten. Hoewel ook bij deze interviews aanvankelijk het doel was een gevarieerde groep jongeren te ondervragen, bleek dit onmogelijk, omdat er vooral relatief actieve en oudere leeftijdsgroepen aan het discussieforum deelnamen (Samethini, 2002a). Tijdens de eerste serie werden 69 jongeren benaderd, waarvan 32 reageerden. Uiteindelijk werden vijftien interviews gerealiseerd. Aangezien veel van deze respondenten naar eigen zeggen betrokken waren bij de politiek, was het tijdens de tweede serie in 2003 juist het doel inactieve jongeren te vinden die naar *Lijst Nul* keken. Dit bleek vrijwel onmogelijk. De circa honderd verstuurde uitnodigingen liepen uit op slechts vier interviews met uitsluitend actieve jongeren. Kortom, de in totaal negentien respondenten vormen zeker geen perfecte afspiegeling van de Nederlandse jeugd, omdat ze

een relatief grote interesse hebben in politiek. Desondanks neemt een meerderheid van hen niet deel aan geïnstitutionaliseerde politieke activiteiten.

In deze interviews over *Lijst Nul* was wederom sprake van een topic-lijst, waarvan de interviewer kon afwijken als daar aanleiding toe bestond. Als respondenten bijvoorbeeld aangaven dat ze hadden opgetreden in het programma, konden ze hierover vertellen. In de interviews kwam eerst het mediagebruik van de respondent aan de orde, inclusief het gebruik van nieuwsmedia. Vervolgens ging het over het televisieprogramma *Lijst Nul* en de bijbehorende website. Bij het televisieprogramma werd aandacht besteed aan het programma op zich, de presentatrices, de onderwerpen en afzonderlijke programmaonderdelen. Bij de website werd specifiek ingegaan op wat de respondent op de website deed, waarom hij deze bezocht, hoe vaak hij dit deed en wat hij er leuk aan vond. Vervolgens lazen respondenten vier teksten en spraken daarover. Deze teksten werden afgeleid van specifieke fragmenten, die exemplarisch waren voor het programma. In de eerste tekst kwam een interview met D66-lijsttrekker Thom de Graaf aan de orde, waarin de presentatrices hem voorstelden naakt te poseren voor Playboy in ruil voor zes extra zetels. Dit interview gold als voorbeeld van de brutale en afwijkende stijl van het programma. De vraag was hierbij in hoeverre deze stijl jongeren daadwerkelijk aanspreekt. De tweede tekst behandelde het belangrijkste verkiezings-thema van 2002: asielzoekers. Hierin interviewde Katja een asielzoeker die zijn mening gaf over de standpunten van verschillende partijen over asielzoekers. Katja bekritiseerde daarbij de standpunten van de VVD. De vraag aan de respondenten was hoe ze dachten over dit onderwerp en het feit dat de makers zich hierover expliciet uitten. De derde tekst was een onderwerp dat speciaal voor jonge mensen interessant kan zijn, namelijk de verspreiding van gratis condooms om het aantal seksueel overdraagbare aandoeningen en abortussen terug te dringen. De vraag hierbij was of dit type onderwerpen daadwerkelijk aantrekkelijk is voor jongeren. De vierde tekst ten slotte ging over de taal die politici gebruiken. In het fragment stelden de presentatrices VVD-lijsttrekker Hans Dijkstal voor zijn taalgebruik te vereenvoudigen tot Jip- en Janneketal⁵. Ten tijde van deze interviews was al uit de eerdere interviews gebleken dat te veel jargon een belangrijk kritiekpunt van jongeren op politici is. Doel was deze bevinding verder uit te diepen.

Deze diepte-interviews vonden gedeeltelijk in dezelfde periode plaats als de interviews die in de vorige paragraaf zijn beschreven. Om deze reden konden de resultaten van de algemene diepte-interviews slechts deels dienen als input voor de analyse. Na transcriptie van de interviews, werden ook hier proposities uitgeschreven en geclusterd op een manier die paste bij de data (open coderen). Ook hier vond de analyse tegelijk met het afnemen van de diepte-interviews plaats. Tijdens de tweede *Lijst Nul*-serie zijn er nog vier interviews aan de analyse toegevoegd en is de analyse met QSR N6 herhaald. Net als de begrippen

die uit de algemene diepte-interviews voortkomen, zijn de resultaten van deze deelstudie gebruikt als input voor de focusgroepen.

Focusgroepen

De 37 focusgroepen dienden om de resultaten uit de diepte-interviews verder uit te diepen. Hierbij kwamen dezelfde thema's in een grotere groep aan de orde, werden verschillende genres bekeken en specifiek onderscheid gemaakt tussen verschillende groepen jongeren. Een focusgroep werkt als volgt: een groep personen bespreekt een aantal onderwerpen onder leiding van een discussieleider. Net als bij diepte-interviews wordt ook hier geprobeerd alledaagse conversaties te benaderen, zonder de pretentie te hebben dat dit echt mogelijk is, omdat er ook hier sprake is van een onnatuurlijke situatie. Focusgroepen zijn vooral geschikt om groepsprocessen, -normen en -interpretaties bloot te leggen. Onderzoekers gaan er bij deze methode vanuit dat betekenisgeving in groepen plaatsvindt en een vorm van gedeelde kennis is (Bloor, Frankland, Thomas, & Robson, 2001). Focusgroepen zijn in die visie een vorm van sociale interactie, waarin betekenissen sociaal worden geconstrueerd (Lunt & Livingstone, 1996). Het verschil met diepte-interviews is dat groepsprocessen een belangrijke rol spelen (Fontana & Frey, 1998: 53-4). Naar aanleiding van de uitkomsten van de diepte-interviews lagen focusgroepen voor de hand, aangezien bleek dat sociale factoren een belangrijke rol spelen bij hoe jongeren betekenis geven aan politiek: ze verwachten dat andere jongeren niet geïnteresseerd zijn in politiek.

Er werden subgroepen gedefinieerd op basis van leeftijd, vrijwilligerswerk, politieke activiteiten en opleiding. Gezien de relatieve afwezigheid van vrijwilligers en politiek actieve jongeren onder de achttien jaar, werd besloten deze groepen niet op te nemen in het design. Bij laagopgeleide jongeren tussen 17 en 25 jaar is om praktische redenen gekozen voor scholieren en niet voor werkende jongeren, aangezien deze laatste groep slecht bereikbaar is. De keuze viel op MEO-scholieren, omdat dit type MBO een relatief evenwichtige verhouding tussen jongens en meisjes kent. Vrijwilligers kwamen van de redactie van een multicultureel jongerenprogramma van Multiculturele Televisie Nederland (MTNL)⁶ en Scouting. Laatstgenoemden waren in meerderheid niet alleen lid, maar ook leiding van een speltak. Actieve jongeren waren allen lid van een politieke jongerenorganisatie, respectievelijk het CDJA of de Jonge Socialisten.

TABEL 5.4: Subgroepen focusgroepen

	14 t/m 16 jaar	17 t/m 25 jaar
Politiek inactief, laag opgeleid	VMBO-scholieren (klas 2 en 3)	MEAO-scholieren
Politiek inactief, hoog opgeleid	VWO-scholieren (klas 2 en 3)	VWO-scholieren (examenjaar)
Politiek inactief, vrijwilligers	-	MTNL-jongerenredactie en Scouting-leden
Politiek actief	-	Leden van CDJA en Jonge Socialisten

In elke cel van tabel 5.4 vonden gemiddeld zes focusgroepen plaats. Er werden focusgroepen gehouden rond drie verschillende thema's; elk thema kwam dus binnen elke cel twee keer ter sprake.⁷ Dit is belangrijk, omdat focusgroepen soms tot heel specifieke resultaten leiden die vervolgens ten onrechte worden gegeneraliseerd. Een meerderheid van de inactieve jongeren heeft bijvoorbeeld weinig belangstelling voor politiek en doet niet mee aan politieke activiteiten. Dit is echter niet altijd het geval: sommige jongeren in deze groep zijn wel degelijk actief. In deze gevallen spraken actieve en inactieve jongeren dus samen over politiek, al bleven de inactieven altijd in de meerderheid. Per focusgroep deden minimaal drie en maximaal zeven personen mee.⁸ Drie personen gold als ondergrens, omdat er anders nauwelijks discussie mogelijk was. De meeste groepen bestonden uit vijf of zes respondenten. Hun kenmerken staan beschreven in tabel 5.5.

Bij de scholieren selecteerden leraren leerlingen die tijdens een lesuur mochten deelnemen aan het onderzoek. Het is onduidelijk hoe deze leerlingen zich verhouden tot de Nederlandse jeugd als geheel. Soms waren dit net als bij Buckingham (2000) betere leerlingen en moesten zwakkere leerlingen in de les blijven. In andere gevallen ging het juist om leerlingen die het meest bijdehand waren, de grootste mond hadden en het meest enthousiast op de vraag van de docent reageerden. Scholieren wisten niet precies waar het onderzoek over ging. Op deze manier werd selectie op basis van politieke interesse voorkomen. De vrijwilligers en actieve jongeren kwamen naar een voor hen bekende plaats om deel te nemen aan de focusgroep. Ook zij waren niet volledig bekend met de inhoud; ze wisten slechts dat het ging om onderzoek naar de maatschappelijke en politieke betrokkenheid van jongeren.⁹ Op basis van de uitkomsten van de vragenlijst – die aan het eind van de focusgroepen werd afgenomen – kan worden bekeken in hoeverre de respondenten een afspiegeling vormen van de Nederlandse jeugd. Tabel 5.6 vergelijkt de respondenten onder de achttien jaar met schoolgaande jongeren (Nuus, 2002) op het punt

TABEL 5.5: Respondenten focusgroepen (n=202)

<i>Kenmerk</i>	<i>n</i>	<i>Percentage</i>
Politiek inactief	168	83%
Politiek actief	34	17%
Vrijwilliger	35	17%
VMBO / MBO	81	40%
HAVO / HBO	22	11%
VWO / WO	88	44%
Opleiding onbekend	11	5%
Jongen	97	48%
Meisje	105	52%
Allochtoon	53	26%
Autochtoon	149	74%
13-15 jaar	66	33%
16-17 jaar	42	21%
18-19 jaar	39	19%
20-21 jaar	26	13%
22-23 jaar	17	8%
24-25 jaar	8	4%
26-30 jaar	4	2%

van politieke interesse en politieke kennis. Bij politieke interesse worden de meest geïnteresseerde respondenten vergeleken met de overige respondenten. Bij politieke kennis worden de respondenten die de vraag naar het aantal leden van de Tweede Kamer juist beantwoordden, vergeleken met de overige respondenten. Uit deze vergelijking blijkt dat de respondenten tot achttien jaar meer politieke kennis¹⁰ en meer politieke interesse¹¹ hebben dan de steekproef van Nuus.

TABEL 5.6: Vergelijking politieke interesse en politieke kennis

	<i>Schoolgaande jongeren (Nuus, 2002)</i>	<i>Respondenten focusgroepen 18 jaar of jonger</i>
n	1242	124
Politieke interesse ¹²	3%	18%
Politieke kennis	34%	64%

De focusgroepen werden gestructureerd aan de hand van topic-lijsten, waarvan kon worden afgeweken. In de focusgroepen kwam na een korte introductie een bepaald thema aan de orde. In elke groep stond een genre centraal: infotainment (populaire cultuur als politiek podium) popmuziek (artiesten als politieke actoren) of comedyseries (politieke fictie). De keuze voor popmuziek en comedyseries kwam voort uit het feit dat ze een groot publiek onder jongeren bereiken. Jongeren kijken weliswaar minder naar infotainment, maar aan dit genre doen wel relatief veel politici mee. Van elk genre werden twee fragmenten getoond. De respondenten reageerden op deze fragmenten, lieten weten of ze vaker over politiek spraken en of ze vaker naar dit soort fragmenten keken. Aan het eind van de focusgroep vulden de respondenten individueel een korte vragenlijst in over hun politieke interesses, politieke informatiebronnen en politieke activiteiten. Deze vragenlijst is opgenomen in bijlage 1.

Infotainment

In de focusgroepen over infotainment werd in de introductie gevraagd welke programma's respondenten op televisie keken. De interviewer vroeg vooral door over programma's met een informatieve inhoud of programma's waar men iets van zou kunnen leren. Dit waren veelal traditionele informatieve programma's. Indien respondenten deze programma's niet zelf noemden, werden ze door de interviewer geïntroduceerd. Vervolgens bekeken de respondenten twee interviews die draaiden om de persoon van de politicus en slechts marginaal om politieke standpunten. Respondenten moesten steeds het fragment beschrijven aan een (denkbeeldig) persoon die het niet had gezien (cf. Liebes & Katz, 1990). Vervolgens konden ze zeggen wat ze ervan vonden en kregen ze de gelegenheid er zelf details of onderwerpen uit te lichten. Vooral de rol van uiterlijk in de politiek en de vraag of deze interviews een goede manier waren om politici aandacht te geven, stonden centraal. In het eerste fragment werd LPF-lijsttrekker Mat Herben geïnterviewd voor *Lijst Nul*. De presentatrices Katja en Bridget stelden dat hij meer uitstraling nodig had om de kiezer aan te spreken. Hij kreeg daarom een nieuw pak en een nieuwe bril aangemeten. Inhoudelijk sprak Herben over een succesvol inburgeringsexamen, snelheids-overtredingen en verplicht afkicken. Dit fragment is uitgekozen omdat uit de diepte-interviews naar voren kwam dat de stijl van politiek belangrijk is voor de wijze waarop jongeren politiek beleven. Deze thematiek kwam in dit fragment expliciet aan de orde, zodat het verder uitgediept kon worden. Het tweede fragment kwam uit de *TV-Show op Reis*, waarin presentator Ivo Niehe de 22-jarige Haitske van de Linde, lijsttrekker van Leefbaar Nederland bij de verkiezingen van 2003, thuis interviewde.¹³ Hierbij gingen ze in op de chaotische verkiezing van Haitske als lijsttrekker, de vraag of ze niet te jong is om lijsttrekker te zijn, haar geschiktheid, de steun van haar familie en de vraag of

politici burgers belazeren. Dit fragment is gekozen omdat in de diepte-interviews politici consequent werden beschreven in termen van hun leeftijd, hetgeen afstand kan scheppen tussen jongeren en politici.

Popmuziek

In de focusgroepen over popmuziek kregen respondenten vragen over muzikanten en videoclippen. Het ging daarbij om hun kijkgedrag, hun favoriete programma's, muziekvoorkeuren en de vraag of ze hier wel eens onderling over spraken. Vervolgens bekeek en besprak de groep twee videoclippen. Bij beide nummers kregen de respondenten de opdracht de clip te beschrijven aan iemand die de clip niet had gezien (cf. Liebes & Katz, 1990). Vervolgens konden ze hun mening kwijt over de clips en de bijbehorende politieke issues, waarbij ze zelf onderwerpen aan de orde mochten stellen. Hierbij kwam ook de gepercipieerde motivatie van de artiesten naar voren evenals de vraag of clips geschikt zijn om politieke onderwerpen aan de orde te stellen. Het eerste thema was het nummer *Kutmarokkanen??!* van rapper Raymzter. Hierin stelt hij vooroordelen over Marokkanen aan de orde, zoals tasjesdieven, uitspraken van imam El Moumni over homoseksualiteit en feestende jongeren naar aanleiding van 11 september 2001 (Raymzter, 2002). De clip begint met een scène waarin Nederlanders bij een discotheek worden geweigerd, terwijl Marokkanen wel naar binnen mogen. Dansende Marokkanen worden afgewisseld met teksten als 'veel Marokkanen steunen Al Qaeda' en 'pas op voor uw tas' Het nummer veroordeelt hiermee de manier waarop Nederlanders Marokkanen vaak behandelen en is een aanklacht tegen vooroordelen. De clip heeft niet alleen een politiek thema, maar ook een politieke aanleiding: de titel is ontleend aan een uitspraak van PvdA-wethouder Rob Oudkerk.¹⁴ *Kutmarokkanen??!* was een grote hit in 2002. De tweede clip was *Shoot the Dog* van George Michael. Dit nummer was destijds actueel, omdat het uitkwam rond de tweede Golfoorlog. In de clip bekritiseert Michael de Britse alliantie met de V.S. in de oorlog tegen het terrorisme en een oorlog tegen Irak. In een tekenfilm wordt Tony Blair afgebeeld als het hondje van George Bush. Bush gooit een balletje en Blair springt erop af om het te gaan halen, waarna hij door zijn baasje wordt verwend. Blair wordt ook als een kapitein op een schip geportretteerd, terwijl hij met Engeland naar de V.S. vaart en daar aanmeert. George Michael ligt zelf in een tangaslip op het bed van Tony en Cherie Blair en vraagt aan Cherie om haar man de toegang tot het bed te weigeren vanwege zijn vriendschap met Bush: 'So Cherie my dear, could you leave the way for sex tonight? Tell him, Tony, Tony, Tony, I know that your horny, but there's something 'bout that Bush ain't right' (Michael, 2002).

Comedyseries

De focusgroepen over comedyseries begonnen met het kijkgedrag van de deelnemers naar dit genre; welke comedies vinden ze leuk en waarom, hoe vaak kijken ze ernaar en welke series vinden ze niet leuk? Vervolgens werden twee fragmenten bekeken en besproken. Beide fragmenten komen uit de TROS-serie *Gemeentebelangen*. Hierin staan een vrouwelijke burgemeester en haar drie collega-politici centraal. De functies van deze politici worden met uitzondering van de burgemeester niet specifiek aangeduid. Bij beide fragmenten moesten de deelnemers het fragment beschrijven aan iemand die het niet had gezien (cf. Liebes & Katz, 1990). Vervolgens kwamen hun meningen aan de orde. In sommige gevallen ging het over het inhoudelijke onderwerp van de serie, maar meestal om de vraag of het een leuke comedy was. Deelnemers hadden wederom de gelegenheid zelf onderwerpen aan de orde te stellen. Er was verder ruimte voor de vraag of politiek in het echt op dezelfde manier werkt als in deze serie. Het eerste fragment ging over een asielzoekerscentrum dat in de gemeente is gepland. In een vergadering meldt de burgemeester dat het ministerie het centrum middenin de stad wil plaatsen. Haar collega's zijn tegen, omdat asielzoekers problemen veroorzaken. De burgemeester voelt pas iets voor het centrum als ze daarmee goede sier maakt in Den Haag. Zij legt de commissaris van de Koningin uit dat ze graag een asielzoekerscentrum in de stad wil, maar dat er geen plaats voor is. Voor dit fragment is gekozen, omdat het betrekking heeft op immigratie en integratie – onderwerpen die ten tijde van de focusgroepen regelmatig ter discussie stonden. In het tweede fragment ging de gemeente fuseren met twee andere gemeenten. De burgemeester wil dan de nieuwe burgemeester worden, maar vanuit de gemeenteraad is er anoniem over haar geklaagd. Er zou een 'handklapcultuur' heersen. De burgemeester probeert de waarheid boven tafel te krijgen, maar alle raadsleden ontkennen er iets mee te maken te hebben. In een vergadering wordt afgesproken dat de klacht wordt genegeerd en dat er een zwijgplicht komt om de burgemeester te beschermen. Hoewel één van de leden protesteert, wordt het voorstel toch 'unaniem' aangenomen. Dit fragment is gekozen omdat wordt ingegaan op een veel voorkomend thema, namelijk de vraag in hoeverre politici uit zijn op hun eigen belang en of ze goed functioneren.

Net als bij de diepte-interviews is bij het gereedkomen van de eerste transcripten direct begonnen met de analyse. Alle analyses vonden plaats met QSR N6. Aangezien de focusgroepen verspreid over een half jaar plaatsvonden, kon de onderzoeker inzichten uit de eerste analyses alsnog in de vragen van de laatste focusgroepen verwerken. De procedure was hetzelfde als bij de diepte-interviews. De focusgroepen werden in de eerste plaats geanalyseerd aan de hand van de uitkomsten van de diepte-interviews. Hoewel op microniveau veel verschillen bestaan tussen de interviews en de focusgroepen, vallen deze

toch vaak in dezelfde categorieën. Daarnaast ontstonden nieuwe begrippen. Er werden bij deze analyse niet alleen begrippen gecodeerd, maar ook relaties die respondenten leggen tussen de verschillende begrippen (theoretisch coderen). Nadat alle focusgroepen in de eerste analyse aan bod waren geweest, werd ook deze analyse in zijn geheel herhaald, om zeker te stellen dat de uiteindelijke begrippen in alle interviews werden achterhaald. Ten slotte zijn ook alle begrippen op zichzelf gedetailleerd uitgewerkt. Hierbij zijn eerst alle tekst-delen die onder hetzelfde begrip vallen geanalyseerd en vervolgens beschreven. Na deze stap zijn de data uit de beide rondes diepte-interviews bij de analyse betrokken. Hierbij werden de begrippen die eerder waren gevonden in de diepte-interviews in relatie tot de begrippen uit de focusgroepen geanalyseerd.

Kwaliteitscontroles

Op het onderzoek zijn verschillende kwaliteitscontroles uitgevoerd. Bij kwalitatief onderzoek gaat het daarbij om controle van de kwaliteit van de data, de interpretatie en de algemeenheid van de resultaten. Essentieel daarbij is het vergelijken van het onderzoek met de bestaande literatuur (Wester, 1991). Zoals gezegd in hoofdstuk drie en vier, is er over de onderzoeksvragen weinig bestaand onderzoek beschikbaar en is deze controle daarom nauwelijks mogelijk. Hiervoor is eerst meer onderzoek naar deze thema's vereist.

Naast de hoofdonderzoeker was een tweede onderzoeker bij het project betrokken, die interviews afnam en data analyseerde (zie: Wester, 1991). Ditty Samethini (2002a) voerde vijftien interviews uit over *Lijst Nul* en analyseerde deze met dezelfde codeerprocedures. Deze interviews laten net als de interviews en focusgroepen van de hoofdonderzoeker zien dat jongeren het belangrijk vinden dat de kloof tussen politiek en jongeren wordt overbrugd, dat ze politiek belangrijk vinden, en dat ze initiatieven om de kloof te dichten op prijs stellen. Ze beweren dat politiek leuker moet zijn, omdat de huidige presentatie van politiek niet aanspreekt, maar verwijzen daarbij vooral naar anderen en niet naar zichzelf. Tevens hanteren ze traditionele criteria als objectiviteit, serieuze toon en inhoud om politieke informatie te beoordelen (Samethini, 2002a). Dit onderzoek repliceert daarmee de belangrijkste inzichten die voortkomen uit de data die de hoofdonderzoeker heeft verzameld en geanalyseerd.

Aan het einde van de data-analyse werden verschillende gesprekken gevoerd met derden, om duidelijk te krijgen of de onderzoeksresultaten wel een representatief beeld gaven van het onderzoeksveld (Wester, 1991). Zo werden vier beleidsmedewerkers op het gebied van jongerenparticipatie geraadpleegd. Zij staafden het onderzoek door inderdaad te beweren dat slechts een zeer klein aantal jongeren op politiek gebied initiatieven neemt, en dat projecten vaak

alleen 'beroepsjongeren' aanspreken die vooraf al interesse hadden. Dit betekent niet dat inactieve jongeren niet van goede wil zijn, maar hun betrokkenheid komt gewoonweg niet gemakkelijk naar boven. Ze vinden politiek al snel saai en actieve jongeren vreemd. Naast de gesprekken met de beleidsmedewerkers vonden vier gesprekken plaats met actieve jongeren. Deze gesprekken wezen eveneens in dezelfde richting als het onderzoek. Hieruit kwam naar voren dat actieve jongeren vaak slecht weten hoe hun inactieve leeftijdsgenoten over politiek denken. Ze weten dat inactieve jongeren niet op dezelfde traditionele manier als zijzelf tegen politiek aankijken, maar daar houdt het mee op. Ze noemen politiek vaak 'te moeilijk' voor de inactieve groep. Actieve jongeren zijn bovendien nauwelijks in staat inactieve jongeren voor politiek te interesseren. Ten eerste spreken ze hun taal niet en ten tweede zijn ze zeer terughoudend op het gebied van popularisering, wat ze vaak een onjuiste manier vinden om jongeren bij de politiek te betrekken.

Een algemeen kritiekpunt op kwalitatief onderzoek is vaak dat het moeilijk na te gaan is in hoeverre de resultaten ook algemeen gelden buiten de onderzochte groep respondenten. Dit is vooral gegarandeerd doordat bij de drie ronden dataverzameling er data werd verzameld totdat er sprake was van verzadiging (Glaser & Strauss, 1967). Dit houdt in dat nieuwe interviews of nieuwe focusgroepen geen extra inzichten meer opleverden en dat de variëteit aan mogelijke uitspraken door de interviews en focusgroepen werd gedekt. Het enige wat onduidelijk blijft, is *hoe vaak* deze uitspraken onder jongeren voorkomen. Een ander kritiekpunt betreft vaak de wijze waarop de respondenten en thema's zijn gekozen (Wester, 1991). In dit onderzoek was het streven in beide gevallen: veel variatie. Bij de respondenten is dan ook rekening gehouden met de diverse achtergronden van Nederlandse jongeren. Om de variëteit aan uitspraken van een brede groep jongeren te dekken is gekozen voor een heterogene groep: zowel jongens als meisjes, verschillende leeftijdsgroepen, opleidingsniveaus, etnische achtergronden en politieke en maatschappelijke activiteiten.

Ten slotte is het de vraag in welke groepen jongeren de data inzicht geven. Op basis van de grote variatie in de demografische kenmerken van de respondenten, zouden op basis van de data veel uitspraken kunnen worden gedaan over verschillen tussen deze groepen, zoals tussen mannen en vrouwen, etnische groepen en verschillende opleidingen. Uit de analyses komen twee duidelijke verschillen naar voren. In de eerste plaats bestaat er een onderscheid tussen de actieve en inactieve jongeren. Beide groepen hebben consequent een ander perspectief op de besproken thema's, wat kan worden verklaard door hun verschil in politieke betrokkenheid. In de tweede plaats zijn er dikwijls verschillen tussen de respondenten uit de focusgroepen en die uit de diepte-interviews. Dit kan worden verklaard door de verschillende omgevingen waarin respon-

denten hun uitspraken deden. Andere verschillen tussen groepen respondenten zijn niet systematisch geanalyseerd en worden daarom niet gerapporteerd.

Rapportage

Bij de rapportage van de resultaten zijn grofweg vier indelingen mogelijk: per deelvraag, per deelstudie, per vorm van popularisering en per thema. Aan gezien het doel is te komen tot theorievorming, en daarmee nieuwe begrippen te vinden die gefundeerd zijn in de data, ligt een thematische indeling het meest voor de hand. Een indeling per deelvraag doet geen recht aan het feit dat veruit de meeste data een antwoord geven op de vraag hoe jongeren over politiek oordelen en waarom ze niets met politiek doen, maar alleen indirect antwoord geven op de vraag hoe jongeren politieke signalen opdoen. Een indeling per deelstudie negeert het feit dat de deelstudies in dit onderzoek nauw op elkaar aansluiten en vaak soortgelijke resultaten opleveren. Een indeling per vorm van popularisering negeert dat de meeste begrippen niet met een specifieke vorm van popularisering verbonden zijn. Een thematische indeling ligt daarom het meest voor de hand. Dit betekent dat resultaten van verschillende deelstudies gezamenlijk worden gepresenteerd. Hierbij wordt steeds aangegeven op welke dataverzamelmethode de resultaten zijn gebaseerd (diepte-interviews of focusgroepen).

De indeling van de hoofdstukken is als volgt. In hoofdstuk zes spreken jongeren over politiek in het algemeen, zowel in positieve als negatieve zin. Ze zeggen enerzijds dat ze politiek belangrijk vinden, maar noemen het ook saai en vreemd. Dit resultaat wordt uitgediept in hoofdstuk zeven, waar wordt ingegaan op het feit dat de stijl van politiek jongeren niet aanspreekt. Dit leidt tot de vraag of gepopulariseerde vormen van politiek, waarbij politiek een andere stijl aanneemt, andere interpretaties oproepen. Deze vraag wordt beantwoord in hoofdstuk acht, waarin de algemene uitspraken van jongeren over gepopulariseerde vormen van politiek aan de orde komen. Hieruit blijkt dat ze weliswaar negatief spreken over gepopulariseerde politiek, maar wel degelijk mogelijkheden zien om andere jongeren op deze manier aan te spreken. Na dit algemene beeld komen in hoofdstuk negen de oordelen van jongeren over specifieke voorbeelden van gepopulariseerde politiek aan de orde. Ook hier blijken ze zeer kritisch te zijn. Hoofdstuk tien behandelt de vraag in hoeverre jongeren naar aanleiding van gepopulariseerde politiek politieke gesprekken voeren en zo politieke signalen opdoen. In hoofdstuk elf worden conclusies getrokken.

POLITIEK IS BELANGRIJK... EN SAAI

[Een] studente heeft zich aangemeld als campagnevoerder voor Lijst [Nul]: 'Geweldig, als er een jongerenpartij komt. Ik kan het met mijn vrienden nooit over politiek hebben, omdat ze zich er niet voor interesseren. Volgens mij gaan ze niet eens naar de stembus. Daar komt hopelijk verandering in als Bridget en Katja Lijst [Nul] oprichten.' (Zaaijer, 2002)

Hoe geven jongeren betekenis aan institutionele politiek en in hoeverre bestaan er op dit punt verschillen tussen (politiek) actieve en (politiek) inactieve jongeren? Dat is het onderwerp van dit hoofdstuk. Bestaand onderzoek suggereert dat de meeste jongeren niet veel op hebben met de institutionele politiek. Uit desinteresse keren ze zich er vanaf en komen ze er nauwelijks mee in aanraking. Ze vangen daarom ook geen politieke signalen op. Er zijn echter ook actieve jongeren, die wel vaak met politiek in aanraking komen en deelnemen aan politieke activiteiten. Bestaand onderzoek biedt echter nauwelijks inzicht in hoe beide groepen – actief en inactief – betekenis geven aan politiek. Dit hoofdstuk schetst hiervan een genuanceerd beeld. Allereerst wordt ingegaan op de drie belangrijkste informatiebronnen: ouders, school en nieuwsmedia. Vervolgens wordt duidelijk dat jongeren politiek wel degelijk belangrijk vinden en dat ze willen stemmen op basis van inhoudelijke overwegingen. Hun vermeende desinteresse lijkt eerder te schuilen in het feit dat ze moeilijk actief worden als ze politieke signalen oppikken. Ze zeggen namelijk dat ze onvoldoende invloed hebben, dat er praktische bezwaren kleven aan politieke activiteiten, dat politiek saai is en dat andere jongeren politieke activiteiten vreemd vinden.

Politieke informatiebronnen

In de interviews en focusgroepen noemen jongeren drie belangrijke politieke informatiebronnen: ouders, school en nieuwsmedia. Ze zeggen dat hun school hen bij de politiek wil betrekken. Docenten zetten hen aan het denken over

politieke kwesties en leren hen dat stemmen belangrijk is. Een meisje bestempelt maatschappijleer als ‘een soort promotie voor de politiek’. De respondenten noemen dit nuttig en stellen dikwijls voor om Tweede Kamerleden op school uit te nodigen om met hen in discussie te gaan. Enkele jongeren beweren zelfs dat politiek op school te weinig aan de orde komt.

Interviewer: Hoe zou je [jongeren met politiek in aanraking] moeten [brengen]?

Bart (M.14): Via scholen.

Interviewer: Waarom via school?

Bart: Nou, omdat de kinderen verplicht zijn om dat te doen.

Rienke (V.15): En op school ben je er serieuzer mee bezig.

Bart: Uurtje Frans, uurtje Duits, levensbeschouwing en drie uur politiek. (lachen) (...)

Interviewer: Wat vind jij ervan om het op school te doen?

Rienke: Op school ben je er serieuzer mee bezig. Gewoon thuis... dan ga je wat anders doen. Dan komt het op tv, dan kijk je vijf minuten en dan denk je: ‘nou heb ik het wel gehoord’. Dan zap je gewoon meteen weer weg of je gaat computeren. Terwijl op school, dan moet je gewoon wel luisteren en kijken.

Focusgroep, VWO (P14: 1054)

De geïnterviewde jongeren noemen daarnaast hun ouders als politieke informatiebron. Een van de weinige jongeren die zegt in de toekomst niet te gaan stemmen, vertelt dat ook haar ouders dat niet doen. Aan de andere kant zeggen respondenten met actieve ouders dat ze van hen hebben geleerd dat politieke activiteiten belangrijk zijn. Ouders lijken niet alleen hun (des)interesse, maar ook hun politieke overtuigingen over te dragen op hun kinderen. De respondenten kunnen de politieke voorkeuren van hun ouders specifiek benoemen en zeggen dikwijls dat ze op dezelfde partij gaan stemmen:

Aziz (M.20): Ik ben opgegroeid met [de] PvdA dus...

Interviewer: Hoe bedoel je: ‘ben opgegroeid’, leg [dat] eens uit?

Aziz: Vroeger werd ons altijd uitgelegd dat [de] PvdA goed is.

Interviewer: Hoe is je dat uitgelegd?

Aziz: Vroeger op school en [bij] vrienden: ‘op wie gaat je vader stemmen?’ ‘PvdA’, ‘PvdA’. Onze vaders waren allemaal harde werkers... en arbeid... en Partij van de Arbeid (groep lacht). Nou, zo is het gekomen.

Focusgroep, diverse opleidingen (P10: 127)

Uit de interviews blijkt verder dat de jongeren met politiek in aanraking komen, omdat hun ouders naar het televisienieuws kijken en hier met hen over spreken:

Agnes (V.14): Ik had gisteren nog naar het nieuws gekeken, maar eigenlijk alleen omdat mijn ouders ernaar keken. (groep lacht)

Interviewer: En dan kijk je met ze mee?

Agnes: Ja, dan zitten we gewoon tv te kijken en dan zetten ze het op het nieuws en dan kijk ik gewoon mee.

Interviewer: En komt dat vaker voor, of was dat alleen gisteren?

Agnes: Nee, dat komt wel heel vaak voor. (...)

Interviewer: Ja. En Frederique?

Frederique (V.15): Ja, mijn ouders kijken er wel elke dag naar, om half acht meestal. Ik kijk alleen mee als ik niks te doen heb. Als ik aan het leren of aan het dansen ben, dan kijk ik er niet naar. Maar ik ga er soms wel bij zitten, maar ik vind het niet echt heel leuk of zo.

Focusgroep, VWO (I7: 115)

Inactieve jongeren die zich bezighouden met vrijwilligerswerk noemen hun ouders ook op dit gebied een voorbeeld. Volgens hen hebben ze deze activiteiten van hen meegekregen. Scoutingleden zeggen dat ze door hun ouders 'op scouting zijn gedaan' en jongeren die zich inzetten voor een beter milieu werden door hun ouders op milieuproblemen gewezen:

Mirjam (V.20): We zijn vegetarisch opgevoed. Ik heb op de vrije school gezeten, hier op de kleuterschool. Nou ja, weinig tv enzo... Mijn ouders hebben me echt een beetje 'groen' opgevoed, zeg maar. Het grappige is dat [ik] bij heel veel JMA-mensen merk dat dat bij hen ook zo is. Ik denk dat dat wel belangrijk is, dat je toch een bepaalde basis hebt of in ieder geval daar ooit op attent bent gemaakt. Vandaar dat ik denk dat het een soort onbewuste interesse was. Ik weet wel zeker dat het niet iets heel bewusts was van: 'oh, ik wil iets met milieu doen, wat zal ik eens gaan doen? Oh, [een] milieugroep'. Misschien omdat ik daar te jong voor was, maar zo bewust ging het in ieder geval niet.

Interview, WO, actief bij Jongeren Milieu Actief (DII: 115)

Ook politiek actieve jongeren schrijven een belangrijke rol toe aan hun ouders. Ze kregen hun politieke activiteiten met de paplepel ingegoten. Slechts een enkeling meldt expliciet dat dit niet het geval is. Politiek actieve ouders nemen hun kinderen vaak mee naar politieke activiteiten of maken hen er zijdelings mee bekend:

Interviewer: Hoe ben je bij het CDJA gekomen?

Mischa (M.19): Mijn vader is fractievoorzitter van het CDA in Amsterdam Zuid-Oost en daardoor [ben] ik [me] eigenlijk ook meer gaan interesseren [voor] het CDA. Ik wou ook actief [worden] in de politiek. Dus ja, [het] CDJA.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (II2: 31)

De survey onder de deelnemers aan de focusgroepen laat zien dat ongeveer twee derde van de respondenten ouders (67%) en school (62%) als politieke informatiebronnen beschouwt. 92% zegt politieke informatie op te doen via het televisienieuws, 82% via de krant, 46% via internet en 57% via vrienden.

Politiek is belangrijk

Veel jongeren die in dit onderzoek aan het woord komen, noemen politiek belangrijk. Politiek, zo stellen ze, is de spil van de samenleving, leidt tot grote veranderingen en heeft invloed op alle burgers en daarmee ook op hun eigen leven. Ze zijn daarom bereid na te denken over politieke ontwikkelingen en benieuwd naar wie de macht heeft en welke beslissingen er worden genomen. Er bestaan alleen verschillen in de bewoordingen en overtuiging waarmee de respondenten dit naar voren brengen. Sommige jongeren hebben moeite aan te geven waarom politiek belangrijk is, maar komen na enige aarzeling met de argumenten die anderen ook noemen:

Interviewer: Waarom vind jij [verkiezingen] belangrijk?

Catherina (V.14): [Dat] is gewoon belangrijk.

Bas (M.14): Omdat het toch een belangrijk onderdeel van je leven wordt, want ze bepalen toch de regels die in je land komen, een groot deel van die regels, bijvoorbeeld in je school. (...)

Interviewer: En Odessa?

Odessa (M.14): Nou, ik vind het best wel belangrijk gewoon wie de baas wordt, wie de leiding heeft in het land. Want ja, als ik achttien ben, wil ik toch weten wat hij heeft gedaan. [Dan wil ik] kijken of er nog betere zijn. Ja, dan kan je gewoon zelf kiezen (...). Het is ook goed om het te volgen, want soms ben je het niet eens [met] wat hij doet met je land. Ja, je kan moeilijk tegenspreken, maar je kan wel je mening geven en misschien doen ze daar wat aan.

Focusgroep, VMBO (I2: 274)

De geïnterviewde jongeren noemen het slecht als jongeren niets van politiek weten en er nooit over nadenken. Is dat bij henzelf het geval, dan beweren ze dat ze daar in de toekomst wat aan gaan doen, bijvoorbeeld door vaker informatieve televisieprogramma's te bekijken. Ze stellen dat iedereen enige kennis van politiek zou moeten hebben:

Interviewer: Vind je het wel belangrijk om het [nieuws] te volgen?

Mouna (V.19): Ik vind het belangrijk. Kijk, zelf heb ik twee vriendinnen, die weten niks. Maar ja, die zitten ook niet op school. Maar ik bedoel... ik heb een keer voor de grap gevraagd: 'wist je niet wat er nu met Irak aan de hand [is]?' Zeggen ze: 'wat is er met Irak?' Dat vind ik erg, snapt u? Ik zeg zo van: 'Bush'.

[Dan zeggen ze:] ‘Wie is Bush?’ Dat soort dingen vind ik erg. Kijk, je hoeft niet alles te weten, maar je moet wel een beetje weten van: Amerika gaat Irak aanvallen, politiek, dit, dat. Ik vroeg: ‘waar is de PvdA voor?’ Weten ze ook niet. Dat vind ik echt erg. Dat vind ik... je hoeft niet alles te weten, maar wel een beetje. De hoofdlijnen.

Focusgroep, MBO, drie dagen voor het begin van de Tweede Golfoorlog (I4: 1379)

De jongeren zeggen dat ze over uiteenlopende onderwerpen willen nadenken, zich bewust willen zijn van de verschillende perspectieven en een weloverwogen mening willen vormen. Ze uiten graag hun mening en hechten belang aan gesprekken. Volgens hen kan discussie met anderen bijdragen aan een kritische blik: daardoor gaat iemand nadenken, bekijkt hij een onderwerp vanuit een ander perspectief, kan hij zijn eigen mening beter onderbouwen of aanscherpen, en leert hij de feiten beter kennen:

Interviewer: Wat bespreken jullie met meneer Bakker over vrouwenemancipatie? (...)

Marga (V.14): Nou, hij maakt vaak lullige opmerkingen.

Nance (V.16): Van ‘het enige recht van een vrouw is het aanrecht’.

Jordi (M.14): ‘Vrouwen dienen als stoeipoes’ en allemaal van dat soort dingen.

Marga: Maar dat doet hij alleen maar om een discussie uit te lokken.

Ramon (M.15): Ja.

Interviewer: Oké, dus dat meent hij niet echt?

Ramon: Nou, dat beweert hij.

Marga: Nou, dat mag ik hopen.

Jordi: Maar hij is [er] vooral op uit om gewoon reacties uit te lokken...

Marga: Zodat wij erover gaan [na]denken, dus dat is wel slim, op zich.

Focusgroep, VWO (C7: 805)

De jongeren zeggen dat mensen moeten openstaan voor nieuwe argumenten en alternatieve meningen. Iemand die niet of onvoldoende nadenkt over onderwerpen waar hij zijn mening over geeft, keuren ze af. Het is niet de bedoeling dat iemand ‘zomaar wat’ beweert, zonder onderbouwing:

Shareef (M.20): Er zijn veel mensen die het nieuws nooit volgen, één keer in de twee weken zien ze Hart van Nederland of lezen ze de Telegraaf.

Mouna (V.19): Ja.

Shareef: Dan denken ze gelijk: ‘wauw, wij zijn op de hoogte’, en dan komen ze praten... weet ik veel wat ze allemaal lullen. Terwijl ze [er] helemaal geen weet van hebben. Daar irriteer ik me ook aan, want af en toe zie ik gewoon mensen op tv praten... Ze weten er helemaal niks van. Dat vind ik irritant.

Mouna: Dan doen ze of ze er veel van weten.

Focusgroep, MBO (I4: 1350)

Hoewel inactieve respondenten het belangrijk zeggen te vinden om over politieke kennis te beschikken en over onderwerpen na te denken, stellen ze geen hoge eisen aan hun kennis. Deze jongeren zeggen alleen 'de grote lijnen' van de politiek te willen kennen: wie is er aan de macht en welke onderwerpen zijn op dit moment actueel? Deze jongeren zijn niet geïnteresseerd in gedetailleerde informatie over politici, politieke onderwerpen, processen of gebeurtenissen:

Merel (V.15): Nu hoef ik niet te stemmen, dus ik maak me er ook niet druk over wat ik moet gaan stemmen. Ik denk er niet eens over na.

Interviewer: Vind je dat belangrijk, dat je je daar pas in gaat verdiepen als je ook mag gaan stemmen?

Merel: Ja, want ik heb het nu toch niet nodig. En als ik moet gaan stemmen, (...) dan is het wel belangrijk om te weten wat ze gewoon... op wie je gaat stemmen, dat je niet zomaar denkt van: 'laat ik eens op die gaan stemmen, terwijl je helemaal niet weet waarom'.

Interview, VMBO (D28: IIT6)

Net als Merel, noemen de inactieve respondenten uit zichzelf slechts één politieke activiteit: stemmen. Dit is de enige activiteit die op het puntje van hun tong ligt en die ze direct met politiek in verband brengen:

Interviewer: Is het belangrijk dat jongeren bij de politiek worden betrokken?

Monique (V.23): Ja, ik vind van wel. Ik had er toevallig gisteren nog een discussie over dat mensen in ieder geval moeten gaan stemmen. Wat ze dan stemmen... desnoods stemmen ze blanco, maar ga er in ieder geval heen.

Interview, WO (D14: 940)

Slechts een enkele respondent wijst stemmen resoluut van de hand. Op dit punt bestaat er verschil tussen respondenten uit de interviews en de focusgroepen. De jongeren die niet zeggen te stemmen, nemen vrijwel allemaal deel aan een individueel interview, waarin ze vrij kunnen spreken. Ze keuren het stemmen af in een context waarbij geen andere jongeren aanwezig zijn die hen zouden kunnen tegenspreken. In de focusgroepen, waar wel andere jongeren aanwezig zijn, komt dit nauwelijks voor, omdat toehoorders niet accepteren dat iemand niet gaat stemmen:

Interviewer: Denk jij dat je [er] anders tegenaan gaat kijken als je mag stemmen?

Jolanda (V.15): Ja, [ik] denk het wel. Maar ik ga toch niet stemmen, denk ik. Dat vind ik onzin.

Interviewer: Waarom denk dat je niet gaat stemmen later?

Jolanda: Ik vind het allemaal zo'n onzin.

Jerney (V.15): Als het er allemaal niet was, dan was het een zootje.

Jolanda: Ja, als het er niet was... ja dat wel, maar ik vind het allemaal onzin.

Jerney: Nee, het is geen onzin.

Jolanda: Allemaal problemen nu weer, het gaat toch allemaal fout.

Theo (M.16): Ja tuurlijk, maar daar moet je toch zelf voor stemmen, als jij wilt dat er... (...)

Carlijn (V.15): Als jij je stem niet uitbrengt, (...) dan moet je ook niet zeuren als het een zootje wordt.

Jolanda: Dat doe ik toch niet.

Carlijn: Dan ga je zo meteen zeggen van: 'ja...'

Theo: Ja, maar jij vindt het slecht gaan en dit en dat.

Jolanda: Dat gaat het toch ook.

Theo: Nee, dan moet je toch stemmen om het...

Carlijn: Dan moet je toch stemmen om het te helpen?

Theo: Als jij jouw plannen wil, dat het zo en zo gaat, dan moet je daarvoor stemmen.

Rowena (V.14): Elke stem doet mee.

Carlijn: Want als iedereen denkt van: 'het interesseert me niet', dan is het ook niks.

Theo: Je moet er toch achter staan. Ik denk gewoon dat je je stem moet geven, anders heb je ook niks te zeggen gewoon.

Carlijn: Ja, precies.

Jorrick (M.15): Ja.

Focusgroep, VMBO (C3: 1503)

De ondervraagde jongeren zeggen dat er aan het stemmen een denkproces vooraf zou moeten gaan. Burgers zouden op rationele, inhoudelijke gronden moeten stemmen en van tevoren goed moeten nadenken. Politieke informatie vinden ze nodig om tot zo'n beargumenteerde keuze te kunnen komen. Inactieve jongeren zeggen op dit punt dat ze beperkte informatie voldoende vinden en dat ze op basis hiervan een goede keuze kunnen maken bij verkiezingen:

Kim (V.24): Ik vind dat als je moet stemmen, dat je ook moet weten waarom je ergens op stemt. Op dat moment, een paar jaar geleden, was er een stemronde en toen ben ik me er ook inderdaad meer in gaan verdiepen. Toen heb ik ook het een en ander gelezen. Toen heb ik wel het idee gehad dat ik een redelijk bewuste keuze heb gemaakt.

Interviewer: Wie heb je gekozen?

Kim: CDA, volgens mij.

Interviewer: En waarom heb je dat gedaan?

Kim: Omdat de dingen die ze toen schreven... volgens mij ging het ook over de woningmarkt in Nederland. Dat sprak mij op dat moment heel erg aan. Dat ze wilden dat [meer] jongeren de kans kregen om een woning te kopen en ook in de eigen omgeving, dus dat heb ik toen... (...) Ja, [dat was] toen de reden

dat ik op het CDA heb gestemd. (...)

Interviewer: Hoe kwam je aan die informatie?

Kim: Dat stukje heb ik uit de krant gehaald. Ik heb niet al die partijen ernaast gelegd.

Interview, HBO (DI: 50)

Alhoewel de meeste inactieve respondenten tevreden lijken met hun keuze, ontdekken sommige achteraf dat deze niet de beste was en nemen zich voor zich de volgende keer beter te informeren:

Interviewer: Op wie heb je gestemd?

Sietske (V.18): Op wie ik gestemd heb? Ja hoor, op de verkeerde partij! Op PvdA!

Interviewer (lacht): Waarom was dat de verkeerde partij?

Sietske: [Dat] weet ik niet, maar mijn ouders vinden dat niet zo'n hele goeie partij. Er zijn meerdere [mensen] hier in de buurt [die dat vinden]. Gewoon voor de boeren, denk ik, dat het [geen] goeie partij is. Verder weet ik er ook niet zoveel vanaf, ook de standpunten niet. We hadden een briefje van hun door de bus gekregen met standpunten waar ik het wel mee eens was. Dus dan denk ik: 'dan stem ik daar maar op deze keer', maar dat doe ik dus niet weer.

Interview, MBO, woonachtig in een klein dorp in Friesland (D22: 1281)

De actieve respondenten willen méér dan alleen stemmen op basis van de hoofdlijnen. Het verder ontwikkelen van hun betrokkenheid bij politiek en het vergroten van hun kennis, is voor hen een belangrijke reden om lid te worden van een politieke jongerenorganisatie. Ze willen op deze manier hun achterstand op volwassenen in termen van informatie, kennis en vaardigheden inlopen:

Interviewer: Wat heb je gedaan [bij het CDJA] sinds je lid bent?

Mischa (M.19): [Ik heb] een aantal bijeenkomsten van het CDJA [bezoekt].

Interviewer: En wat waren dat voor bijeenkomsten? (...)

Mischa: Een vormingscommissie.

Carlo (M.19): Ja, een vormingscommissie, ja.

Paulien (V.23): Ja, we noemen dat een planningsochtend, inderdaad.

Interviewer: (...) Wat hield dat in?

Carlo: Uitleg over verschillende politieke stromingen in Nederland. De drie grote stromingen: christen-democratie, sociaal-democraten en de liberalen. [Hoe] dat vanaf de beginperiode in Nederland eigenlijk een beetje gegroeid is. (...) Mensen in de kern Amsterdam / Noord-Holland hebben daar uitleg over gegeven, hoe dat in elkaar zit, en ook over Abraham Kuyper en zijn invloed op het CDA en dat het CDA uiteindelijk bij elkaar is gekomen.

Paulien: Ja, dat is eigenlijk een soort inleidende ochtend over wat überhaupt de vormingscommissie doet. Een [lid krijgt een] overzicht van belangrijke stromingen en dan een beetje geschiedenis van het CDA zelf en op het laatst nog een beetje presentatie.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (I12: 118)

De actieve respondenten noemen het nuttig om meer te leren over de politieke inhoud, en meer politieke vaardigheden op te doen, al zijn deze vaardigheden soms slechts een bijproduct van hun lidmaatschap:

Arjen (M.25): Je zit bijvoorbeeld in een bestuur of bijvoorbeeld in een werkgroep. [Daar] zit je met... nou wat zal het zijn... tien man gemiddeld? En je moet daar bijvoorbeeld één jaar of twee jaar mee verder. Dus als je [het] met elkaar oneens bent, je bepaalde mensen wat minder graag mag, [dan maakte je] in het verleden nog weleens ruzie, maar hier kun je [je] dat echt niet veroorloven. Het is dus ook een mooie bijkomstigheid dat je een soort van conflict-hantering, of ook jezelf in de hand houden, erbij leert. Ik weet niet of dat de reden is waarom je bij een politieke jongerenorganisatie gaat, maar het is wel iets wat je leert hier.

Jarno (M.18): Ik denk niet dat je in eerste instantie denkt: 'ik ga bij een jongerenorganisatie, omdat ik dan met conflict[en] kan omgaan'. Het komt er wel bij.

Arjen: Ja. Het is geen reden, maar het is wel iets wat je leert uiteindelijk.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (P12: 146)

Om een vollediger beeld te krijgen van hun politieke bezigheden, kregen de deelnemers aan de focusgroepen dertien politieke activiteiten voorgelegd, met de vraag of ze deze wel eens hebben ondernomen. Het gaat om activiteiten die vallen onder zowel een enge als een brede definitie van politiek. Stemmen, praten met ouders en vrienden, en het zetten van een handtekening bij een handtekeningenactie worden het meest genoemd. Oudere, hoger opgeleide en actieve jongeren noemen relatief veel verschillende activiteiten.¹ In tabel 6.1 staan de percentages respondenten die aangeven deze activiteiten te hebben ondernomen.

Samenvattend: actieve jongeren willen over gedetailleerde politieke kennis beschikken en diverse politieke activiteiten ondernemen. Inactieve jongeren zeggen alleen dat politiek belangrijk is en dat ze beargumenteerd hun stem willen uitbrengen op basis van de hoofdlijnen van de politiek. Door die hoofdlijnen te volgen, vangen ze politieke signalen op, en door te stemmen zetten ze deze om in een politieke handeling. Dit spreekt dus het bestaande onderzoek tegen, dat suggereert dat inactieve jongeren politieke signalen niet kunnen of willen ontvangen en niet omzetten in politieke activiteiten. Beweren dat poli-

tiek onbelangrijk is of dat stemmen er niet toe doet, is ‘not done’, zo blijkt uit de focusgroepen. Inactieve jongeren doen dergelijke uitspraken hooguit in individuele interviews, waar geen andere jongeren bij zijn.

TABEL 6.1: Deelname aan politieke activiteiten²

<i>Activiteit</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>Vaker uitgevoerd door:</i>
Stemmen bij verkiezingen ³	94%	83	-
Praten over politiek met ouders	90%	191	Oudere en hoger opgeleide jongeren
Praten over politiek met vrienden	83%	191	Oudere en hoger opgeleide jongeren
Handtekening zetten	79%	191	Meisjes en oudere jongeren
Geld geven aan een goed doel	75%	191	Meisjes en oudere jongeren
Vrijwilligerswerk doen	51%	191	Meisjes, oudere en hoger opgeleide jongeren
Stemmen bij scholierenverkiezingen	38%	190	Hoger opgeleide en actieve jongeren
Discussie voeren op internet	36%	191	Hoger opgeleide en actieve jongeren
E-mailpetitie ondertekenen	35%	191	Oudere, hoger opgeleide en actieve jongeren
Demonstreren	32%	191	Oudere, hoger opgeleide en actieve jongeren
Handtekeningenactie organiseren	27%	191	-
Sms sturen voor politiek doel	15%	191	Meisjes en hoger opgeleide jongeren
Politieke affiches ophangen	15%	191	Jongens, oudere en actieve jongeren
Meedoen aan boycot-acties	14%	191	Oudere jongeren

Invloed

De uitspraak van de respondenten dat ze politiek belangrijk vinden, leidt dikwijls tot de vraag op welke manier ze aan politiek doen. De ondervraagde inactieve jongeren suggereren dat ze weinig invloed hebben op de politiek en dat ze daarom niet politiek actief zijn. Respondenten die nog niet mogen stemmen, zeggen consequent dat dat hen ervan weerhoudt zich met politiek bezig te houden. Politiek wordt pas relevant als ze volwassen zijn en mogen stemmen. Het zou niet zinvol zijn om je als niet-volwassene intensief en uitgebreid over politiek te laten informeren, omdat je niets met die informatie kunt doen. Daarnaast zal alles weer veranderd zijn tegen de tijd dat je wél mag stemmen. De respondenten zouden zich als ze ouder zijn meer voor politiek gaan interesseren:

Frederique (V.15): Ik zou wel naar [Lijst Nul] kijken, denk ik, als ik zelf zou moeten stemmen. Maar ik ga me daar nu nog niet mee bezighouden.

Interviewer: Waarom is dat dan anders?

Frederique: Ja, je hebt er eigenlijk niet zoveel aan.

Interviewer: Tessa, hoe denk jij hierover?

Tessa (V.14): Ik vind het soms wel leuk om debatten te kijken, af en toe, om die verschillende meningen te horen. Maar over een paar jaar, als ik ga stemmen, zijn er toch weer heel andere partijleiders en dan is het toch weer helemaal anders. Dus dan ga ik me er wel in verdiepen, maar nu nog niet.

Focusgroep, VWO (I7: 388)

Hoewel nog niet alle respondenten mogen stemmen, kunnen ze wel andere politieke activiteiten ondernemen. De jongeren noemen deze activiteiten echter niet uit zichzelf. Dit is opvallend, omdat de deelnemers aan de focusgroepen en de interviews in de survey zeggen dat zij wel degelijk politieke activiteiten uitvoeren. Ze lijken alle politieke activiteiten echter in de toekomst te plaatsen en pas later te willen uitvoeren, ongeacht de vraag of ze voor deze bezigheden politieke rechten nodig hebben. Dit geldt bijvoorbeeld voor het doneren van geld aan maatschappelijke organisaties:

Interviewer: Je had het over Greenpeace. Steun je zulke organisaties ook?

Kim (V.24): Nog niet.

Interviewer: Waarom nog niet? (...)

Kim: Ik denk dat dat ook een beetje komt omdat ik net een paar jaar werk, en daarvóór had ik het geld er niet voor over om dat te doen. Ik denk dat [ik] in de toekomst dat geld wel over zou hebben voor bepaalde dingen. Niet voor alles, maar wel voor bepaalde dingen.

Interview, HBO (DI: 470)

In de interviews en focusgroepen noemen inactieve jongeren diverse redenen waarom het niet zinvol is deel te nemen aan politieke activiteiten. De belangrijkste is dat het geen effect zou sorteren. Enkele respondenten zijn het oneens met de komst van een asielzoekerscentrum, maar gaan er niet de straat voor op, omdat het centrum 'er toch wel zal komen'. Andere noemen demonstraties tegen de Tweede Golfoorlog zinloos en onnuttig, omdat de Amerikaanse president Bush en de Britse premier Blair toch niet naar demonstranten luisteren en hun plannen gewoon voortzetten. De respondenten hebben het gevoel dat ze in een jongerenraad niet veel invloed kunnen uitoefenen. Lindsay heeft negatieve ervaringen met een inspraakbijeenkomst:

Lindsay (V.17): Wij waren tegen [het kinderopvangcentrum] omdat allemaal bomen om moesten, of een heleboel... ja, aardig wat. En dat de speelplaatsen voor de kinderen weggingen. Daar hebben we dan [van] gezegd: 'ja, dat gaat allemaal weg en dat is zonde en het park gaat weg en die auto's enzo'. Maar ja, het komt er toch.

Interviewer: Het had allemaal niet zo vreselijk veel zin?

Lindsay: Nee, we hebben wel een paar vergaderingen (...) gehad en in de straat hebben we ook geprotesteerd enzo.

Interviewer: En (...) wat vond je daarvan?

Lindsay: Ik vond het op zich wel goed dat je wat te zeggen had, maar ja... Het heeft toch weinig invloed, heb ik het idee. Je kan daar wel gaan zitten en veel gaan zeggen, maar ja... [Zij] hebben toch de macht in handen en als ze het willen, dan willen ze het.

Focusgroep, HAVO (CI: 45I)

De kleine groep respondenten die ervaring heeft met inspraakmogelijkheden, lijkt weinig vertrouwen te hebben in de invloed die op deze manier kan worden uitgeoefend. Ze zeggen dat burgers tegenstrijdige wensen hebben en dat het daarom voor politici onduidelijk is naar wie ze moeten luisteren. Burgers komen daarnaast te weinig naar inspraakbijeenkomsten, waardoor politici de indruk krijgen dat niemand het daar besproken onderwerp belangrijk vindt of dat iedereen het met hun plannen eens is. Politici hebben bovendien hun eigen ideeën en houden zich niet aan hun beloftes en toezeggingen. Dit komt omdat er in de politiek altijd compromissen worden gesloten, waardoor er nooit iets wordt uitgevoerd zoals het werd beloofd:

Myrte (V.20): [Met] wat hij zegt vertegenwoordigt hij wel het grootste deel van het Nederlandse volk, dat gewoon denkt van: 'ja, ik kan wel op een partij gaan stemmen, maar of ze dan ook doen wat ze beloven, dat is dan maar de vraag'.

Interviewer: En hoe denk jij daarover? Je zegt: 'het grootste deel van het Nederlandse volk', wat vind jij dan?

Myrte: Ja, ik denk het wel. Ik vind dat ook. Ik heb zoiets van: 'ik kan wel gaan stemmen en ik ga ook wel stemmen, want het zal vast wel ergens goed voor zijn'. Maar dan denk ik van: 'ik vraag me toch af hoeveel er waar wordt gemaakt van wat ze allemaal beloven'. (...) Dan krijg je een compromis en uiteindelijk maken ze allebei niet waar wat ze waar zouden willen maken. Ik denk: 'de politiek hangt gewoon aaneen van een compromis maken'. Het kan ook haast niet anders, want ze moeten toch met elkaar een land besturen en de een denkt zus, de ander zo. Maar ja, daardoor kan je wel gaan stemmen, maar ze kunnen nooit waarmaken wat ze zouden willen waarmaken. En dat komt gewoon omdat ze altijd met andere partijen te maken hebben die heel anders

denken over dingen. Dus precies wat op die lijsten staat... ja, het is heel leuk dat het er staat, en het is een leuke gedachte van: 'hier sta ik achter, hier ga ik op stemmen', maar je weet van tevoren eigenlijk dat het nooit waargemaakt kan worden. Misschien wel enigszins in die richting, maar wat er staat gebeurt niet.

Focusgroep, diverse opleidingen (III: 825)

Sommige respondenten wijzen er dan ook op dat politieke actie een groot-schalig karakter moet hebben om effect te sorteren en druk uit te oefenen. Bijeenkomsten worden in de praktijk echter niet goed aangekondigd en burgers weten daarom niet dat ze erheen kunnen gaan. Kleinschalige acties hebben weinig zin, menen ze:

Kim (V.24): Om een voorbeeld te noemen: laatst bij het station werden er pamfletten uitgedeeld tegen de oorlog, [over een] demonstratie op de Dam. Ja, dat spreekt mij niet aan.

Interviewer: Waarom niet? (...)

Kim: Dit is geen landelijke actie geweest. Ik bedoel... ik heb dit bij de trein gekregen en niet... Als het echt een landelijke actie zou [zijn]... Maar dit is zo'n vrijblijvende actie eigenlijk, dat gevoel gaf het mij. Ik weet dat het bij het station is uitgedeeld, maar de mensen die niet met de trein reizen, hebben het misschien niet gekregen.

Interview, HBO (DI: 671)

Enkele respondenten die via hun vrijwilligerswerk met politiek in contact kwamen, spreken met een negatieve ondertoon over deze gebeurtenissen. Dit komt vooral naar voren bij de ondervraagde scoutingleden. De regering maakte plannen bekend om op scouting te bezuinigen⁴ en een gemeente heeft een scoutinggroep jaren geleden een nieuw clubhuis beloofd, maar is deze toezegging nooit nagekomen. De ondervraagde scoutingjongeren komen niet in actie en zeggen dat politici geen interesse in hen hebben:

Bruno (M.20): We hebben het vaak genoeg voorgelegd [aan de gemeente] en we hebben ze zelfs al vaak genoeg uitgenodigd, van: 'Kom eens langs, kom eens kijken hoe het eraan toe is'. Dan merken ze het vanzelf wel: 'nou, ik wil naar de wc, maar het gaat niet. Oh, dat is een groot probleem'. Maar [er is] nooit iemand langs geweest. We hebben het toen eens een keer gehad dat we een nieuwe boot kregen, die hadden we zelf gekocht en toen hebben we ook iedereen uitgenodigd, allemaal van de gemeente: 'kom langs, kom onze nieuwe boot te water zien gaan'. Nou, toen is er ook helemaal niemand langsgekomen.

Interviewer: Wat vind je daarvan, dat ze dan niet komen?

Bruno: Dat vind ik erg slecht. Daarbuiten lopen ze wel tegen ons te zeggen: 'je moet wat meer kinderen aantrekken, buitenlandse kinderen en dit en dat', maar zelf komen ze nooit langs [om te] kijken.

Marlies (V.19): Maar het is toch ook voor [henzelf], want op vier mei staan wij op het plein bij de dodenherdenking te assisteren.

Livia (V.20): Ja.

Bruno: [Als] daar iets gedaan moet worden, in deze buurt, dan zijn wij de eersten die er staan. Dus ze weten precies waar we zitten. Maar zodra wij vragen: 'we moeten betere voorzieningen hebben', dan is het...

Focusgroep, diverse opleidingen, vrijwilligers bij Scouting (I10: 512)

Deze groep inactieve jongeren, die wel vrijwilligerswerk uitvoert, heeft niet alleen het vermoeden dat de politiek moeilijk te beïnvloeden is, maar heeft dit ook daadwerkelijk ondervonden. Ze komen daardoor met meer negatieve uitspraken over hun invloed dan inactieve jongeren, die geen vrijwilligerswerk uitvoeren. Vrijwilligers richten zich daarom liever niet op onoplosbare politieke kwesties, maar prefereren 'kleinere' onderwerpen die binnen hun handbereik liggen en daardoor beïnvloedbaar zijn. Scoutingleiders vertellen dat ze leden laten nadenken over allerlei maatschappelijke problemen; en leden van milieuorganisaties zeggen dat ze andere jongeren bewust willen maken van milieuproblemen:

Willem (M.14): Met zijn tweeën proberen wij dat CO²-verbruik zoveel mogelijk te verminderen, dus lichten uit en niet alles op stand-by laten staan, als het niet nodig is, of geen kraan laten lopen en dat soort dingen.

Interviewer: En wat nog meer?

Willem: Ja/nee-stickers rondbrengen, dat is ook voor CO² besparen. Tot nu toe ben ik alleen nog maar bezig geweest met CO² besparen en heb ik daar acties tegen gevoerd.

Interviewer: En ben je van plan ook nog andere acties te gaan ondernemen? (...)

Willem: Ja, dat wel.

Interviewer: Tegen andere problemen of denk je dat het heel erg op CO²...

Willem: Ik denk dat het heel erg wel op CO² besparen blijft, want daar kan je ook het meeste mee. Je kan niet zoveel met mensen die rotzooi in de berm dumpen, want ja... ook op school... mensen die bekertjes en troep op de grond gooien, dat gebeurt al drie jaar... (...) of dat gebeurt al heel lang. Er zijn al heel veel acties tegen gevoerd, dus dat heeft verder nog niet veel zin gehad, dus daar ga ik ook geen energie in stoppen.

Interview, HAVO, actie bij Jongeren Milieu Actief (D8: 120)

De geïnterviewde actieve jongeren noemen heel andere ervaringen. Zij zeggen dat ze politieke invloed zeer belangrijk vinden en presenteren die invloed als een mogelijkheid om inactieve jongeren bij de politiek te betrekken. Deze respondenten spreken uit eigen ervaring en beweren dat dit ook voor inactieve jongeren kan gelden. Ze proberen met hun lidmaatschap van een politieke jongerenorganisatie invloed uit te oefenen op hun moederpartij, willen op deze manier tonen dat ze betrokken zijn en niet alleen aan de zijlijn klagen over politieke beslissingen, maar ook actief een bijdrage leveren aan de oplossing ervan. Ze zeggen dat ze niet alleen meepraten, maar ook daadwerkelijk invloed hebben. Dit motiveert hen om verder te gaan met hun activiteiten. Enkele Jonge Socialisten stellen dat ze meer invloed op de PvdA hebben dan ze zelf denken; en een lid van het CDJA noemt het een 'kick' om naar partijcongressen te gaan, waar hij bekende politici kan ontmoeten:

Interviewer: Vertel eens wat die 'kick' dan is?

Antoine (M.22): Dat je al die mensen ziet, die politici die jou vertegenwoordigen in de Kamer, de ministers... Er zijn ook uitzonderingen hoor, maar dat de meeste daarvan het toch leuk vinden als je ze ergens op aanspreekt, al is het maar om even voor te stellen: 'ik ben die en die, geïnteresseerd in dat en dat'. Er wordt naar geluisterd. Of er wat mee wordt gedaan, dat is een tweede. Maar de sfeer is altijd heel prettig. Vooral het [erbij] betrekken van jonge mensen wordt naar mijn gevoel erg gewaardeerd door een man als Balkenende bijvoorbeeld, die [altijd] toch echt bijzonder vriendelijk is naar de jongeren, die ik drie jaar geleden voor het eerst op de VU heb ontmoet, toen hij nog 'absolutely nobody' was en die een jaar later, inmiddels [als] lijsttrekker van het CDA, nog mijn naam en mijn woonplaats wist en wat ik deed. [Toen vroeg hij:] 'Hoe gaat het met je? Hoe is het met je studie?'

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (C12: 72)

De geïnterviewde leden van politieke jongerenorganisaties nuanceren echter hun bewering dat ze veel invloed hebben naarmate de gesprekken vorderen. Uit hun voorbeelden blijkt dat hun invloed minder groot is dan ze in eerste instantie suggereerden. CDJA-jongeren kunnen weinig invloed uitoefenen op algemene onderwerpen, maar wel op jongerenonderwerpen als jongerenhuisvesting en onderwijs. JS-leden zeggen dat ze alleen invloed hebben als ze constructief meepraten met de PvdA, de partijagenda volgen en door de partij worden uitgenodigd om hun zegje te doen. Het heeft geen zin om zelf onderwerpen op de agenda te zetten. Zo was een door de JS georganiseerde kroegtocht weinig succesvol:

Pablo (M.23): We hebben met de JS toen (...) een kroegentocht gedaan.

Morris (M.24): Ja.

Pablo: [We] zijn bij een aantal kroegen in het centrum uitgeweest. Naar aanleiding van de kroegentocht [hebben we] met de kroegbazen, die hebben ook stukjes ingeleverd, (...) een heel stuk samengesteld over hoe wat ons betreft een uitgaansnotitie eruit zou kunnen zien. Vervolgens [hebben we die] aan onze eigen gemeenteraadsfractie aangeboden en daar is vervolgens eigenlijk, om het maar bot te zeggen, gewoon geen ene flikker mee gebeurd.

Focusgroep, WO, leden Jonge Socialisten (C13: 600)

Toch laten de actieve respondenten zich niet door tegenslagen ontmoedigen. Ze erkennen dat niet al hun activiteiten effectief zijn, maar dit is voor hen geen reden om ermee te stoppen. Ze stappen hooguit over van de ene naar de andere politieke beweging:

Doede (M.16): Het is dat ik achter [het] gedachtegoed van Pim Fortuyn stond en daar staat Emiel [Ratelband] ook achter. [Hij] begon een partij en ik ben daarin gegaan. Omdat ik op dat moment het ook zat was hoe het ging met de LPF. Jongeren werden bij de LPF niet echt serieus genomen. Dat was ook een punt.

Interviewer: Hoe merkte je dat, dat de jongeren niet serieus werden genomen?

Doede: Dat merk je zelf niet, maar als je dan achteraf hoort dat mensen zeggen van: 'wat moeten al die jongeren hier?' En: 'wat een zootje, ze hebben helemaal niks om handen, laat ze lekker spelen', dan merk je wel dat je niet welkom bent.

Interviewer: En wie zeiden dat dan bijvoorbeeld, waar was dat dan? (...)

Doede: Ja, op een vergadering of iets.

Interviewer: En wat werd er dan over jongeren gezegd?

Doede: Nou niet zozeer over mij, maar over mensen die daar waren, (...) die ook niet echt actief waren. Dan werd er wel gezegd van: 'ja, dan moet je hier ook niet zijn, ga maar spelen of doe iets anders, maar [je] moet ons niet in de weg lopen'.

Interview, HAVO, actief bij LijstRatelband.nl (L18: 593)

Actieve jongeren zijn op dit moment dus politiek actief voor diverse onderwerpen en gaan daar zelfs bij tegenslagen mee door. Voor inactieve jongeren geldt dit niet. Ze komen niet altijd in actie als ze politieke signalen oppikken, omdat ze denken dat ze geen invloed hebben. Deze observatie lijkt bepalend voor hun politieke sensitiviteit. Dit roept de vraag op of jongeren meer interesse zouden krijgen in politiek als ze meer invloed hadden en signalen gemakkelijker zouden kunnen omzetten in actie. Actieve jongeren suggereren dat dit inderdaad zo werkt. Zij noemen het een 'kick' om invloed uit te oefenen en spreken de verwachting uit dat ook inactieve jongeren op deze manier tot politiek aangesproken zullen worden. De uitspraken van inactieve jongeren weerleggen dit

beeld echter. Zij vragen niet of nauwelijks om meer inspraak en plaatsen politiek in de toekomst. Hoewel ze zeggen dat politici niet naar hen luisteren en dat ze niet mogen stemmen, uiten ze geen verlangen naar meer invloed.

Praktische overwegingen

De ondervraagde jongeren noemen tevens praktische overwegingen als belemmering om zich over politiek te informeren of politiek actief te worden. Activiteiten als school, werk en vrienden houden hen af van de nieuwsmedia. Ze hebben door hun drukke agenda weinig tijd voor media in het algemeen en voor politieke informatie in het bijzonder. Ze zeggen dat ze niet of nauwelijks thuis blijven voor televisieprogramma's en dat ze betere dingen te doen hebben. Ze noemen televisie op sommige momenten een aangename tijds-vulling, een manier om verveling te verdrijven en de tijd te doden. Ze beweren dat hun mediagebruik kort en vluchtig is, wat de mogelijkheden beperkt om uitgebreid politieke informatie op te doen:

Interviewer: Ben je geïnteresseerd in het nieuws?

Eva (V.23): Nou, niet in al het nieuws. Nu is het gewoon lekker weer en dan heb ik zoiets van: 'tja...' Dan ga ik niet echt bewust het journaal zitten kijken. Ik heb wel dat als ik 's ochtends gewoon tijd heb, dat zit ik wel het journaal te kijken, om te kijken wat er in de wereld gebeurt. Het is alleen niet iets dat ik dagelijks allemaal volg, tenminste... Er is zat ellende en dan heb ik geen zin om mezelf daar elke dag mee te gaan zitten confronteren.

*Interview, HBO (L5: 57)*⁶

De respondenten beweren dat ook kranten en tijdschriften lege momenten opvullen. Ze geven aan alleen tijdschriften en kranten te lezen als ze er toevallig mee in contact komen op hun werk, in het openbaar vervoer of thuis:

Merlijn (M.18): Bij mijn moeder heb ik geen krant en daar ben ik het meest. (...) Maar als ik dan bij mijn vader kom en hij heeft nog een paar kranten liggen, dan blader ik die meestal even snel door. Het gaat dan voornamelijk om de voorpagina's en een beetje koppen snellen. Als ik ineens een interessant artikel tegenkom, dan lees ik dat even. En [het] sportgedeelte lees ik meestal ook wel even vlug door. En soms het economiegedeelte vanwege mijn aandelen.

Interviewer: Zo te horen ben je van alle markten thuis.

Merlijn: Ja, maar het is voornamelijk heel snel doorbladeren, hoor. Het is niet dat ik op een stoel ga zitten om elk artikel te lezen, dat niet, dus meer de kopjes inderdaad. Even de vetgedrukte stukjes en als ik het interessant vind of belangrijk, dan lees ik wel het hele artikel.

*Interview, VWO (L4: 121)*⁷

Niet alleen bij het mediagebruik van jongeren spelen praktische overwegingen een rol. Dit geldt ook voor hun politieke activiteiten. Inactieve jongeren vertellen bijvoorbeeld dat ze willen demonstreren tegen de Tweede Golfoorlog, die ten tijde van de focusgroepen in het nieuws was. Alleen door praktische belemmeringen gaan ze niet de straat op. Zo worden demonstraties vaak in het weekend gehouden als ze moeten werken, naar de sportvereniging moeten of afspraken met vrienden hebben. Demonstraties vinden vaak plaats in Den Haag of Amsterdam, wat betekent dat ze lang moeten reizen, extra kosten moeten maken en toestemming van hun ouders nodig hebben om naar de grote stad te gaan. Ook Mathilde gaat ondanks haar goede bedoelingen niet demonstreren:

Interviewer: Ga jij zaterdag ook demonstreren [tegen de oorlog in Irak]?

Mathilde (V.20): Nee.

Interviewer: Waarom niet?

Mathilde: Ik had op zaterdag andere dingen gepland.

Interviewer: Stel dat (...) je zaterdag helemaal vrij zou hebben, zou je dan wel gaan?

Mathilde: Ja, dan zou ik zeker gaan.

Interviewer: Waarom?

Mathilde: Ja, ik denk gewoon rust voor mezelf. Ik ben [het] er niet mee eens, maar ik heb er [dan] toch iets aan gedaan om te laten zien dat ik [het] er niet mee eens ben. Dat hebben andere mensen ook gedaan. Je hebt er [dan] aan gedaan wat je kan.

Focusgroep, MBO, enkele dagen voor een grote Irak-demonstratie (P5: 1354)

Ook inactieve jongeren die vrijwilligerswerk doen, brengen praktische bezwaren naar voren om politiek actief te worden. De geïnterviewde scoutingleden leken door de aangekondigde bezuinigingen van het kabinet een belangrijke reden te hebben om politiek actief te worden. Deze aanleiding werd echter door niemand opgepakt of uit zichzelf ter sprake gebracht. In één clubhuis hing wel een poster van *Loesje* die refereerde aan de bezuinigingen: '[Minister] Hoogervorst wil gewoon minder scouting en meer hangjongeren'. De interviewer vroeg naar aanleiding hiervan of deze respondenten, die wekelijks vrijwillig vele uren in scouting steken, in actie komen tegen de bezuinigingsplannen:

Interviewer: Nu liepen we net door het gebouw en toen zagen we zo'n poster hangen van Loesje dat er bezuinigd wordt op scouting. Is dat nou iets wat jullie erg bezighoudt?

Lotte (V.20): Ik moet eerlijk zeggen dat... (...) je hebt er wel dingen van gehoord en je pikt er wel dingen van mee in het nieuws en op televisie, maar niet dat ik (...) me er echt heel mee bezighoud. Er was een staking afgelopen

week... is alweer een paar weken geleden, geloof ik. Maar ja, dan heb ik niet zoiets van dat ik me echt geroepen voel om mee te gaan staken. Ja, ik weet niet...

Minou (V.20): Dat komt ook, denk ik, omdat je andere belangrijke dingen hebt, zoals school of studie of je werk.

Interviewer: Dus jij voelde je ook niet geroepen om te gaan staken?

Minou: Nee, (...) ik wist dat ze gingen staken, want ik had het ergens gelezen op internet, een nieuwsbrief gekregen of zo. Ja, ik wist het, maar ja... waarom zou je erheen gaan als [je] nog andere verplichtingen hebt die je ook niet zomaar af kunt zeggen?

Aletta (V.20): Scouting is vrijwillig.

Minou: Vrijwillig ja. En er is dan ook een oproep geweest om je handtekening te zetten onder een mailtje (...), dat was op internet. Nou, dat kan je dan [weer] wel doen.

Focusgroep, diverse opleidingen, vrijwilligers bij Scouting (CII: 348)

Inactieve jongeren tonen een voorkeur voor activiteiten die deze bezwaren *niet* met zich meebrengen: activiteiten die weinig tijd en geld kosten, waarbij je thuis kunt blijven en die weinig moeite kosten, zoals het ondertekenen van een e-mailpetitie of deelnemen aan een demonstratie in de buurt:

Wendy (V.17): Ik heb wel bijvoorbeeld zo'n petitie aan Bush getekend. Dat wel. En ook een brief geschreven enzo. Dat was ook door de hele vrienden-groep doorgestuurd, dus dan kreeg je dat mailtje twaalf keer.

Interviewer: En waarom doe je dat dan wel?

Wendy: Ja, het is een kleine moeite en wie weet?

Interviewer: Maar is het belangrijk dat dat een kleine moeite is?

Wendy: Ja, ik denk dat als ik zelf briefpapier had moeten pakken en een post-zegel had moeten zoeken en ook nog eens een adres had moeten opzoeken...

Interviewer: Oh precies, en dit kon gewoon via de mail?

Wendy: Ja, het was even typen: 'ja, ik ben het er niet mee eens' en blablabla, nog een kleine opmerking, naam, e-mailadres, boem, klaar.

Interview, VWO (D2: 1693)

De respondenten menen verder dat extra studiepunten of een financiële ver-goeding een stimulans kunnen vormen voor politieke activiteiten:

Klaas (M.21): [Actieve jongeren bij de studentenbond zijn] een groep jonge mensen die over een aantal jaren hoog opgeleid is en nu geëngageerd is om iets voor publieke zaken [voor] studenten te doen.

Interviewer: Kun je daar iets meer over zeggen, over wat die geëngageerdheid inhoudt?

Klaas: Nou die geëngageerdheid houdt... ja... Ik wil dit ook niet zo ideëel laten overkomen want, ja...

Interviewer: Waarom wil je dat niet?

Klaas (lacht): Omdat ik denk dat dat niet helemaal waar meer is.

Interviewer: Waarom is dat niet waar?

Klaas: Omdat we allemaal goed betaald krijgen. Als we dat niet zouden krijgen, dan zouden we het geen van allen meer doen, denk ik. (...) Ik heb teveel studievertraging opgelopen om te zeggen van: 'ik kan het nog van mijn eigen geld of tijd doen'.

Interview, WO, actief bij een studentenbond en de VVD (D6: 116)

In tegenstelling tot hun inactieve leeftijdsgenoten, proberen actieve jongeren de praktische belemmeringen die ze bij hun activiteiten ervaren, te overwinnen:

Interviewer: Waarom ben jij lid geworden [van de Jonge Socialisten]?

Mink (M.22): Ik ben lid geworden omdat ik eigenlijk al jaren rondloop met het idee dat ik iets met politiek wil gaan doen. Maar ja... Ook om praktische redenen... Ik volleybalde ook, ik sportte altijd in Alphen aan de Rijn, waar ik vandaan kom. Ik woonde al anderhalf jaar in Den Haag op kamers, toen dacht ik: 'ja, daar moet ik vanaf, ik wil wat anders, dus nu de politiek'.

Interviewer: Het is een vervolg van volleybal eigenlijk?

Mink: In dat opzicht wel, omdat ik er nu eindelijk tijd voor had.

Focusgroep, WO, leden Jonge Socialisten (C13: 270)

De geïnterviewde jongeren noemen dus allerlei praktische bezwaren om zich over politiek te informeren of politiek actief te worden. Alhoewel actieve jongeren deze bezwaren noemen, hebben deze geen gevolgen voor hun politieke handelingen. Zij proberen deze praktische belemmeringen te overwinnen. Dit geldt niet voor inactieve jongeren die door deze bezwaren van politieke activiteiten worden afgehouden. Zij vangen weliswaar signalen op over belangrijke onderwerpen, zoals over de oorlog in Irak of bezuinigingen op Scouting, maar zetten deze door deze belemmeringen niet om in politieke handelingen. Beide groepen zeggen bijvoorbeeld het te druk te hebben met andere bezigheden. Ook zouden de activiteiten onhandig of te laat gepland zijn of geld kosten. Dergelijke redeneringen hebben op zich niets met politiek te maken en kunnen ook van toepassing zijn op andere activiteiten, zoals sporten of grootouders bezoeken. De algemene conclusie kan zijn dat de respondenten alleen tijd vrijmaken voor politiek als ze er enthousiast over zijn.

Politiek is saai

De inactieve jongeren die in dit onderzoek worden onderzocht, zeggen tevens dat ze zich niet met politiek bezighouden, omdat het saai is. Dit lijkt voor hen de belangrijkste reden om niet actief te zijn en politiek in de media te negeren. Een meisje zegt bijvoorbeeld dat zij ‘persoonlijk niet zoveel zin [heeft] om in een jongerenraad te gaan zitten’ en een ander zegt dat zij geen zin heeft om naar een demonstratie te gaan. Politiek is voor deze respondenten te ‘droog’. Een abonnement op een opinieweekblad is bijvoorbeeld niet leuk, omdat je er toe moet zetten om het te lezen. Als inactieve respondenten wel eens aan politieke activiteiten deelnemen, betekent dat lang niet altijd dat ze politiek geïnteresseerd zijn:

Nora (V.15): Het Lagerhuis, daar ben ik zelf ook bij geweest, dus dat vond ik wel grappig.

Interviewer: Dus je bent bij het Lagerhuis geweest?

Nora: Ja, het Nationale Jeugddebate, maar het Lagerhuis was op diezelfde dag en plaats.

Interviewer: Wat heb je daar gedaan?

Nora: Nieuwe wetsvoorstellen gemaakt en die vervolgens ingediend. En toen moesten we in een hele grote kamer gaan zitten, en toen moesten we daar met de fractievoorzitters van de verschillende partijen gaan praten en onze ideeën voorstellen.

Interviewer: Dus je bent redelijk politiek bewust?

Nora: Nee, ik vond het alleen leuk omdat we dan een dag vrij van school kregen.

Interview, VWO (K19: 67)

Dat inactieve jongeren politiek met saaiheid associëren, blijkt ook uit hun televisiekijkgedrag. Ze gaan niet op een specifieke tijd voor de televisie zitten om een programma te bekijken, maar zappen tot ze iets leuks tegenkomen. Politiek zappen ze daarbij meteen weg. De respondenten zeggen dat ze thuis nooit naar de fragmenten uit de focusgroepen zouden kijken. Ze stellen dat politiek op televisie, net als politieke activiteiten in het algemeen, vooral bestaat uit praten. Dit is onaantrekkelijk, omdat allerlei onderwerpen hen niet interesseren of al vaker besproken zijn. Praten zou zinloos zijn, omdat ‘veel burgers eigenwijs zijn en toch niet van mening veranderen’. Zo zeggen Jordi en Nance over een politieke comedyserie:

Jordi (M.14): [De comedyserie] was niet echt levendig. Er moet meer gebeuren.

Nance (V.16): Ja, [dat] vind ik ook. Er gebeurde echt bijna niks.

Interviewer: Hoezo gebeurde er niks?

Nance: Nou, ze staan alleen een beetje te praten. Van mij had er wel wat meer kunnen gebeuren.

Interviewer: Wat (...) had er dan bijvoorbeeld moeten gebeuren?

Nance: Ja... (stilte)

Interviewer: Misschien moeilijk te bedenken...

Nance: Ja, ik weet het nou ook effe niet, maar ik vond het gewoon heel erg stom. Ze zaten alleen maar te praten.

Focusgroep, VWO (C7: 460)

Omdat politiek saai is, zeggen deze inactieve respondenten alleen over politiek te spreken als anderen erover beginnen. Uit zichzelf refereren ze vrijwel nooit aan politieke gesprekken die ze hebben gevoerd. Als ze hier wel naar verwijzen, zeggen ze dat het een uitzondering was of dat het gesprek maar kort duurde:

Interviewer: Op school heb je geen discussies over [politiek]?

Jurre (M.14): Over politiek alleen tijdens de verkiezingen.

Interviewer: Waarom juist tijdens de verkiezingen?

Jurre: Nou, omdat we nergens anders [over] konden praten. We moesten ergens over praten, anders was het zo stil, dus... (...) Tijdverspilling eigenlijk.

Interviewer: Het was eigenlijk niet echt bijzonder, en Eelco?

Eelco (M.15): Nee, we praten er eigenlijk nooit over.

Interviewer: Over dit probleem [asielzoekers] ook niet?

Eelco: Ja nou, als er iets ergs is gebeurd, zoals die jongen in Venlo...⁸ Dan praat je er wel over. Voor de rest... nee, eigenlijk nooit.

Focusgroep, VWO (P6: 676)

Volgens de inactieve respondenten komt politiek alleen ter sprake bij belangrijke gebeurtenissen, zoals verkiezingen, de moord op Pim Fortuyn of de aanslagen van 11 september 2001. In de periode 2001-2003 zijn dit de enige gebeurtenissen die ze expliciet noemen als gespreksonderwerp met vrienden. Dit geldt bijvoorbeeld niet voor de val van het eerste kabinet-Balkenende of de oorlogen in Afghanistan en Irak. Deze onderwerpen bespreken ze vooral thuis:

Interviewer: Praat je zelf weleens over de oorlog [tegen het terrorisme] of over de aanslagen [van 11 september]?

Annemieke (V.19): Ja, ik heb nog een keer een heel leuke discussie gehad met mijn broertje en mijn opa. Toen [waren] wij uit eten met de hele familie. Hij was dus voor die oorlog in Afghanistan. Mijn broertje en ik waren ertegen. Ik merk wel dat ik er vooral met familie over praat. Onder jongeren speelt het... misschien dat het wel speelt, maar je hebt het er op een andere manier toch minder over. Omdat je meer met dagelijkse dingen bezig bent, dus je school en je studie.

Interviewer: En waarom speelt het onder jongeren minder?

Annemieke: Misschien dat ze er wel over nadenken, maar het niet zo uiten, omdat ze denken dat anderen er niet over nadenken.

Interview, HAVO (D23: 959)

Inactieve jongeren zeggen unaniem afwijzend te reageren als een klasgenoot over politiek begint. Ze lopen dan weg of kappen het gesprek snel af:

Interviewer: [Als een klasgenoot in de pauze vertelt dat hij Balkenende op tv heeft gezien,] wat zou je daarvan denken?

Margot (V.15): Ik zou eerst even luisteren en dan zou ik [het gesprek] gewoon af gaan kappen.

Jacco (M.14): Zo is het wel weer mooi geweest.

Margot: Ja, als het echt een kwartier duurt, dan zou ik het echt op het laatst wel afkappen van: 'ja leuk, ik moet nog even weg'.

Interviewer: En Leonie?

Leonie (V.14): Ja, ik zou ook een beetje kortaf reageren van: 'ja, leuk'. Ik zou niet echt een heel verhaal beginnen.

Focusgroep, VMBO (I3: 1383)

Als de inactieve respondenten expliciet worden aangemoedigd om over politiek te spreken, zoals op school, gaan ze er soms juist wel op in. Maar zelfs op school komt de politiek weinig ter sprake. Het onderwerp zou in de les weinig prioriteit hebben en ondergesneeuwd raken door andere zaken. Alleen bij speciale gebeurtenissen, zoals verkiezingen, krijgt het meer aandacht. Sommige respondenten zijn positief over politieke discussies, omdat deze bijdragen aan een eigen mening. Andere beweren dan niet op te letten of alleen als ze niets beters te doen hebben. Zij noemen ook discussie op school saai. Ze lijken sowieso weinig te praten over welk politiek onderwerp dan ook:

Interviewer: Hebben jullie weleens [met elkaar] over de oorlog [tegen het terrorisme] gepraat?

Antine (V.16): Weinig.

Saskia (V.15): Weleens in de klas.

Interviewer: In de klas?

Saskia: Met geschiedenis.

Antine: Nou niet veel.

Interviewer: Waar gaat dat dan bijvoorbeeld over, als je [het] er bij geschiedenis over hebt?

Saskia: Nou, 'wat vind je ervan?' 'Bekijk de krantenknipsels', zoiets.

Interviewer: (...) Hebben mensen een mening over de oorlog?

Floris (M.16): Nee, je mag hem wel geven, maar de meeste mensen hebben zoiets van: 'schiet nou maar op met die les'.

Interviewer: En Sanneke, wat vind jij daarvan, als dat in de les wordt besproken?

Saskia: Je gaat er wel serieus over door.

Sanneke (V.15): Je hebt er niets aan.

Focusgroep, VMBO (P3: 1259)

Slechts enkele inactieve respondenten discussiëren net zo graag over politieke thema's als actieve jongeren. De vraag of dat gezellig of leuk is, is voor actieve jongeren irrelevant. Vooral actieve jongeren voelen zich aangetrokken tot het debat. Zij reageren dan ook enthousiast op alle mogelijkheden om andere jongeren met politiek in aanraking te brengen. Het is volgens hen een goede zaak als jongeren, met het oog op hun latere leven, leren discussiëren. Klassikale discussie over politiek zou bijvoorbeeld een prima middel zijn om leerlingen een weloverwogen mening te laten vormen. De actieve jongeren zwijgen vooral over de vraag of politiek leuk is. Ze benadrukken vooral de politieke en educatieve aspecten van hun bezigheden. Dat het lidmaatschap van een politieke partij leuk is, is voor hen hooguit een voorwaarde om het te overwegen. Maar wat telt is vooral de politieke visie van hun organisatie, de invloed die ze kunnen uitoefenen en de kennis die ze er kunnen opdoen. Alleen na aandringen van de interviewer stellen deze jongeren dat hun vereniging een leuke club is:

Interviewer: Vind je [het] belangrijk dat je er iets van leert of is het vooral leuk?

Arjen (M.25): Oh, op die manier. Ik denk dat het leuk moet zijn en dat je er wat van moet leren. (...) Dat is voor mij de voornaamste reden. Op de achtergrond speelt (...) de maatschappelijke verantwoordelijkheid of het gevoel dat je iets moet geven. Ik denk dat voor veel jongeren [geldt], en zeker voor mij, dat er op de balans een groter voordeel voor hen [moet] zijn. Dus in de vorm van iets leren of invloed hebben. (...) Het is een beetje een afweging tussen die twee. Heel veel leren, dat is in eerste instantie waarvoor je het doet. Maar als het niet leuk is, dan houd je het niet zo lang vol, is mijn ervaring.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (P12: 97)

De ondervraagde actieve jongeren merken dat een groot deel van de jeugd geen voorliefde heeft voor politiek. Ze bediscussiëren de normen waar andere jongeren in hun ogen aan moeten voldoen en hoe die doelstellingen kunnen worden bereikt. Ze zijn van mening dat de gespreksonderwerpen die zijzelf interessant vinden, veel minder leven bij inactieve jongeren. Die laatsten zouden daar minder over nadenken en nauwelijks in staat zijn erover te discussiëren of het te ingewikkeld vinden hun mening te beargumenteren. De actieve jongeren stellen daarom voor om inactieve jongeren op school te leren

debatteren. Discussie hoort niet vrijblijvend te zijn: er zou sprake moeten zijn van 'een echt stukje politieke meningsvorming'. Actieve jongeren suggereren dat het gebrek aan een onderbouwde mening bij inactieve jongeren te maken heeft met institutionele problemen, zoals te grote klassen en te weinig rollenspelen of discussies op school.

Interviewer: Je zegt: 'veel mensen zijn daar niet in geïnteresseerd', hoe merk je dat dan?

Gerdien (V.19): Omdat het geen gespreksonderwerp is. Je kunt het wel aansnijden, maar heel veel mensen hebben zoiets van: 'nou laat maar, ik heb daar geen mening over' of: 'ik heb geen zin om daarover na te denken, want het is toch allemaal veel te ingewikkeld'. Of een mening waarvan ik denk: 'oké?' maar die dan...

Interviewer: Wat bedoel je daarmee?

Gerdien: Nou gewoon, die wordt uitgesproken en dan wordt er verder niet over gepraat. Dus: 'ik vind het wel goed', maar dat is het dan. Dit is mijn mening en klaar. (...) Dus er is geen discussie. En dat is hier [bij het CDJA] wel zo.

Arjen (M.25): Veel mensen [baseren] hun oordeel (...) ergens op zonder het goed te kunnen beargumenteren of beredeneren. Opeens 'boem, daar staat het', want: 'ik vind het zo' of: 'mijn vader vindt het ook'. En wat je hier leert is dus zeggen van: 'nou, je hebt bepaalde vooroordelen, maar nu gaan we de feiten erbij pakken, en een bepaalde ideologie (...) [en] zo kom je tot een conclusie'. Dat is veel meer onderbouwd. En dat is wel een echte toegevoegde waarde. Dan sta je ook met je argumenten een stuk sterker. Ik denk dat je dat... althans jongeren zoals wij, dat een beetje missen buiten zo'n organisatie.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (P12: 179)

De actieve respondenten noemen het belangrijk dat hun activiteiten educatief zijn, en vinden de vraag of deze leuk zijn van ondergeschikt belang. Zij spreken in positieve bewoordingen over politieke gesprekken en stellen dat het jammer is dat inactieve jongeren dit nooit doen. Zij zouden het goed vinden als er een betere debatcultuur zou ontstaan. Een meerderheid van de inactieve jongeren laat een ander beeld zien. Als deze jongeren politieke signalen oppikken worden zij niet actief omdat zij politiek saai vinden. Zij zeggen geen politieke programma's op televisie te willen kijken, niet voor hun lol mee te doen aan politieke activiteiten, gesprekken over politiek saai te vinden en deze zoveel mogelijk te ontlopen. De saaiheid van politiek lijkt de belangrijkste verklaring waarom deze jongeren bij signalen over politieke thema's niet actief worden. Zij vinden politiek belangrijk, maar de saaiheid van politiek houdt hen van politieke activiteiten af.

Politiek is vreemd

Inactieve jongeren kennen weinig actieve jongeren. Ze hebben daarom weinig kans dat anderen hen naar politieke organisaties meenemen of aanmoedigen politieke activiteiten te ontwikkelen. Deze jongeren noemen ook nooit dat ze met vrienden over politiek spreken. Dit is opvallend, omdat een meerderheid van de respondenten bij de survey zegt weleens met vrienden over politiek te hebben gesproken. Zij zeggen dat politieke betrokkenheid onder jongeren zo weinig voorkomt, dat het 'vreemd' is als een jongere politieke interesse heeft. Het gaat daarbij volgens de inactieve jongeren altijd om dezelfde groep mensen. Ze zeggen weliswaar niet expliciet dat actieve jongeren vreemd zijn, maar gaan daar impliciet wel vanuit. Ze ontkennen dan ook actief dat politiek iets voor hen is:

Interviewer: Sarah, kun jij je voorstellen dat je zoiets zou gaan doen als Bob [actief zijn bij de JOVD]?

Sarah (V.17): Ik kan het me wel voorstellen, ja. Maar niet in de politieke richting.

Bob (M.19): Ze is heel goed in debat, hoor.

Interviewer: Wat zou je dan wel willen doen?

Sarah: Wat ik heel leuk vind van hem, is dat hij redacteur is, artikelen schrijft en dat vind ik ook leuk om te doen. Maar dat politieke dat ligt... dat is gewoon niet mijn...

Bob: Nou, ze is nu bescheiden hoor, want we hebben laatst een debat gehouden...

Sarah (onderbreekt): Maar dat heeft hier niks mee te maken.

Focusgroep, VWO (I8: 293)

De geïnterviewde inactieve jongeren noemen het raar als een jongere een debat leuk vindt of kan lachen om politieke grappen. Ze zeggen bang te zijn om 'voor lul' te staan als ze demonstreren omdat dat 'overdreven' en 'triest' is. Als je wilt demonstreren, moet je in ieder geval met meerdere mensen gaan, 'omdat je dan niet opvalt in de massa'. En 'collecteren is raar, omdat mensen zich dan aan je ergeren'. Ook actiegroepjes op school hebben geen aanzien onder leerlingen.

Interviewer: Waarom zou je niet [demonstreren]?

Merel (V.15): [Dat] weet ik niet. Zo ben ik niet.

Interviewer: Leg eens uit waarom je niet zo bent?

Merel: (...) Ik voel me een beetje voor gek staan als ik zo loop. Het heeft misschien niet zo heel veel zin, maar ja bij sommige mensen zal het natuurlijk wel werken, bij andere mensen niet. (...)

Interviewer: En je denkt dat je een beetje voor gek staat, zei je eigenlijk...

Merel: Als ik met een bord over straat loop wel.

Interview, VMBO (D28: 318)

Deze inactieve jongeren spreken ook zo over politieke gesprekken met leeftijdsgenoten. Als je over politiek wilt praten, val je in een verkeerd hokje. Dit geldt ook voor jongeren die gemeend om politieke grappen kunnen lachen. Inactieve jongeren zeggen te moeten lachen om jongeren die oprecht geïnteresseerd zijn in politiek. Zij komen dit type jongeren weinig tegen en kunnen zich daardoor moeilijk voorstellen hoe het is om zo iemand te kennen. Het is voor hen een ongeschreven regel dat politiek saai is en noemen actieve jongeren ‘nerds’ en ‘stuu-djes’. Inactieve jongeren schrijven aan deze groep allerlei negatieve eigenschappen toe, zoals het lezen van boeken, bekakt praten en vreemde humor:

Carmen (V.15): Het is nog nooit gebeurd dat iemand uit de klas komt van: ‘ja, ik interesseer me zo voor politiek’. Ik zou [er] best wel [om] moeten lachen eigenlijk.

Selma (V.16): Nou, we hebben wel mensen in de klas die dat zouden doen.

Meerdere meisjes: Ja, Martin! (groep lacht)

Interviewer: Wat is Martin dan voor iemand?

(Meisje doet Martin na met een bekakt stemmetje)

Anita (V.16): Hij wil overal alles van weten. Hij wil echt de slimste zijn.

Interviewer: Ja. En dat is ook iemand die politiek leuk vindt. Of interessant...

Anita: Nou, ik weet niet of hij het leuk vindt. Ik denk meer dat hij er alles over wil weten, omdat hij anders minder weet dan een ander.

Focusgroep, VWO (I1: 1056)

Inactieve jongeren realiseren zich dat andere jongeren politiek vreemd vinden en passen zich hieraan aan. Soms zeggen ze expliciet dat vrienden of andere jongeren politiek saai vinden. Een meisje zegt dat ze niet het idee heeft dat haar vrienden erg betrokken zijn. Ze zouden geen politieke activiteiten willen uitvoeren, niets van politiek willen weten en geen zin hebben om politiek uitgebreid te volgen. Als inactieve jongere schijn je tegen je vrienden te moeten zeggen dat politiek saai is:

Interviewer: Je zei van: ‘natuurlijk zeg je dat [politiek] saai is’.

Peter (M.16): Ja, voor je vrienden zeg je dat het saai is (lacht). Want ja, die vinden zoets natuurlijk ook saai, dus dat is eigenlijk omdat het saai is.

Interviewer: Hoe weet je dat zo zeker dat ze dat zullen vinden?

Peter: Ja, moeilijk, daar ben je bijna zeker van. Ik denk dat veel jongeren van zestien zeggen van: ‘oh, daar heb je weer zo’n oude lummel die wat zegt, nou dat zal ons niks boeien’.

Interview, VMBO (D17: 562)

De inactieve respondenten die vrijwilliger zijn, kennen wel mensen die zich actief voor bepaalde onderwerpen inzetten. Deze personen waren voor hen een van de redenen om zich bij een vrijwilligersorganisatie aan te sluiten. Hun vrienden zaten er al bij en moedigden hen aan, of ze 'rolden erin'. Slechts een enkeling bleef bij een organisatie als het sociale aspect toch tegenviel:

Interviewer: Je zei: 'ik ben eigenlijk bij [Jongeren Milieu Actief] gegaan, omdat een vriendin erbij zat'.

Mirjam (V.20): Ja, die zei: 'goh, ga eens mee naar de vergadering'.

Interviewer: Was dat sociale aspect (...) heel belangrijk of ging je toch vooral (...) omdat je heel erg met het milieu bezig was?

Mirjam: Nou, het is heel stom, maar het sociale aspect was niet echt... het was meer dat ik het door haar te weten kwam of daarover na ging denken, dat ik dacht van: 'nou, dat kan ik ook wel doen'. Maar de groep waarmee we dat deden was eigenlijk niet zo leuk. We waren echt de oudsten. [Er] waren vooral eerste-, tweedeklassers, die een beetje zaten te giechelen en de hele vergadering verder niet zo heel veel uitvoerden. Dus wat dat betreft [viel] het sociale aspect wel tegen.

Interview, WO, vrijwilliger bij Jongeren Milieu Actief (DII: 95)

Deze vrijwilligers noemen veel andere jongeren onbetrokken. Scoutingleden vertellen dat de maatschappelijke betrokkenheid van velen te wensen overlaat. Anderen kunnen maar zeer beperkt enthousiasme opbrengen voor scouting en het is moeilijk om vrijwilligers te vinden die zich er actief voor willen inzetten. Het is vaak moeilijk nieuwe leiders te vinden. Sommigen zijn in een situatie geweest waarin er geen leiding was en noodoplossingen nodig waren om de groep draaiende te houden. Vrijwilligers van andere organisaties vertellen soortgelijke ervaringen: leerlingen weten niet dat er een medezeggenschapsraad is en voelen zich er niet bij betrokken, bij milieuorganisaties worden nieuwkomers enthousiast onthaald omdat vrijwel niemand zich spontaan aanmeldt, eco-teams op scholen vallen snel uit elkaar en studentenbonden schakelen professionele communicatieadviseurs in om hun achterban te mobiliseren.

Interviewer: En wat heb je [de kinderen] het afgelopen jaar bij [scouting] concreet geleerd?

Jeremy (M.18): Hoe het eruit ziet als er een heel leidingsteam weggaat en niet meer komt.

Marylon (V.20): Ja, dat was het afgelopen jaar een beetje rommelig, want er was eerst ineens helemaal geen leiding meer, dus wij zijn eigenlijk meer een opvangteam. (...)

Interviewer: Jij noemt dat je een opvangteam was, hoe zat dat?

Marylon: We hadden een soort roulatiesysteem van mensen die eigenlijk niet elke zaterdag leiding [wilden] geven, maar die het zonde vonden om de welpen op te heffen, dus die gewoon twee keer in de maand [wilden] draaien. (...) En nu geven Jeremy en ik dan vast leiding elke zaterdag. Ik ga na het zomerkamp weer weg en Jeremy in januari, en we hebben nu drie vaste leiding naast ons.

Interviewer: Ja. En is dat genoeg?

Jeremy: Tot nu toe wel.

Marylon: Ja, met zijn vijven wel, maar als wij dan weg zijn, dan...

Focusgroep, diverse opleidingen, vrijwilligers bij Scouting (P11: 146)

Ook de actieve respondenten stellen dat politiek voor veel jongeren geen hobby is. Dat inactieve jongeren politieke betrokkenheid vreemd vinden, weten ze uit eigen ervaring. Een jongen wordt door andere jongeren beledigd als hij vertelt dat hij lid is van het CDJA. Hij krijgt dan te horen dat ze hopen dat het CDA bij de volgende verkiezingen nul zetels haalt. Een meisje vertelt dat ze altijd wordt aangevallen op haar CDJA-lidmaatschap, omdat het CDA hypocriet zou zijn. Andere actieve jongeren spreken van subtielere kritiek op hun lidmaatschap. Leden van de Jonge Socialisten stellen dat inactieve jongeren absoluut niet weten wat de JS doet. Alleen politiek actieve jongeren hebben een beeld van politieke jongerenorganisaties. Inactieve jongeren kijken er vreemd tegenaan en weten er niets van:

Interviewer: Weten jouw vrienden dat jij lid bent van het CDJA?

Xavier (M.18): Ja, ik heb het ze weleens een keer verteld.

Interviewer: Wat vonden ze daarvan?

Xavier: [Ze waren] een beetje verbaasd. Ze hadden het misschien ook wel een beetje van me verwacht, maar ik weet niet... Er wordt toch altijd een beetje vreemd tegenaan gekeken.

Loek (M.29): Af en toe wordt er wel wat gegniffeld, ja.

Interviewer: Wat vinden ze er vreemd aan?

Xavier: Ja gewoon, politiek en dan bij het CDJA. De meeste jongeren houden niet van politiek en dat is allemaal veel te ingewikkeld.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (C12: 504)

De geïnterviewde actieve jongeren noemen de onverschilligheid onder hun leeftijdsgenoten een kwalijke zaak. Te weinig jongeren tonen interesse of zijn lid van een politieke jongerenorganisatie. Zelfs de betrokkenheid onder leden van hun organisatie is gering. Een jongen vertelt dat het aantal leden van zijn afdeling zo klein is, dat hij direct nadat hij lid werd in het bestuur kon plaatsnemen. Deze jongeren constateren slechts incidenteel een opleving in de interesse van inactieve jongeren in politiek, zoals door de economische teruggang, Pim Fortuyn en de nieuwe PvdA-leider Wouter Bos. Hoewel ze het niet realis-

tisch achten om van alle jongeren een zeer hoge betrokkenheid te verwachten, noemen ze de bestaande situatie ongewenst:

Arjen (M.25): Ik ben verantwoordelijk voor ledenwerving. Ik probeer zoveel mogelijk mensen erbij te betrekken. En ik denk dat het heel gezond is, dat [is] ook een beetje de inslag van het CDA, de maatschappelijke betrokkenheid, dat iedereen zijn verantwoordelijkheid neemt. Ik denk dat dat heel belangrijk is, dat op alle niveaus mensen gewoon meedenken, meedoen, meehelpen. Want (...) ja, iedereen klaagt altijd van: 'er zijn een paar mensen in de top en die beslissen alles'. Nou ja goed, dat is wel je eigen schuld. Je kan lid worden van een politieke partij, dan kan je ook meebeslissen, maar die wil ontbreekt op een bepaalde manier. Ik denk dat je dat wel wat meer zou moeten stimuleren, dat mensen toch wat meer betrokken raken. Of iedereen nou heel actief moet zijn, dat is misschien een tweede, maar toch... zoals het nu is, dit is toch wel ook wel een beetje het uiterste.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (P12: 249)

Enkele actieve jongeren zeggen dit beeld te betwijfelen en stellen dat inactieve jongeren wel degelijk betrokken zijn bij de politiek. Ze hanteren daarbij wel een bredere definitie van het begrip politiek. Jongeren houden volgens hen van ludieke actie en niet van traditionele politieke activiteiten. Een meisje stelt dat jongeren in protest komen tegen zaken waar ze het niet mee eens zijn, bijvoorbeeld te veel proefwerken op school. Een jongen beweert dat jongeren wel betrokken zijn, maar dat dit wordt doodgezwegen. Zo is er in Amerika veel verzet tegen George Bush, maar dit haalt de kranten nauwelijks.

Patrick (M.21): Ze zijn wel politiek geïnteresseerd, maar ze hebben een weerzin van de politiek, van politici die met een stropdas en weet ik veel wat op tv komen en saai verhalen vertellen. Dat spreekt ze niet aan. Dus gaan ze ook die kanalen niet gebruiken om hun politieke interesse om te zetten in politieke actie. Dat is natuurlijk de vraag. Hoe zet je die politieke interesse, waarvan ik zeg [dat die er is, om] in politieke actie. Dat kun je op verschillende manieren doen. Wij proberen het door met Rood, dat zijn de jongeren in de SP, allerlei acties op touw te zetten. Dat zijn soms ludieke acties. We hebben toen in Utrecht, om een voorbeeld te geven, toen wilden ze kindsagenten invoeren. Dat hebben ze nu ook gedaan. De commissaris wilde vijftien- en zestienjarige junioragenten de straat opsturen met allerlei bevoegdheden en [wij] dachten: 'dat slaat nergens op'. Dus wat deden wij: een aantal jonge mensen in een politiekpak stoppen met korte rokjes hè, een beetje overdreven en op straat chaos scheppen. Dat was leuk en er was ook in de media de reactie van jongeren: dat is lachen, een beetje de boel op stelten zetten.

Interview, WO, actief bij de SP (D7: 1446)^o

De visie van leeftijdsgenoten speelt dus een belangrijke rol bij hoe jongeren betekenis geven aan politiek. Alle respondenten noemen hun eigen generatie ongeïnteresseerd en erkennen dat politieke interesse snel raar gevonden wordt. Dit betekent dat als jongeren politieke signalen om willen zetten in politieke actie, dit niet zichtbaar mag zijn voor andere jongeren.

Conclusie

Bestaand onderzoek suggereert dat een grote meerderheid van de jongeren niet veel op heeft met de politiek. Ze weten er weinig van, hebben er geen interesse in en zijn nauwelijks actief. Deze gegevens suggereren dat jongeren niet in actie komen als ze signalen oppikken over voor hen relevante politieke thema's. In de interviews en focusgroepen komt dit beeld echter slechts gedeeltelijk terug. Uit de uitspraken van inactieve respondenten kunnen twee frames worden gereconstrueerd: politiek is belangrijk en politiek is saai. Een frame is een interpretatiekader, waarbij bepaalde kenmerken steeds terugkomen in de uitspraken over dat onderwerp: 'Framing (...) refers to the ability of message attributes to organize experiences of situations and issues for citizens and rendering certain patterns of thoughts available for the expression of attitudes and opinions' (De Vreese, 2003: 5). Inactieve en actieve jongeren maken op verschillende manieren gebruik van deze frames.

Inactieve jongeren hanteren, zoals gezegd, regelmatig een frame dat politiek belangrijk is. Dit frame vertoont grote overeenkomsten met het model van geïnformeerd burgerschap. Ze beweren dat politiek belangrijk is, net als stemmen op inhoudelijke gronden. In de focusgroepen worden deelnemers die zeggen dat ze niet gaan stemmen dan ook afgestraft. Uit de survey blijkt tevens dat inactieve jongeren wel van goede wil zijn om aan uiteenlopende politieke activiteiten deel te nemen, maar door gebrek aan politieke rechten of praktische problemen weinig of niet participeren. Ze beweren impliciet dat ze actiever zullen worden als er andere condities worden geschapen. Dit repliceert bestaand onderzoek, dat suggereert dat jongeren meer interesse in politiek zullen krijgen als ze meer politieke rechten hebben (CYPU, 2002; Kimberlee, 2002; Molloy et al., 2002; O'Toole, Marsh et al., 2003). Aangezien inactieve jongeren veel van deze uitspraken in focusgroepen doen, blijkt dat ze bepaalde minimumeisen stellen aan elkaars politieke betrokkenheid: het is sociaal ongewenst om helemaal niets van politiek te weten.

Inactieve jongeren hanteren tevens een frame dat politiek saai is. Hun uitspraken zijn dan vrijwel tegengesteld aan de uitspraken die ze doen binnen het andere frame: politieke activiteiten worden 'saai' en 'vreemd' genoemd en politiek 'bestaat slechts uit praten'. Ze berusten in praktische belemmeringen, zoals het gebrek aan politieke rechten, en lijken deze niet te willen wegne-

men. Inactieve jongeren kennen nauwelijks jongeren die politiek actief zijn en schrijven hen negatieve eigenschappen toe. Dit laatste punt heeft consequenties voor de uitspraken die ze in focusgroepen bereid zijn te doen. Ze vermijden het beeld dat ze politiek actief zijn of politiek aantrekkelijk vinden, omdat ze dan in een verkeerd hokje vallen. Inactieve jongeren stellen op dit gebied dus ook duidelijke maximumeisen.

Kortom, inactieve jongeren gebruiken twee tegengestelde frames: ze proberen niet te betrokken over te komen (politiek is immers saai en vreemd), maar vermijden ook het beeld dat ze helemaal niet betrokken zijn (politiek is immers belangrijk). Zowel een te grote als een te geringe betrokkenheid is voor inactieve jongeren dus sociaal ongewenst. Om op niet te veel weerstand te stuiten, tonen ze daarom beperkte tekenen van goede wil en laten ze een uitdrukkelijk pleidooi voor verdergaande politieke betrokkenheid achterwege. Focusgroepen leiden zo tot andere uitspraken dan individuele interviews. In interviews vertellen inactieve jongeren eerder dat ze politiek onbelangrijk vinden en niet gaan stemmen. Ook een pleidooi voor meer betrokkenheid onder de jeugd bleek alleen in die context mogelijk. In focusgroepen daarentegen vertellen ze sneller dat politiek saai is, omdat ze willen aansluiten bij hun leeftijdsgenoten en het beeld willen vermijden dat ze politiek geïnteresseerd zijn. Jongeren die een tegengesteld geluid willen laten horen, zwijgen, wat de indruk wekt dat alle inactieve jongeren politiek saai vinden. Omdat politiek geen onderdeel uitmaakt van hun dagelijkse cultuur, ervaren ze politieke betrokkenheid als iets vreemds. Ze kennen geen andere jongeren die aan politiek doen, die hen ervan overtuigen dat politiek aantrekkelijk is, hen meenemen naar politieke activiteiten of hun vooroordelen over politiek weerleggen. Daarom hebben inactieve jongeren niet de mogelijkheid op een positieve manier over politiek te spreken of te laten zien dat politieke betrokkenheid voor jongeren leuk kan zijn.

Actieve jongeren hanteren eveneens een frame dat politiek belangrijk is, maar geven dit een bredere en diepere invulling. Daarmee presenteren deze jongeren zich geheel volgens de normen van het model van geïnformeerd burgerschap. Ze negeren de vraag of politiek leuk of saai is en hanteren dus geen frame dat politiek saai is. Actieve jongeren benadrukken politieke, educatieve en informatieve aspecten van hun activiteiten. Ze stellen hogere eisen aan politieke betrokkenheid dan alleen geïnformeerd stemmen. Ze zeggen dat politiek belangrijk is, dat ze kennis over politiek willen verwerven en politiek actief willen zijn. De thema's die inactieve jongeren aan de orde stellen, worden door actieve respondenten eveneens besproken, maar op een andere manier. Actieve jongeren worden wel belemmerd door praktische zaken, zoals een gebrek aan invloed, maar weten dergelijke problemen te overwinnen. Deze jongeren hebben een sociaal netwerk waardoor zij met politiek in contact komen en waar-

binnen politiek als interessant geldt. Actieve jongeren interpreteren inactieve jongeren eenzijdig als onbetrokken en ongeïnteresseerd, en reproduceren daarmee de zorgen die in bestaand onderzoek over inactieve jongeren worden geuit. Actieve jongeren ontkennen dat inactieve jongeren politiek belangrijk vinden. Ze lijken zich wel bewust van het feit dat veel inactieve jongeren een heel andere mening over politiek hebben. Zo merken ze incidenteel op dat jongeren buiten hun netwerk politieke activiteiten vreemd vinden.

Actieve en inactieve jongeren kijken dus heel verschillend tegen politiek aan. Op basis van de theorie kan worden verwacht dat er tevens een tussengroep bestaat: inactieve jongeren die vrijwilligerswerk doen en op deze manier met politiek in aanraking komen. De literatuur suggereert dat deze inactieve jongeren via vrijwilligerswerk kunnen doorgroeien naar politieke activiteiten (e.g. Van Deth & Leijenaar, 1994). De respondenten in dit onderzoek die vrijwilligerswerk uitvoeren, verschillen echter nauwelijks van inactieve jongeren. Ze maken gebruik van dezelfde frames: politiek is belangrijk en politiek is saai. Ze zien hun activiteiten niet als politiek, maar eerder als doe-baar: ze proberen de wereld te veranderen door zich in te zetten voor concrete zaken die ze kunnen veranderen en negeren grotere politieke issues die buiten hun bereik liggen (Eliasoph, 1998). Deze jongeren komen conform de literatuur wel met politiek in aanraking, maar leren hierbij vooral dat ze weinig invloed kunnen uitoefenen en dat politieke activiteiten daarom zinloos zijn. Op deze manier wordt eerder het tegendeel van een opstapfunctie bewerkstelligd: ze leren vooral dat ze *niet* moeten participeren.

Uit dit hoofdstuk blijkt dat zowel inactieve als actieve jongeren van goede wil zijn om politiek actief te zijn. Inactieve jongeren vinden politiek alleen te onaantrekkelijk om dit echt te doen: politiek verhoudt zich slecht tot hun cultuur. Daarmee komt de vraag naar voren wat politiek voor hen zo onaantrekkelijk maakt.

STIJL VAN POLITIEK

Bridget: Ik vind de politiek in Nederland erg grijs: de meeste politici hebben nauwelijks uitstraling. Je kunt wel roepen dat het louter om de inhoud gaat, maar de waarheid is natuurlijk wel dat de vorm er wel degelijk toe doet. Een politieke leider moet toch een bepaald charisma hebben. Zeker voor jongeren geldt: de eerste indruk moet goed zijn. Daarna gaan ze pas kijken wat erachter zit. Iemand als Balkenende kan nog zulke goede ideeën hebben, maar die man straalt geen geloofwaardigheid uit. En dat ligt aan zijn uiterlijk. (Storm, 2002)

In het vorige hoofdstuk bleek dat politiek slecht bij de alledaagse leefwereld van inactieve jongeren past. Deze jongeren hanteren een frame dat politiek saai is om dit te laten blijken. Ze willen niet dat andere jongeren denken dat ze politiek betrokken zijn en proberen daarom ongeïnteresseerd over te komen. Ze noemen politiek saai, en actieve jongeren vreemd. Dit hoofdstuk bespreekt de belangrijkste reden waarom politiek dat soort negatieve reacties oproept. Uit de interviews en focusgroepen blijkt dat de stijl van politiek bedrijven jongeren niet aanspreekt en ver van hen afstaat. De ondervraagden spreken kritisch over de manier waarop individuele politici zich presenteren in het publieke domein. Door deze stijl zou politiek een aantrekkelijke uitstraling missen en niet op de leefwereld van jongeren aansluiten. Deze kritiek heeft tevens inhoudelijke gevolgen voor de relatie tussen jongeren en politici. Hoewel politiek wel past in het dagelijks leven van actieve jongeren, zijn ook zij kritisch over de stijl van politiek. Deze kritiek komt dus onder alle respondenten in meer of mindere mate voor. In dit hoofdstuk komen achtereenvolgens drie kritiekpunten aan de orde. Eerst staat de uitstraling van politici centraal: hun fysieke voorkomen, zoals kleding, kapsel en postuur. Vervolgens komen de leeftijd en ouderwetse ideeën van politici aan de orde en ten slotte wordt aandacht besteed aan de onaantrekkelijke en onbegrijpelijke manier waarop politici praten.

Uiterlijk en uitstraling

De jongeren die in dit onderzoek aan het woord komen, hebben kritiek op het uiterlijk en de uitstraling van politici. Bij uiterlijk gaat het om lichamelijke kenmerken als postuur, kapsel en kleding; bij uitstraling staan de associaties die dit uiterlijk oproept voorop.

Uiterlijk

De geïnterviewde jongeren uiten kritiek op de manier waarop politici eruit zien, en vooral op hun kleding. Ze zeggen dat politici meestal mannen zijn die er steeds hetzelfde uitzien: ze dragen altijd een strak, donker pak met een stropdas en hebben een net kapsel. De jongeren beschrijven dit uiterlijk in negatieve bewoordingen. Er wordt regelmatig gesuggereerd dat politici 'normale' kleding moeten dragen, zoals een spijkerbroek of een t-shirt, in plaats van een strak pak. De kleding die politici op dit moment dragen is te formeel:

Abbey (V.15): [Politici] moeten normale kleren aandoen (groep lacht), nee echt.

Mario (M.14): Gewoon een spijkerbroek met een t-shirt. (...)

Interviewer: Wat hebben ze voor pakjes aan dan?

Abbey: Allemaal zo formeel.

Mario: Allemaal een zwart of grijs pak met een groen of rood gestreepte stropdas.

Abbey: Net alsof ze naar een begrafenis gaan.

Mario: Ze moeten gewoon een spijkerbroek en een t-shirt aantrekken.

Focusgroep, VWO (C6: 1292)

Zowel inactieve als actieve respondenten uiten kritiek op de kleding van politici, maar de manier waarop verschilt. Inactieve jongeren brengen hun kritiek expliciet en uitgebreid voor het voetlicht en praten er onderling over. Actieve jongeren benoemen deze punten alleen terloops en laten opmerkingen van anderen in deze richting ongemerkt passeren. Zij uiten echter wel degelijk kritiek op de uiterlijke kenmerken van politici, zoals het actieve JOVD-lid Bob:

Interviewer: Zijn er op dit moment [politici] die charisma hebben?

Bob (M.19): Ja.

Interviewer: Aan wie denk je dan?

Bob: Ik vind Mark Rutte... ja goed... jullie kennen hem misschien niet...

Andere deelnemers: Nee.

Bob: Maar dat is de staatssecretaris van Sociale Zaken en Werkgelegenheid¹ en dat wordt waarschijnlijk de nummer één van de VVD, na Zalm. Dat is een man van 36 en dat is gewoon iemand, die loopt niet in driedelig pak en hij drinkt gewoon een biertje met je, zo iemand is dat.

Focusgroep, VWO (18: 811)²

De geïnterviewde jongeren benadrukken met deze kritiek vooral de overeenkomsten tussen politici. Ze noemen de kledingstijl van politici 'altijd hetzelfde'. Als de respondenten uitzonderingen noemen, zijn dit altijd prominente politici en komen dezelfde namen terug: PvdA-leider Wouter Bos en Pim Fortuyn. Zij voldoen voor deze jongeren niet aan het stereotiepe beeld van 'een politicus'. De respondenten besteden nauwelijks aandacht aan de standpunten van deze politici, maar noemen wel het uiterlijk en de uitstraling van deze politici. Vooral de uitstraling lijkt te tellen. Ze zeggen dat Wouter Bos normale kleren draagt en zijn stropdas thuislaat, en zeggen dat Fortuyn er anders uitzag dan zijn collega's. Dit laatste is opmerkelijk, omdat Fortuyn altijd nette pakken droeg, waar de respondenten nu juist bezwaar tegen zeggen te hebben. De geïnterviewde jongeren lijken zich bewust van deze discrepantie en melden dat Fortuyn 'hippe pakken' droeg. Het blijft onduidelijk wat ze hier precies onder verstaan. Dit lijkt een gevoelsmatige kwestie:

Masud (M.20): Als ik bijvoorbeeld naar Wouter Bos kijk, die zit niet altijd strak in zijn pak. Ik zie hem soms ook gewoon nonchalant erbij lopen.

Interviewer: Wat vind je ervan dat hij dat doet?

Masud: Ik vind dat natuurlijk wel kunnen. Als je naar Pim Fortuyn keek, die zat dan wel altijd strak in het pak, maar hij had wel hippe pakken aan. Die had echt soms van die rare kleuren aan. Misschien omdat hij homo was of zo, maar hij was wel hip.

Focusgroep, MBO (I5: 643)

Ook Wiebe vond Fortuyn 'gewoon anders':

Wiebe (M.14): Pim Fortuyn (...) was gewoon heel anders. Dat is gewoon... hij is kaal en ik weet niet... dat ziet er gewoon...

Jacco (M.14): Hij was gewoon recht door zee, niet er lulverhaaltjes omheen draaien.

Interviewer: Wat heeft dat ermee te maken dat hij kaal is, spreekt dat [je] aan dat hij kaal is?

Wiebe: Nee, maar hij ziet er gewoon heel anders uit dan al die andere gasten. Die zitten allemaal strak in pak. Hij ook wel, maar hij ziet er gewoon anders uit.

Focusgroep, VMBO (I3: 377)

De geïnterviewde jongeren zeggen tevens dat de rest van het uiterlijk belangrijk is. Zowel actieve als inactieve jongeren stellen impliciet dat politici lelijk zijn. Sommige inactieve respondenten proberen politici op deze manier te beledigen, door te stellen dat ze rimpels hebben, dik zijn of vetrollen hebben. Hun verkeerde kleding en verkeerde postuur lijken elkaar aan te vullen: door strakke jaszjes komen vetrollen en dikke buiken in beeld, wat voorkomen had kunnen worden met betere kleding:

Interviewer: Als jongeren dit zien, [welk beeld] denk je dan dat ze van [Haitske van der Linde] krijgen?

Odessa (V.14): Saai.

Yamina (V.14): Ja, saai.

Interviewer: Saai. En wat nog meer?

Odessa: Een trol. (groep lacht) (...) Ik weet wel zeker dat ze gaan zeggen: 'woh, die is dik!' (groep lacht)

Bas (M.14): [Dat] is wel zo, dat is wel een nadeel aan haar. (...)

Yamina: Als het nou een knappe vrouw was...

Focusgroep, VMBO (I2: 1167)

Het feit dat veel jongeren werden geïnterviewd in groepen speelt bij dit onderwerp een belangrijke rol. In het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat inactieve jongeren zeggen dat politiek saai is en politieke interesse vreemd. Ze proberen daarom ongeïnteresseerd over te komen. Binnen deze focusgroepen hebben politici weinig aanzien en vormt hun uiterlijk een gemakkelijk doelwit. Inactieve respondenten kunnen op deze manier laten zien dat ze zelf geen 'vreemde types' zijn. Actieve respondenten maken eveneens beledigende opmerkingen tussen neus en lippen door, om hun status binnen de groep te vergroten. Zij laten op deze manier zien dat ze politici van andere partijen op een originele manier kunnen bekritisieren of belachelijk maken. De ondervraagde Jonge Socialisten maken bijvoorbeeld grappen over LPF-lijsttrekker Mat Herben, die deelneemt aan de nieuwjaarsduik:

Maartje (V.30): De zee induiken tussen duizend andere mensen, dat is geen statement.

Morris (M.24): Dat is alleen maar de camera's opzoeken.

Maartje: 'SBS was erbij, en ik had mijn Unox-mutsje op'.

Morris: 'Kijk eens hoe leuk ik ben want ik zit onder het publiek'. (...) Dat zit hij helemaal niet, want hij rent de zee in...

Pablo (M.23): 'Wilt u alstublieft de bovenkant filmen want anders ziet u mijn vetkwabben!'

Focusgroep, diverse opleidingen, leden Jonge Socialisten (CI3: 1039)

Enkele respondenten verklaren het uiterlijk van politici met de stelling dat politici geen smaak hebben. Dit zou ervoor zorgen dat politici per definitie slecht overkomen en hun uiterlijk niet gemakkelijk kunnen aanpassen. Deze jongeren zeggen dat politici zich niet bewust zijn van hun uiterlijk: ze hebben niet door dat hun uitstraling slecht is en hun kleding fout en dat hun vetrollen in beeld komen. Tevens weten vrouwelijke politici niet hoe ze zich moeten opmaken:

Linda (V.14): Maar sowieso, die make-up al. Dat is toch erg? (...) Heeft [Haitske van der Linde] van die dunne lippen en dan gaat ze er rode lippenstift op smeren en dan doet ze blauwe oogschaduw. Dat zit dan helemaal tussen die rimpels.

Joey (M.15): Dat straalt gewoon...

Linda: Ik ga ervan uit dat zij genoeg verdient om een goede visagiste te huren, als ze het zelf niet kan.

Focusgroep, VWO (16: 897)

De geïnterviewde jongeren vertellen dat politici over het algemeen een onaantrekkelijk uiterlijk hebben omdat zij steeds dezelfde saaie pakken dragen, lelijk zijn en geen smaak hebben. Inactieve respondenten laten met deze kritiek zien dat zij politiek niet interessant vinden en proberen politici daarom te beledigen. Actieve jongeren verwoorden deze kritiek tussen neus en lippen door om te laten zien dat zij politici van andere partijen op een originele manier kunnen bekritisieren. Er bestaan twee uitzonderingen op dit patroon: Wouter Bos en Pim Fortuyn. Deze uitzonderingsposities laten zien dat het respondenten niet zozeer gaat om het uiterlijk van politici, maar om hun uitstraling.

Uitstraling

De voor dit onderzoek geïnterviewde jongeren beschrijven politici als nette, formele en serieuze personen. Die uitstraling staat voor de respondenten gelijk aan 'geen uitstraling'. Ze noemen uit zichzelf Pim Fortuyn en Wouter Bos als politici met uitstraling, en Jan Peter Balkenende als een politicus zonder uitstraling. Ze beschrijven Balkenende met woorden als 'een voorlezend woordenboek' en 'een nerd', omdat hij stijf zou overkomen en bekakt zou praten. De suggesties van respondenten over hoe politici dit beeld kunnen vermijden, betreffen wederom kleding: politici moeten alledaagse kleding aantrekken en hun stropdas thuislaten:

Anita (V.16): Ik vind Bos wel gewoon meer uitstraling hebben, dat vind ik wel. Hij is gewoon een beetje normaal. Al gaat hij stemmen, (...) dan komt hij gewoon in zijn regenjas daarnaar toe. Dan zie je Balkenende daarna, helemaal in pak en alles.

Selma (V.16): Ja, precies.

Anita: En dan met allemaal mensen er omheen. [Bos] zie je gewoon gaan stemmen, en dat is ook wel...

Interviewer: Wat is dan normaal voor een politicus?

Anita: Nou gewoon, dat hij zich net zo gedraagt als andere mensen, en niet helemaal hoger staat, of zo.

Focusgroep, VWO (11: 309)

Inactieve respondenten zeggen dat politici een ‘normale’ uitstraling moeten hebben en beweren dat politici ‘gewoon’ moeten doen. Ze moeten qua kleding en taalgebruik dichtbij de burger staan. Deze jongeren stellen dat politici spontaan en vriendelijk moeten overkomen en zo de indruk moeten wekken dat je gewoon met hen kunt praten. Politici dienen een menselijke uitstraling te hebben en dingen te doen die gewone mensen ook doen:

Interviewer: Maar heeft [Bill Clinton] voor jou persoonlijk ook charisma?

Frank (M.19): Ja, [dat] vind ik wel, ja.

Interviewer: Wat spreekt je dan in hem aan?

Frank: Zijn uitstraling en de dingen [die] hij zegt.

Masud (M.20): Ja, zoals?

Berkan (M.21): Hij leefde altijd volop mee. Hij voelde mee. Misschien was het niet zo, maar dat hij dat moest laten merken.

Interviewer: Hij straalde dat toch uit, dat hij dat deed?

Berkan: Hij ging saxofoon spelen. Hij ging lachen met Jeltsin,³ dat wat ik tot nu toe echt niet had gezien in de politiek. De twee machtigste landen op dat moment en dat je je helemaal rot lacht. Dat vind ik gewoon iets [wat] bij een president niet hoort, maar hij heeft het gedaan, [dat] je denkt: ‘ja, hij is toch een van ons, want daar zou ik misschien ook om lachen’.

Focusgroep, MBO (I5: 460)

Ook actieve respondenten noemen ‘gewoon doen’ en ‘menselijk overkomen’ belangrijk voor politici. Een CDJA-lid vertelt dat Jan Peter Balkenende een heel aardige man is:

Antoine (M.22): Ik heb [Balkenende] twee jaar geleden voor het eerst ontmoet. Ik moet je bekennen, ik had toen nog nooit van de man gehoord. Een vriend van mij die economie studeert zei dat hij college had ‘christelijk-sociaal denken over economie en maatschappij’, zoals dat vak heette, van een CDA-Tweede Kamerlid. Ik was net lid geworden in die periode, dus ik had daar wel oren naar. (...) Dat bleek Balkenende te zijn en dat was een heel vriendelijke, rustige man, die met veel humor en een klein beetje zelfspot college geeft en die het leuk vond om na afloop in gesprek te gaan, te luisteren [en] te reageren. Dat gevoel heb ik altijd met hem gehouden, voor wat betreft zijn betrokkenheid en dat heeft hij gehouden nadat hij lijsttrekker is geworden, nadat hij minister-president is geworden, zijn vriendelijke uitstraling, de naar mijn gevoel oprechte interesse in wat de jongeren beweegt.

Focusgroep, diverse opleidingen, CDJA-leden (C12: 591)

De inactieve jongeren in dit onderzoek zeggen dat de uitstraling van politici laat zien dat politici hoog op de maatschappelijke ladder staan en een belangrijke functie hebben. Ze suggereren dat politici boven de gewone burger staan

en ‘normaal’ zouden moeten doen. Over wat ‘normaal’ is, bestaat echter geen overeenstemming tussen de respondenten. Enkele respondenten stellen dat als politici jongeren willen aanspreken, ze eerder gehoor vinden als ze er hetzelfde uitzien als jongeren, terwijl anderen het tegengestelde beweren. Kleding is daarbij steeds essentieel:

Edwin (M.19): In het begin liep [Wouter Bos] nog in een spijkerbroek. (...)

Interviewer: Is dat bijzonder, als een politicus een spijkerbroek aan heeft?

Edwin: Heb je Balkenende ooit in een spijkerbroek gezien?

Tim (M.18): Het is toch ook niet in de speeltuin, waar ze gaan...

Walter (M.20): Het maakt niet uit wat voor kleren je aan hebt?

Edwin: [Dat] vind ik wel belangrijk. Het is toch je indruk? Ik bedoel... zie jij Balkenende met een spijkerbroek lopen?

Tim: Nee, precies. Maar ik geloof iemand in een spijkerbroek minder. Dat doet die man lekker in zijn vrije tijd, maar als hij op tv gaat, dan moet hij gewoon even iets netjes aan doen. Ik bedoel, hij is niet voor niks...

Focusgroep, diverse opleidingen (C10: III7)

Voor politici gelden dezelfde eisen als bij een gewone baan:

Bob (M.19): Ik vind dat ze niet in een slordig bloesje binnen moeten komen. Ik bedoel... ze vertegenwoordigen een miljoen mensen. (...) Het is gewoon je werk. Als jij naar je werk gaat, (...) als jij op sollicitatiegesprek gaat, of als jij een belangrijke manager bent, dan heb je ook altijd een nette zijden das om. Omdat je gewoon een representatieve functie hebt. Punt. Dat is gewoon zo.

Interviewer: Vind jij dat ook belangrijk?

Marcel (M.17): Ja, ik vind het ook wel belangrijk dat je er netjes uitziet, maar ik vind wel dat het soms wat moderner mag.

Focusgroep, VWO (I8: I199)

De geïnterviewde jongeren suggereren dat het uiterlijk en de uitstraling van politici ervoor zorgen dat politiek ver van hen afstaat. Er bestaan op dit punt echter zeer verschillende visies. Politici zouden enerzijds tussen de burgers moeten staan om een brug te slaan naar de bevolking. Anderzijds eist hun positie en het feit dat ze het volk vertegenwoordigen dat ze zich netjes en verzorgd kleden, omdat ze anders niet serieus genomen worden. Kortom, politici moeten er als politici uitzien en toch ook weer niet.

Ouderdom

De respondenten uiten als tweede kritiekpunt dat politici oud zijn. Ze beweren dat politici niet weten wat er onder jongeren leeft en creëren afstand tussen zichzelf en de politiek.

Leeftijd

Politici zijn oud, daarover zijn de respondenten het eens. Zowel de inactieve als actieve jongeren ervaren een groot leeftijdsverschil tussen jongeren en politici. De inactieve respondenten ontdekken dit via de media, de actieve tijdens hun activiteiten. Een jong Eerste Kamerlid benadrukt dat hij met zijn 22 jaar geen 'ouwe bok' is, ondanks dat hij alleen met senioren in de Eerste Kamer zit.⁴ Voor andere actieve jongeren was hun eerste partijbijeenkomst een onaangename verrassing:

Pablo (M.23): Eigenlijk koos ik voor de Partij van de Arbeid, maar toen dacht ik: 'ik heb geen zin in de Partij van de Arbeid'. Ik wil met mijn leeftijd zeg maar...

Interviewer: Waarom had je geen zin in de Partij van de Arbeid?

Pablo: (...) Ik [was] bij een bijeenkomst van de Partij van de Arbeid in Leiden en daar zag ik allemaal hele oude mensen. Toen dacht ik: 'nee, hier wil ik helemaal niet bij'.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden Jonge Socialisten (C13: 79)

Omdat de respondenten ervan uitgaan dat politici oud zijn, vallen relatief jonge politici op:

Interviewer: Zou je daar een voorbeeld van kunnen geven, van een politicus waarvan je denkt: 'nou, die heeft wel...'

Meerdere meisjes: Wouter Bos.

Interviewer: Wouter Bos.

Froukje (V.15): Jazeker.

Interviewer: En wat spreekt jou aan in Wouter Bos?

Froukje: Hij is natuurlijk nog een beetje jong. Hij heeft een beetje een jonge...

Ik dacht ook dat hij jonger was dan 39. Hij heeft iets wat aantrekt.

Focusgroep, VWO (I1: 288)

De geïnterviewde jongeren hanteren geen duidelijke leeftijdsgrenzen om een politicus jong of oud te noemen. Hoewel ouderdom voor hen een negatieve lading heeft, beschrijven ze jonge politici niet altijd in positieve termen. Ze schatten hen ouder in dan ze daadwerkelijk zijn. Op deze manier worden zelfs jonge politici als het ware 'ouder gemaakt', zoals ook de 22-jarige lijsttrekker van Leefbaar Nederland, Haitske van der Linde:

Interviewer: Ze is hartstikke jong, hè... (...)

Bas (M.14): 22. Ze leek ouder, hoor.

Shane (M.13): Ja jongen, vet oud.

Interviewer: Ja? Je dacht niet dat ze 22 was?

Bas: Kijk maar naar de breedte.

Interviewer: Hamal, hoe oud dacht jij dat ze was?

Hamal (M.14): Tussen de 28 en de 32 of zo.

Interviewer: 28 of 30.

Odessa (V.14): 35.

Interviewer: 35, dacht jij.

Bas: Ik zou iets van 25 denken.

Shane: Nee.

Bas: Jawel, ze ziet er jong uit.

Odessa: Nee, in de 30.

Shane: Begin 30.

Catherina (V.14): Ja, begin 30.

Interviewer: Begin 30. Shane, waarom denk jij dat ze begin 30 is? Waarom lijkt ze niet zo jong?

Shane: Ik weet het niet. Haar gezicht, haar ogen zien er wel een beetje jong uit, maar...

Bas: Ja, dat bedoelde ik.

Shane: Iets in haar gezicht.

Odessa: En haar kleren.

Yamina (V.14): Ja, haar kleren. Die vind ik ook...

Shane: Ja.

Interviewer: Ja, wat is er met haar kleren?

Shane: Zo'n troela.

Yamina: Nou, ze draagt zulke wijde armen [en] mouwen. Dat is niet echt mooi.

Focusgroep, VMBO (I2: 1043)

De respondenten beschrijven politici veelal als oude mensen. Zij schatten ook jonge politici ouder in dan zij daadwerkelijk zijn.

Ervaring

Hoewel de ondervraagde jongeren in negatieve bewoordingen spreken over de leeftijd van politici, heeft een hogere leeftijd in hun ogen ook een positieve kant: oudere politici hebben meer kennis en ervaring dan jongere politici en functioneren daarom beter in de politiek. Oudere politici weten beter waarover ze praten, hebben meer levenservaring, meer politieke ervaring en kunnen beter hun zegje doen. Jonge politici worden om deze reden bekritiseerd:

Interviewer: [Welk] beeld geeft dit filmpje je van [Haitske van der Linde]?

Selma (V.16): Ja, ik weet niet... Echt zo'n klein kind dat haar vader nodig heeft.

Ik vind gewoon dat die vader te veel op de voorgrond stond. Dat zij meer op de voorgrond moet. Ik weet niet...

Interviewer: En waarom schudde jij net nee?

Anita (V.16): Nou, ik had voor Maatschappijleer een presentatie over Leefbaar

Nederland gehouden. Er stonden hele rare ideeën in [het verkiezingsprogramma] over digipaviljoens en zo. Ik [ken] ook haar voorgeschiedenis, dat ze alleen acht maanden geschiedenis heeft gestudeerd. Daar is ze mee gestopt. En toen heeft ze even bij de partij gewerkt. Nou, ze heeft gewoon echt totaal geen ervaring. Ze kan wel nieuwsgierig zijn, maar dat is niet genoeg. Je moet ook gewoon ervaring hebben in de politiek.

Focusgroep, VWO (I1: 656)

De geïnterviewde jongeren bekritisieren Haitske van der Linde vooral om haar jonge leeftijd. Ze zeggen dat ze overkomt als iemand die bij debatten snel is uitgepraat, die haar eigen problemen niet kan oplossen omdat haar vader het op televisie voor haar opneemt, en dat ze haar vader gebruikt om een mooie positie te krijgen. De respondenten bekritisieren haar uitspraken dat ze de krant leest en nieuwsgierig is, want dat zou onvoldoende zijn om in de politiek te kunnen functioneren. Als ze Haitske op straat zouden zien lopen, zouden ze nooit denken dat ze lijsttrekker is. Ze komt slecht over:

Interviewer: Waarom was het [interview met Haitske van der Linde] niet heel interessant?

Frederique (V.15): Het is niet echt iets wat mij interesseert. Ik zou er niet zelf naar gaan kijken. Je kon heel goed aan haar merken dat ze heel jong en onervaren is. Ik heb zo'n idee: 'daar ga je niet [voor] kiezen, want je moet echt verbaal heel intelligent zijn'. Als je praat, [moeten] die mensen echt denken van: 'wauw', weet je wel. En zij praat echt zo... Je kan echt merken dat ze onervaren is aan hoe ze praat.

Focusgroep, VWO (I7: 616)

De respondenten noemen politiek een vak dat je moet leren en waarbij ervaring erg belangrijk is. Niet alleen jonge politici ontberen ervaring, maar ook andere buitenstaanders. Ook de partij van oranjefanaat Johan Vlemmix⁵ wordt bekritiseerd vanwege zijn gebrek aan ervaring:

Bruno (M.20): Ik heb niet echt het gevoel dat die [Johan Vlemmix] echt ontegenwoordig goed zou zijn in de politiek. Daar lijkt het me niet echt een serieuze man voor. Het is echt een middenweg, hè? Als je zo'n man neemt en je neemt iemand van de PvdA die al jarenlang in de politiek zit, dan zou je denken van: 'dan kies ik toch liever die man die al jaren lang in de politiek zit, want die weet tenminste waar hij over lult'.

Focusgroep, diverse opleidingen (I10: 1365)

Sommige actieve respondenten gaan nog een stap verder en beweren dat je eerst op maatschappelijk vlak iets gepresteerd moet hebben voordat je de politiek in kunt:

Interviewer: Je zegt [dat het] bespottelijk [is] dat Ratelband en Winny de Jong [de politiek ingingen].⁶ Wat is er mis met die twee politici?

Carlo (M.19): Die mensen hebben nooit wat op maatschappelijk vlak gedaan en die vonden het hartstikke mooi dat ze met hun bekendheid of (..) met Pim Fortuyn de politiek in konden, maar ze hadden absoluut geen capaciteiten.

Paulien (V.23): Maar wat bedoel je met maatschappelijk vlak?

Carlo: Nou, ik neem aan dat als je in de politiek gaat, dat je daarnaast wel meerdere dingen hebt gedaan. Je hebt je niet alleen beziggehouden met politiek. Zoals Winny de Jong en Ratelband... die zijn zich [er] net voor gaan interesseren, die willen gelijk lijsttrekker worden, op de lijst en hoog in de Kamer komen. Ja sorry, je moet eerst even wat achtergrond hebben voordat je ergens een gefundeerde mening over kan geven.

Focusgroep, diverse opleidingen, CDJA-leden (I12: 845)

De ondervraagde jongeren bekritisieren weliswaar de hoge leeftijd van politici, maar zeggen tevens dat oude politici meer politieke ervaring, kennis en kunde hebben dan jonge politici.

Ouderwetse ideeën

De geïnterviewden zien ook een schaduwzijde aan de hoge leeftijd van politici. Oude politici zouden geen goed beeld hebben van het leven van jongeren, geen kennis hebben van de wensen van jongeren, en verouderde en conservatieve ideeën hebben. De respondenten bekritisieren de standpunten van politici dan ook door te verwijzen naar hun hoge leeftijd. Ze verwijten vooral christelijke politici ouderwets, paternalistisch en behoudend te zijn, bijvoorbeeld omdat ze bezwaar maken tegen seks in jongerenbladen. Jongeren vinden dit normaal, maar politici doen er moeilijk over:

Matthijs (M.20): Typisch weer zo'n politicus om iets wat jongeren normaal vinden... [Het] moet zo'n oude politicus zijn, van het CDA toch? Ja, iets christelijks waarschijnlijk. Om daar moeilijk over te gaan doen... Want dat valt op zich ook best mee, [want] jongeren kunnen [erover] gaan denken, ook al ben je twaalf of dertien of veertien. Hij zegt: 'de doelgroep is twaalf of dertien', maar dat is gewoon onzin. De doelgroep is denk ik van tien tot twintig [bij] de Hitkrant. De Break-Out! is zelfs misschien nog wel ouder, tien tot drieëntwintig. Dus (...) dat hij [minister] Korthals van Justitie erbij inschakelt en nog een ander... Dat is echt weer iets politiek-achtigs gewoon, om daar dan moeilijk over te doen, omdat hij niet weet wat er onder jongeren speelt.

Interview, MBO (D20: 1247)

De ondervraagde CDJA-jongeren herkennen dit beeld. Inactieve jongeren spreken hen dikwijls aan op het grijze, conservatieve en stoffige imago van het CDA:

Interviewer: [Zijn] jouw vrienden ook politiek betrokken? (...)

Paulien (V.23): Ik krijg heel veel commentaar, negatief commentaar.

Interviewer: Heel veel commentaar... hoe komt dat?

Paulien: Eeh... (stilte) (...) Dan moet ik even goed nadenken... We hadden het er al lang niet meer over gehad. Volgens mij wordt het thema gemeden namelijk (groep lacht). De term hypocriet komt heel vaak...

Interviewer: Hypocriet?

Paulien: Ja. Ik weet ook niet precies of überhaupt christen-democratie hypocriet is of dat op het moment in verband met Balkenende... CDA wordt op dit moment heel erg met rechtse politiek in verband gebracht. [Mijn] vrienden zijn toch links, en dat is dus ook allemaal heel erg fout, slecht.

Interviewer: Oké, dat is dat ze het inhoudelijk niet met het CDA eens zijn.

Paulien: Ja, maar dat wordt gezegd. Maar ik denk uiteindelijk dat het een imagokwestie is.

Interviewer: Wat is er dan mis met het imago?

Paulien: Ja, dat ouwe stoffige...

Interviewer: Ga eens verder, wat is er nog meer?

Paulien: Oud, stoffig, conservatief.

Focusgroep, diverse opleidingen, CDJA-leden (I12: 295)

De respondenten leggen vaak alleen een impliciet verband tussen de leeftijd van politici en hun politieke standpunten. In de interviews kwamen diverse thema's aan de orde, waarbij politici spreken over seks in jongerenbladen, een concert van een rechts-extreme popgroep en een gewelddadig spel over voetbalvandalen. De jongeren in dit onderzoek zeggen dat politici hierbij geen verstand van zaken hebben: zo begrijpen ze niet dat jongeren jong zijn, eigen vermaak hebben en populaire media minder serieus nemen dan volwassenen denken. De respondenten stellen verder dat jongeren seks en sensatie interessant vinden en er daarom zelf voor kiezen om hiermee in aanraking te komen. Zo zegt Ans over de zorgen van politici over seks in jongerenbladen:

Ans (V.18): Al die tere zeltjes... god, verschrikkelijk. Ik vind het juist heel erg goed dat [seks] in de bladen staat. Ik vind het heel erg goed (...) dat jongeren daarmee worden geconfronteerd, met seks en dat ze zien hoe iemand er helemaal uitziet als hij gewoon naakt staat in de Break-Out! Dan zijn er wel lulkoekverhalen bij, maar oké... dat moet je lezen en dan moet je ginnegappen en giechelen en met je vriendinnetjes [het] stiekem lezen onder de dekens...

Interview, WO (D4: 996)

Politici begrijpen niet dat jongeren deze media vooral gebruiken om te lachen:

René (M.16): Ik was dus naar Spanje geweest en toen had ik een heel leuk meisje ontmoet, daar heb ik een hele tijd iets mee gehad. Toen hebben we samen, om drie uur 's nachts in de bus terug, helemaal dubbel gelegen om de Break-Out!

Interviewer: Waarom hebben jullie daar dubbel [om] gelegen?

René: Ik ging van tevoren voorspellen welke vragen erin stonden. Ik had hem wel eens vaker doorgelezen en het was echt zoiets van: 'ik ben dertien, ik ben een meisje, wat kan je allemaal met een komkommer doen?' Of: 'ik ben een meisje van twaalf en ik heb voor het eerst gezoend, ben ik nu zwanger?' Dat soort dingen. Dat vond ik echt te komisch.

Interview, HAVO (D10: 482)

De jongeren in dit onderzoek merken op dat het zinloos is als politici zich met de vrijetijdsbesteding van jongeren bezighouden, omdat ze deze toch niet kunnen beïnvloeden. Politici moeten hun ogen niet sluiten voor dingen die nu eenmaal gebeuren. Veel jongeren komen sowieso in contact met gewelddadige computerspelletjes, aangezien die onderling veel worden gekopieerd en van internet gehaald. Als politici een dergelijk spel zouden verbieden, zouden er voldoende andere media overblijven die ook tot geweld kunnen leiden. Jongeren kunnen immers overal slechte ideeën opdoen, zoals via de media, hun ouders of vrienden:

Patrick (M.21): Neem nu bijvoorbeeld zinloos geweld. Iedereen praat erover en het loopt de spuigaten uit en niemand kan er wat aan doen, schijnt. Maar is er op school ook maar één vak of ook maar enig moment waarop jongeren onder elkaar met één of andere mentor of begeleider over dat soort dingen praten? Dat zouden ze eens wat meer moeten stimuleren. Bijvoorbeeld een vak als filosofie invoeren, waarin ook zaken als pesten, geweld [en] hoe om te gaan met drank en drugs [aan de orde komen]. Dat moet veel meer belicht worden, want daar houden jongeren zich mee bezig, veel meer dan met aardrijkskunde, economie en wiskunde.

Interview, WO, actief bij de SP (D7: 374)

De respondenten noemen de angst van politici voor geweld gegrond, maar lijken verbaasd over de eenzijdige aandacht voor gewelddadige computerspelletjes. Ze noemen diverse oplossingen die volgens hen beter werken dan verbieden: betere toekomstperspectieven voor jongeren, een schoolvak omgangskunde, meer politie op straat, en meer buurt- en sportvoorzieningen. Ze wijzen vooral op betere voorlichting om jongeren te informeren over zaken als geweld, drugs en veilig vrijen. Jongeren noemen jongerenbladen 'voorlichting', omdat deze veilig vrijen stimuleren en serieuze informatie geven over geslachtsziekten en ongewenste zwangerschap. Daarnaast creëren deze bladen

de noodzakelijke openheid over seks die in gezinnen vaak ontbreekt. Dit zou een verbetering zijn ten opzichte van vroeger, toen dit nog onbespreekbaar was:

Natasja (V.17): Ik vind dat soort censuur [op seks in jongerenbladen] een beetje flauwekul eigenlijk. Als je ziet hoeveel mensen dat soort verhalen insturen... nou, dat zegt dus wel iets over hoe dat leeft. Ik denk dat het goed is als dat soort dingen besproken kunnen worden [in] zo'n blad, dat je dan in ieder geval iets bespreekbaar maakt. Dat is wel belangrijk aan dit onderwerp. Ik weet wel verhalen van mijn oma of mijn overgrootoma, die toen ze voor het eerst ongesteld werd dacht dat ze doodging, omdat ze gewoon daar [niets] over wist. Dat is nu wel een stuk beter geregeld, denk ik.

Interview, VWO (D12: 721)

Voor politici is seks een moeilijk onderwerp gebleven:

Interviewer: Wat vind je ervan dat die politici zich zorgen maken [over seks in jongerenbladen]?

Jochem (M.14): Nou, ik kan het op zich wel begrijpen. Het is voor [hen] een gevoelig onderwerp. Maar ik heb op zich ook zoiets van: 'laat het'. Het is een taboe en je moet er wat aan doen dat het anders wordt en dat het geen taboe meer is, dat het minder een taboe wordt, dat [we] er vrijer in worden, dat je er rustig over kan praten en nu heb je minder dat je erover kan praten.

Interview, HAVO (D26: 520)

Zoals blijkt uit het bovenstaande, beschrijven de geïnterviewden politici dikwijls als personen die niet of nauwelijks kennis hebben van de leefwereld van jongeren. Hun leeftijd speelt hierbij een belangrijke rol: politici zouden zich hierdoor onvoldoende in jongeren kunnen verplaatsen. Deze kritiek treft vooral oudere en christelijke politici die niet modern zouden zijn en niet zouden weten wat jongeren willen. Jonge politici zijn daarentegen te onervaren. De respondenten beweren daarmee impliciet dat politici uit een tussencategorie moeten komen: ouder zijn dan jongeren om ervaring te hebben, maar niet te oud om voeling te houden met de jeugd. Vanuit dit oogpunt is het niet verbazingwekkend dat jongeren Wouter Bos noemen als positieve uitzondering, omdat hij relatief jong is, maar niet zo jong als zichzelf.

Praten

Ook het taalgebruik van politici is een punt van kritiek. Het gaat jongeren niet om *wat* politici zeggen, maar om *hoe* ze dat doen.

Manier van praten

Politiek gaat volgens de respondenten niet over de meest eenvoudige kwesties. Een heldere uitleg is daarom van belang. Politici gebruiken echter te veel moeilijke woorden, zoals onbekende afkortingen, ambtenarentaal en abstracte of geheel onbekende termen. Verschillende respondenten noemen als voorbeeld Jan Peter Balkenende. Hij zou in hoge mate onbegrijpelijk zijn. De respondenten raken hierdoor snel hun aandacht kwijt:

Alicia (V.21): Laatst werd [Balkenende] ook gevraagd: 'vindt u nou dat u goed heeft gesproken in de Kamer? (...) Heeft u nou gewonnen of verloren?' [Toen zei hij:] 'nou, ik kan concluderen dat...' Dan heb ik zoiets van: 'man, hou je knar toch dicht, gewoon ja of nee, simpel'.

Interviewer: Vind jij dat ook, Dagmar?

Dagmar (V.17): Ja, ze kunnen het veel makkelijker vertellen. Je raakt je aandacht snel kwijt als hij een heel verhaal op gaat hangen.

Alicia: Ja, precies.

Volkan (M.18): Hij gebruikt moeilijke taal.

Alicia: Terwijl hij er gewoon omheen lult.

Volkan: Maar dat kan hij gewoon niet.

Alicia: Nee, precies.

Interviewer: Wat kan hij niet?

Volkan: Met mooie taal of mooie zinnen formuleren, dat het duidelijk overkomt bij de Kamer. Wat zij net zegt: 'kort maar krachtig, ja of nee'.

Focusgroep, MBO (P4: 1120)

Ook Roos wil dat politici gewone woorden gebruiken:

Roos (V.16): Gewoon een beetje omschrijven wat het is, maar [het] dan iets makkelijker maken. Want dan hebben ze het over 'allochtonen' of zo. Dan heb ik zoiets van: 'nou, zeg maar het gewone woord'.

Interviewer: Wat is het gewone woord dan voor allochtonen?

Roos: Nou, volgens mij buitenlanders (beide lachen). Mensen die [uit] het buitenland komen. Zeg dan gewoon buitenlanders, want allochtonen maakt het weer allemaal zo ingewikkeld en zo moeilijk en zo saai.

Interview, VMBO (D27: 1539)

Alle groepen respondenten zeggen problemen te hebben met hoe politici spreken. Inactieve jongeren merken dit via de televisie of als ze eventueel vrijwilligerswerk doen; actieve jongeren merken het tijdens hun politieke activiteiten:

Wendy (V.17): Na een jaar wist ik nog al die klotetermen niet. Ik wist nog steeds niet precies hoe het nou allemaal in elkaar zat. Dan werden er weer termen geschreeuwd en dan moest ik weer bij elke zin drie woorden vragen.

Ik [maakte] weer zo'n domme indruk (...), ik verstoorde de hele vergadering en ik had het helemaal gehad.

Interview, VWO, lid van een medezeggenschapsraad van een middelbare school (D2: 131)

De geïnterviewde jongeren zeggen eensgezind dat politici veel praten en lang aan het woord zijn. Dit zou ertoe leiden dat jongeren niet meer luisteren en afhaken. Politici draaien om de kern van de zaak heen en zeggen niet direct wat ze bedoelen. Terwijl ze volgens de respondenten juist zouden moeten zeggen waar het op staat en duidelijk voor hun mening zouden moeten uitkomen. Over politici als Pim Fortuyn zijn ze positief, omdat die duidelijk spreken, recht door zee zijn en geen 'lulverhalen' houden. Deze jongeren noemen politieke discussies eindeloos, herhalend en langdradig:

Tijs (M.15): Dan wordt het gewoon saai, want dan drammen ze door op één punt. Dan geven ze antwoorden van zes regels. Dan denk ik: 'dat kan in één zin ook'. [Ze geven] de hele tijd heel uitgebreide antwoorden, van: 'ja, maar dan moet je het wel zo ook bekijken...' En dan gaan ze weer...

Focusgroep, VWO (P6: 1087)

De jongeren in dit onderzoek zeggen tevens dat politici niet antwoorden op de vragen die hen worden gesteld. Politici draaien zich in allerlei bochten en gebruiken omwegen om geen concrete antwoorden te hoeven geven en hun plannen niet te hoeven vertellen. Zowel inactieve als actieve jongeren waaronder het als politici nergens omheen draaien en zeggen waar het op staat:

Jamie (M.21): Soms is het echt... dan wringen ze zich in [zulke] moeilijke bochten om iets uit te leggen, terwijl ze het eigenlijk niet bedoelen. Het slaat helemaal nergens op en dan draaien ze er zo erg omheen. (...) Dan gaan ze maar moeilijke woorden gebruiken om eruit te komen.

Daphne (V.20): Om eruit te komen, inderdaad ja.

Nicky (V.18): Maar dat deed die vrouw [in de comedyserie] ook, vond ik.

Jamie: Ja.

Nicky: Ja toch?

Interviewer: Leg eens uit, wat deed ze dan?

Nicky: Van: 'ja, dus [er komt een] asielzoekerscentrum'. En toen zei die man op een gegeven moment van: 'maar...' Hij zei geen: 'het kan gewoon niet, want hier is dit en dit'. Zeg nou gewoon: 'nee, het kan niet'. Maar ze gaan eerst uitleggen dat ze het eigenlijk wél wil, ze zegt: '[er is] geen maar'. Maar er is wél een maar.

Focusgroep, MBO (C5: 465)

Als inactieve jongeren meedoen aan politieke activiteiten, komen ze eveneens met politici in contact die steeds maar doorpraten over hun eigen standpunten en niet luisteren, zoals bij het Nationale Jeugddebat:

Nora (V.15): Toen ik daar zelf in debat was met die mensen, verschoven ze steeds de onderwerpen. Ze gingen steeds over andere onderwerpen praten. Dus als er een probleem was waar wij het over wilden hebben, dan gingen ze ook weer op een ander onderwerp over, dus ze gingen nooit echt in op de dingen die je zei. (...) Ze praten er gewoon omheen.

Interview, VWO (K19: 252)

Verschillende inactieve jongeren suggereren dat politici hun mening aan anderen opdringen. In plaats van antwoord te geven op de vragen van journalisten, vertellen politici alleen datgene wat ze willen vertellen. Vaak brengen ze andere onderwerpen ter sprake dan de bedoeling was. De jongeren beweren dat politici zo proberen de standpunten van hun partij te promoten en hun eigen mening steeds weer te benadrukken:

Jantien (V.16): Hij ging [met] heel veel dingen laten zien hoe goed zijn partij was. Dan hadden ze het gewoon over iets anders en dan begon hij weer helemaal van: 'ja, onze partij blablablablabla...'

Interviewer: En wat vind je daarvan, dat hij dat doet?

Jantien: Nou ik snap het wel, want hij wil natuurlijk veel stemmen winnen.

Dus dat is op zich wel logisch, maar ik vond het een beetje irritant.

Focusgroep, VWO (I1: 193)

Inactieve respondenten suggereren dat het eerdergenoemde moeilijke taalgebruik afstand laat ontstaan tussen politici en burgers. Ze zeggen dat het hen afschrikt en doet afhaken. Ze begrijpen de politiek niet en spreken er dus ook niet graag over. Politici zouden niet duidelijk genoeg zijn, hun boodschap onvoldoende overbrengen en niet overtuigen. Dit komt door hun manier van communiceren: door hun taalgebruik lijkt hun mening onduidelijk of veranderlijk, terwijl de respondenten juist behoefte hebben aan concrete en duidelijke visies. Pim Fortuyn is een uitzondering. Hij sprak altijd duidelijk en gaf aan wat hij belangrijk vond. Sommige respondenten suggereren daarom dat het aantrekkelijker is als jongeren zelf aan het woord komen over politiek. Jongeren verwoorden hun mening in alledaagse taal en spreken duidelijk:

Stacey (V.16): Maar kijk, zoals het Jongerenlagerhuis,⁷ dat is leuk, dat is boeiend. Dan gaan ze ook discussiëren over de politiek. Dan kan je beter zo iets neerzetten als [deze comedyserie].

Barbara (V.16): Ja, dat is leuk, dat is leuker dan dit.

Interviewer: Wat is daar dan leuk aan, aan het Jongerenlagerhuis?

Stacey: Ik weet niet... het discussiëren is op zich gewoon leuk, als je op de bank zit.

Barbara: Ja, maar die mensen hebben ook [een] antwoord wat jij ook...

Rheda (V.15): Het zijn ook allemaal jongeren onder elkaar. In die jury zitten alleen maar oudere mensen en dan diezelfde... Paul Witteman is het, geloof ik? Die is dan de baas. Er gaan meningen van jongeren naar jongeren.

Stacey: Ja, maar ook de vragen die je zelf had, bijvoorbeeld de meningen die je had, daar krijg je dan ook weer soort antwoord op en dat is dan wel handig.

Focusgroep, VMBO (C2: 1038)

Actieve respondenten storen zich eveneens aan 'draaiende' politici. Zij geven de voorkeur aan politici die recht door zee zijn, maar tonen ook begrip voor het feit dat politici soms om de kern heendraaien en niet altijd direct een pasklaar antwoord hebben. De uitspraken die inactieve jongeren beschrijven als 'draaien', worden door actieve jongeren juist 'genuanceerde standpunten' genoemd. Zo kwam de voorzitter van het CDJA in een talkshow niet goed uit de verf:

Antoine (M.22): Ik meen dat het ging over de breuk in de kabinetsformatie CDA-PvdA. Dat was geloof ik nog in het begin van de onderhandelingen met [de] VVD EN de keus werd toen nog uitgesteld: 'gaan we met klein rechts, of gaan we met D66'. Onze voorzitter probeerde dat antwoord nog een beetje in het midden te laten. Daardoor was hij weer niet duidelijk genoeg, meen ik, waarop [hij] werd aangevallen.

Interviewer: Vind je dat terecht, dat hij daarop werd aangevallen?

Antoine: Ik ben er voor mezelf nog steeds niet uit wie ik nou het liefst als derde partij erbij had gezien. Dus dat hij dat antwoord open laat, dat vond ik eigenlijk alleszins begrijpelijk.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (C12: 395)

De geïnterviewde jongeren hebben vooral moeite met de manier waarop politici hun standpunten verwoorden. Politici zouden te veel moeilijke woorden gebruiken, geen antwoord geven op vragen en te lang aan het woord zijn. Dit maakt politiek voor inactieve jongeren moeilijk te volgen: standpunten komen niet duidelijk over of lijken snel te veranderen. Alhoewel actieve jongeren deze kritiek delen, hebben zij er ook begrip voor.

'Er gebeurt niks'

De jongeren die in dit onderzoek centraal staan zeggen vaak dat er 'niets gebeurt' als politici praten. Ze bedoelen onderling echter niet hetzelfde met deze uitspraak. Sommige inactieve respondenten stellen dat er niks gebeurt als mensen praten, omdat er geen levendigheid is en de gesprekken altijd hetzelfde zijn. Dit is voor hen een esthetisch argument: mensen praten altijd en dit is

daarom niets bijzonders. Als mensen praten, gebeurt er niets in fysieke, emotionele of visuele zin. Daarom noemen ze het saai:

Interviewer: Stel dat je dit fragment zou moeten beschrijven aan iemand die het niet gezien heeft, die [de serie Gemeentebelangen] niet kent, hoe zou je dat dan doen?

Jordi (M.14): Irritant vooral, gewoon zo saai en irritant. Ze proberen echt leuk over te komen. Bijvoorbeeld die burgemeester, die wil overkomen dat ze echt irritant is, maar wel op een grappige manier. Maar dat doet ze helemaal niet, dat is echt gewoon...

Ramon (M.15): Irritant.

Jordi: Ja, echt irritant. (...) Het was niet echt levendig, er moet meer gebeuren.

Nance (V.16): Ja, [dat] vind ik ook.

Interviewer: Ja?

Nance: Ja, er gebeurde echt bijna niks.

Interviewer: Hoezo gebeurde er niks?

Nance: Nou, ze staan alleen een beetje te praten. Van mij had er wel wat meer kunnen gebeuren.

Focusgroep, VWO (C7: 450)

Andere inactieve respondenten zeggen eveneens dat er niets gebeurt als mensen praten, maar dit heeft vooral een inhoudelijke betekenis. Deze jongeren bedoelen dat er ná het praten niets gebeurt. Zij zeggen dat er in de politiek veel wordt gepraat, maar dat dit niets oplevert: er komen geen concrete maatregelen of oplossingen uit voort. Ze vertellen bijvoorbeeld dat de kabinetsformatie maanden duurt, terwijl in de tussentijd allerlei problemen blijven liggen.⁸ Voor hen betekent praten dus een vertraging van de ontwikkelingen:

Valentijn (M.18): De gemeente is een klant bij mijn werk. Je merkt gewoon dat ze daar geen beslissingen durven te nemen. Op het moment dat er iets moet gebeuren, zeg je: 'dat en dat moet er gebeuren'. Dan zeggen ze: 'ja, [dat] is goed, daar gaan we achteraan'. Dan vraag je drie maanden later van: 'ja, hoe staat het ermee?' En dan hebben ze nog... Ze zeggen ook wel eens: 'in Nederland houden ze echt een vergadering over een vergadering [in] de politiek'. Want ze zitten zo te lullen en er gebeurt zo weinig. Ze zitten meer te ouwehoeren dan dat ze wat doen. Ze zitten overal omheen te draaien en er gebeurt eigenlijk niks. En ik vind wel dat het belangrijk is dat er gewoon goed gehandeld wordt zonder omwegen. Dan denk ik dat je best wel een gok mag wagen. Ik denk dat ze bij de politiek er toch veel verstandiger aan doen soms wat eerder een concreet besluit te nemen, dan dat ze een heel lulverhaal eromheen doen.

Focusgroep, diverse opleidingen (C10: 520)

Inactieve jongeren die zich inzetten als vrijwilliger zeggen dit fenomeen aan den lijve te ondervinden. Enkele scoutingleden wijzen op de jaren durende procedure om een nieuw clubhuis te krijgen. Ze hebben hier al talloze keren met de gemeente over vergaderd, zonder resultaat. Sommigen zeggen dan ook dat ze niet louter willen vergaderen omdat dat zo gepland was. Een vergadering gaat dan alleen over het maken van de notulen. In de ogen van deze inactieve jongeren doen politieke jongerenorganisaties niets, omdat ze alleen zitten te praten:

Interviewer: Waarom ben je niet bij zo'n politieke jongerenorganisatie gegaan? (...)

Monique (V.23): Omdat ik ze veel te star vind en te idealistisch eigenlijk. Ze hebben allemaal hele mooie ideeën en vervolgens gebeurt daar heel weinig mee. Ik vind mezelf niet echt een idealist. Ik geloof eigenlijk dat er niet zo heel veel aan te doen is, en dat je meer op de kleine vlakken [iets kunt doen] van: 'koop eens een keer eco-tomaten in de supermarkt of help eens iemand oversteken'. Daar geloof ik in, maar ik geloof niet dat je in de grote bewegingen wat kunt veranderen.

Interviewer: Maar is dat dan niet idealistisch wat jij net zei, over die eco-tomaten?

Monique: Nou, onder idealistisch versta ik echt mensen die echt binnen een organisatiestructuur het idee hebben dat ze de wereld kunnen veranderen en dat idee heb ik gewoon niet. Ik heb niet het idee dat het er beter of slechter op wordt.

Interviewer: Omdat je zelf te klein bent?

Monique: (...) Ja, het zijn allemaal kleine druppeltjes op een plaat en ik denk niet dat het heel veel zin heeft om daar met zo'n politieke jongerenorganisatie... wat meestal toch een hoop geouwehoer is... Nee, [ik] heb niet het idee dat er veel gebeurt.

Interviewer: Is dat negatief, dat ze ouwehoeren?

Monique: Ja, want ik zit wel eens bij [hun] vergaderingen. Dan zitten wij aan de bar en dan zijn zij aan het discussiëren en dan denk ik van: 'jongens, het is allemaal heel mooi gezegd, maar wat doe je er nou mee?' Onze favoriete Loesjekreet was ook: 'hoe linkser de club, hoe langer de vergaderingen'.

Interview, WO, vrijwilliger bij Loesje (DI4: 99)

Volgens de geïnterviewde jongeren worden beslissingen vaker uitgesteld dan genomen. Er is bovendien een overdaad aan bureaucratie, vergaderingen, formele procedures en 'gezanik' over futiliteiten. Ze zouden graag zien dat politici sneller tot besluiten kwamen:

David (M.17): [Ik] vind nog steeds dat dat iets te lang duurt allemaal. Ze moeten al die procedures afgaan en voordat dat allemaal klaar is, dan ben je weer een paar maanden verder. Net als met de Tweede Fase was het dat het veel te streng is bij onze school. Want de stap van de derde naar de vierde is gewoon veel te groot. (...) Alleen [een oplossing] voeren ze pas door in... ik geloof over drie jaar of zo, maar daar heb ik niks meer aan. Dus ik vind dat het te lang duurt eigenlijk. Ze moeten veel sneller kunnen handelen en sneller kunnen reageren als er iets fout gaat.

Interviewer: En waar ligt dat aan denk je, dat het zo lang duurt?

David: Ik denk toch omdat het vrij groot is. De Tweede Fase [geldt] niet alleen [op] onze school, zo denk ik misschien wel, maar het zijn toch heel veel scholen in Nederland. Ja, het kost gewoon heel veel tijd om dat landelijk door te voeren. Je kan het wel per provincie doen of per dorp zelfs, maar dat schiet gewoon niet op.

Interview, HAVO (K18: 428)

Diverse jongeren zeggen dat er niets gebeurt als politici praten. Deze uitspraak heeft twee betekenissen: een esthetische betekenis dat er geen levendigheid is, en een inhoudelijke betekenis dat er geen resultaten worden geboekt, geen beslissingen worden genomen en politiek traag werkt.

Conclusie

Inactieve jongeren hanteren een frame dat politiek saai is. Het ziet er onaantrekkelijk uit. Actieve jongeren zwijgen vooral over de vraag of politiek saai is en besteden minder aandacht aan de stijl van politiek. In de kritiek van inactieve jongeren zijn drie negatieve aspecten te onderscheiden: politici zien er niet uit en hebben een serieuze en formele uitstraling; politici zijn oud en hebben ouderwetse ideeën; en politici praten moeilijk en zijn daarom moeilijk te begrijpen. Deze bezwaren tegen de stijl van politiek vormen de belangrijkste redenen waarom deze jongeren politiek saai noemen, niet met politiek in contact willen komen, weinig politieke signalen opdoen en het raar vinden als jongeren politiek actief zijn. Dit vormt een replicatie van bestaand onderzoek dat al liet zien dat jongeren vinden dat politici oud zijn (Buckingham, 2000), te moeilijk praten (CYPU, 2002) en de verkeerde kleding dragen (Ward, 1992). 'Stijl' is in de interviews en de focusgroepen een prominent onderwerp van gesprek, dat inactieve jongeren vanzelfsprekend vinden. Ze verwoorden hun kritiek in de focusgroepen harder dan in interviews, om zo indruk te maken op de andere aanwezigen. Inhoudelijk is de kritiek in beide situaties gelijk.

Uit de literatuur blijkt dat de stijl van politiek geen geïsoleerd verschijnsel is. Dit wordt door burgers verbonden met zaken als het karakter van politici,

hun optredens en politieke ideeën (Enzlin, 1998). Zo geeft de fysieke uitstraling van politici kiezers een beeld van de persoonlijke kwaliteiten van politici (Rosenberg, Bohan, McCafferty, & Harris, 1986) en wordt de invloed van inhoudelijke standpunten op evaluaties door de kiezer kleiner als deze ook informatie heeft over het fysieke voorkomen van politici (Budesheim & DePaola, 1994). De kritiek dat de opmerkingen van inactieve jongeren over de stijl van de politiek niets te maken hebben met politieke inhoud, snijdt dus geen hout. Hun uitspraken laten namelijk zien dat het aspect stijl wel degelijk belangrijke gevolgen kan hebben voor hun relatie met politiek. Omdat de stijl van politici hen niet aanspreekt, ervaren ze hen namelijk als ontoegankelijke, onbegrijpelijke en onaantrekkelijke gesprekspartners. De vraag blijft wie deze afstand creëert. Men kan stellen dat de politici dit doen: het is duidelijk dat ze zich in hun dagelijks werk niet in de eerste plaats op een jong, inactief publiek richten en al helemaal niet op de wensen van deze jongeren op het gebied van stijl. De doelgroep is eerder de burger in het algemeen. Aan de ander kant scheppen inactieve jongeren deze afstand voor een groot deel ook zelf. Ze willen niet in de categorie 'stuudje' vallen en noemen het saaië materie. De focus op stijl is dus zowel een serieus inhoudelijk argument als een houding.

Zoals inactieve jongeren twee paradoxale frames hanteren om over politiek te spreken – 'politiek is belangrijk' en 'politiek is saai' – uiten ze ook zeer verschillende eisen op het gebied van stijl. Deze zijn eveneens tegenstrijdig. Politici moeten er aan de ene kant uitzien als politici en aan de andere kant niet. Politici moeten zich formeel kleden, omdat ze anders niet serieus worden genomen, en ze moeten ouder zijn omdat ze dan meer ervaring hebben (De Landsheer, 2004; Enzlin, 1998; Rosenberg, Kahn, Tran, & Le, 1991). Tegelijkertijd moeten politici jong zijn om voeling te hebben met het dagelijks leven van de jeugd, moeten ze zich jeugdig kleden, omdat jongeren dat leuk vinden, en niet te moeilijk praten. Het is voor politici lastig aan deze tegenstrijdige eisen te voldoen en de inactieve jongeren tevreden te stellen. Coleman (2005: 211) zegt hierover: 'Professional representatives have a problem: they are expected to be extraordinary enough to be representatives, but ordinary enough to be representative'. Er zijn dan ook nauwelijks politici die zich op deze evenwichtsbalk staande weten te houden, met uitzondering van Wouter Bos en Pim Fortuyn. Veel andere politici, zoals Jan Peter Balkenende, Mat Herben en Haitske van der Linde, zijn hier niet toe in staat.

Actieve jongeren spreken niet over de saaiheid van de politiek en noemen politiek alleen belangrijk. Ze hanteren traditionele ideeën over politiek en richten zich alleen op formele aspecten en niet op de lol ervan. Stijl is voor hen dan ook veel minder belangrijk: ze besteden er slechts zijdelings aandacht aan, vinden het een onbeduidend en irrelevant detail en praten er niet snel over door. Ze hanteren zelf de normatieve criteria die de interviewer in dit onder-

zoek probeerde te vermijden. Toch uiten ook actieve jongeren hun bezwaren tegen de in hun ogen slechte stijl van politiek. Inhoudelijk verschillen ze daarin niet van de inactieve jongeren; ze brengen hun kritiek alleen minder uitgesproken naar voren. Bovendien weerhoudt het hen er niet van zich met politiek bezig te houden. Ook zij creëren met hun uitspraken over stijl afstand tot de politiek. Deze afstand is minder groot dan bij inactieve jongeren, omdat ze deze aspecten minder belangrijk vinden. Ze creëren vooral afstand tot politici van andere partijen door te laten zien dat ze deze politici op een creatieve manier kunnen bekritisieren.

De uitspraken van jongeren suggereren dat de stijl van politiek een belangrijke dimensie van hun politieke ideeën vormt, net als kennis, vertrouwen, interesse en participatie. Toch wordt de stijl van politiek zelden gepresenteerd als reden voor de geringe politieke betrokkenheid van jongeren. Dit wordt slechts incidenteel erkend, bijvoorbeeld door de Nationale Jeugdraad, die jaarlijks een prijs uitreikt voor politici die duidelijk en onduidelijk spreken (Jeugdraad, 2004a, 2004b). De vraag is daarmee hoe het komt dat deze dimensie in dit onderzoek naar voren komt en eerder relatief weinig aandacht heeft gekregen. Ten eerste probeerde de interviewer in dit onderzoek vooraf geen oordeel te vellen over wat belangrijk is voor jongeren en ging hij op uiteenlopende uitspraken nader in. Als jongeren de stijl van politiek noemden, vormde dit een aanleiding erover door te praten, in plaats van het te negeren en door te gaan op de politieke inhoud. Ten tweede werd er in dit onderzoek naar populaire cultuur gevraagd. Hierbij liggen visuele aspecten meer op de voorgrond dan in traditionele genres. Jongeren zijn vermoedelijk gewend om over visuele aspecten van populaire cultuur te spreken. Praten over de stijl van politiek wordt op deze manier aangemoedigd. De aanmerkingen die jongeren in deze context hebben op de stijl van politiek, zijn echter ook relevant voor andere genres waar politici in voorkomen, zoals nieuwsmedia, aangezien het begrip stijl ook in relatie tot deze genres wordt genoemd. De methode om via populaire cultuur over politiek te spreken, brengt nieuwe aspecten van de politieke ideeën van jongeren naar boven, juist omdat populaire cultuur minder geschikt is om over politieke inhoud te spreken.

In dit hoofdstuk bleek dat jongeren de stijl van politiek belangrijk vinden, maar dat deze stijl negatief door hen wordt geëvalueerd. Dit leidt tot de verwachting dat gepopulariseerde politiek, waarbij politiek een geheel andere stijl aanneemt, tot positievere interpretaties leidt. Politiek zou hierdoor beter bij de cultuur van jongeren gaan passen, hen mogelijkheden geven om op een positieve manier over politiek te spreken en hen meer politieke signalen laten ontvangen.

POPULARISERING

Journalist: Op www.lijstnul.nl stemmen kijkers op hun favoriete partij. (...) Meer dan een kwart van de jongeren kiest voor de Lijst Fortuyn. Duidelijke taal. Moedeloos makend, die score van Pim?

Bridget: Nee, maar er is dus duidelijk behoefte aan dit programma. Jongeren zijn blijkbaar vrij onwetend. Ze vallen snel voor uitstraling en charisma. Inhoudsloos scoort. Als je een leuk spontaan duo daar neerzet, of een Pim Fortuyn met zijn simplistische taal en afwijkend uiterlijk, dat werkt (Noomen, 2002).

Politiek past niet bij de alledaagse leefwereld van inactieve jongeren, zo bleek uit de twee vorige hoofdstukken. Een belangrijke reden hiervoor is dat de stijl ervan inactieve jongeren niet aanspreekt. De vraag die daarmee naar boven komt is in hoeverre deze kloof tussen inactieve jongeren en politiek kan worden gedicht en of een andere stijl van politiek aantrekkelijk kan zijn. Sommige auteurs verwachten dat popularisering hierbij een belangrijke rol kan spelen en politiek dichterbij de burger kan brengen (Sparks, 2000; Van Zoonen, 2005). Anderen verwachten echter dat popularisering een bedreiging vormt voor de democratie (Hart, 1999; Postman, 1985). Er bestaat nauwelijks onderzoek dat uitsluitsel geeft over deze controverse. In dit hoofdstuk komen de uitspraken van jongeren over popularisering aan de orde. Deze uitspraken blijken onderling tegenstrijdig te zijn en illustreren zowel een positieve als een negatieve visie op popularisering. Naast de mening dat gepopulariseerde vormen van politiek burgers bij de politiek kunnen betrekken, wordt ook gesteld dat popularisering een ongewenste ontwikkeling is. Er zijn geen verschillen gevonden tussen de uitspraken in de diepte-interviews en die in de focusgroepen. Eerst komt de manier waarop jongeren met gepopulariseerde politiek in contact komen aan de orde. Vervolgens wordt aandacht besteed aan drie kritiekpunten op gepopulariseerde politiek: de inhoud, de toonzetting en het weinig ontspannende karakter ervan. Jongeren blijken in hun oordelen dikwijls onderscheid te maken tussen zichzelf en 'anderen'. Hun uitspraken over deze 'anderen' komen daarom aan het slot apart aan de orde.

Contacten

Als jongeren spreken over manieren waarop ze met politiek in contact komen, noemen ze gepopulariseerde vormen van politiek zelden spontaan of expliciet als informatiebron. Kennelijk associëren ze populaire cultuur niet met politiek. Als in de interviews en focusgroepen bepaalde voorbeelden aangedragen worden van gepopulariseerde politiek, weten de ondervraagden ook andere te noemen, zoals de deelname van Mat Herben aan de nieuwjaarsduik, een optreden van Wouter Bos bij de TMF-Awards en de politieke teksten van U2. De populaire vergelijking van Jan Peter Balkenende met Harry Potter is eveneens bij hen bekend:

Gladys (V.16): Er wordt vaak ergens een lolletje over gemaakt volgens mij...

Stacey (V.16): Ja, precies.

Gladys: Over Balkenende, Harry Potter.

Interviewer: Noemen jullie Balkenende altijd Harry Potter?

Allen: Nee...

Gladys: Sinds vorig jaar zeiden ze, hij lijkt best sprekend op Harry Potter.

Rheda (V.15): Ja, hij moet een rol gaan doen in Harry Potter.

Soroshi (V.14): Ja, ik had ook zo'n e-mail gekregen en daar hadden ze het hoofd van die jongen die Harry Potter speelt, die hebben ze eruit geknipt uit die filmposter en dan hebben ze het hoofd van Balkenende erin gestopt. (lacht)

Focusgroep, VMBO (C2: 978)

Op een zelfde terloopse manier komt Liselotte, die naar eigen zeggen nooit met politiek in aanraking komt en daar nauwelijks iets over te zeggen heeft, de politiek tegen in een politiek computerspel:

Interviewer: Wat vind je bijvoorbeeld een leuk spelletje?

Liselotte (V.16): Wat vind ik leuk? Ik heb er nou eentje over politiek, die vind ik wel leuk (beide lachen). Dat is niet echt een spelletje. (...) Je hebt allemaal hoofden van mensen in de politiek, (...) die draaien allemaal rond. En dan heb je daaronder zo'n balkje en daar staan allemaal zinnen in. En die draaien ook allemaal rond. En dan heb je daarnaast er nog één en die draaien ook allemaal rond, (...) dat zijn ook korte zinnen.

Interviewer: Oké, dus twee met zinnen en één met hoofden.

Liselotte: Dan moet je eerst op zo'n hoofd drukken en dan krijg je zo'n hoofd van iemand, van Pim Fortuyn ofzo. Dan druk je op 'stop' bij de eerste zin en dan staat er bijvoorbeeld: 'met de gehandicapten', en dan druk je op die andere, en dan staat er: 'met de gehandicapten vuilnisbakken leeghalen' ofzo. Dan krijg je allemaal van die rare zinnen met zo'n hoofdje erbij. Dat vind ik altijd leuk om te doen. (...) Ik vind het altijd wel lachen, die zinnen die er soms uit

komen. Ja, die hoofden... ik weet niet wie het zijn, maar die zinnen die eruit komen, die vind ik altijd wel lachen.

Interview, VMBO (D18: 1037)

Contacten van anderen

Spreken de geïnterviewde jongeren alleen in toevallige en vluchtige termen over hun eigen contacten met gepopulariseerde politiek, voor 'anderen' zien ze er veel meer belang in. Andere jongeren, zeggen ze, kijken veel naar televisieseries, jongerenprogramma's en MTV, lezen jongerenbladen, luisteren naar popmuziek en bezoeken concerten. Ze komen daardoor regelmatig met gepopulariseerde vormen van politiek in aanraking. De respondenten veronderstellen dat als politiek in deze genres voorkomt, juist die anderen ermee worden geconfronteerd. 'Anderen' zouden sneller naar MTV of *Lijst Nul* kijken dan naar zakelijke programma's als het nieuws, actualiteiten of talkshows. Houseparty's en concerten zouden een goed alternatief vormen voor partijbijeenkomsten en discussiemiddagen, omdat jongeren hier uit zichzelf op af komen. De respondenten zeggen dat 'andere jongeren' politiek vaak oninteressant vinden en dat politici hen daarom beter kunnen benaderen met populaire middelen:

Interviewer: Waarom denk je dat die politici zo'n houseparty organiseren?

Sietske (V.18): Om jongeren te trekken.

Interviewer: Waarom vinden ze dat belangrijk?

Sietske: Als jij een saaie middag rond de tafel aanbiedt, en dan een toespraak houdt, dat ze daarop kunnen reageren, dan komen ze niet. En als je een houseparty houdt, dan komen ze sneller, omdat die houseparty erbij is.

Interview, MBO (D22: 1130)

De politiek actieve respondenten hebben ervaring met het feit dat jongeren geen enthousiasme kunnen opbrengen voor politiek. Ze zeggen realistisch te willen zijn over de mate waarin contact tussen jongeren en politiek mogelijk is en zien gepopulariseerde politiek als een mogelijke optie. Jonge politici zouden graag op MTV of TMF hun politieke standpunten toelichten:

Patrick (M.22): Prima dat [MTV] dat [doet]. Heel goed. Dan nemen ze hun eigen verantwoordelijkheid om jongeren te interesseren voor politiek middels de macht die zij als jongerenstation hebben. Prima. (...) Ik grijp elke gelegenheid aan om mijn gedachten te communiceren met de jeugd, [zoals] dat zo mooi heet, en TMF is wat dat betreft een uitstekend medium.

Interview, WO, actief in de SP (D7: 825)

Hoewel de contacten van respondenten met gepopulariseerde vormen van politiek moeilijk aan de oppervlakte te brengen zijn, laten hun eigen voorbeelden zien dat er wel degelijk sprake van is. De manier waarop jongeren hierover

vertellen, suggereert dat de rol van gepopulariseerde politiek voor henzelf beperkt is. Ze schrijven echter voor andere jongeren een belangrijke rol aan gepopulariseerde politiek toe: het zou voor deze ‘anderen’ een geschikter communicatiemiddel zijn dan traditionele kanalen, die jongeren onvoldoende zouden bereiken. Actieve jongeren lijken hiervan het meest overtuigd, omdat zij de kloof tussen jongeren en politiek als geen ander kennen.

Inhoud

De jongeren die voor dit onderzoek werden geïnterviewd hanteren een traditionele definitie van politieke inhoud: standpunten en feiten over politieke onderwerpen. Ze stellen hoge eisen aan politieke informatievoorziening, omdat burgers bij verkiezingen een inhoudelijke keuze moeten maken. Gepopulariseerde politiek voldoet niet aan deze eisen. De respondenten komen er weliswaar mee in aanraking, maar zijn er tegelijkertijd kritisch over. Hun belangrijkste kritiek is dat gepopulariseerde politiek afbreuk doet aan de inhoud van politiek. In de interviews en focusgroepen herhalen jongeren steeds dat politiek om inhoud draait, en dat het belangrijk is te weten waar politici voor staan, welke resultaten ze in het verleden hebben geboekt en welke doelen ze voor de toekomst nastreven. De respondenten zeggen dat gepopulariseerde politiek hierin geen inzicht geeft:

Linda (V.14): Wat heb je eraan om dit [interview met Haitske van der Linde] te zien? Als jij Nederland wil vertegenwoordigen, oké, dan ga je een programma maken over hoe jij Nederland wil gaan vertegenwoordigen en niet over hoe het met jouw oma gaat.

Joey (M.15): En alsof dit je mening verandert, zo van: ‘haar familie werkt aan [haar campagne] mee, heel hard... dan ga ik zeker op hun stemmen?’

Uranus (M.14): Tjakka!

Diederik (M.15): Als jij nou zo’n programma maakt om te kijken wat zo’n politieke partij allemaal doet, dan vind ik dit een totale mislukking. (...) Het geeft geen duidelijkheid over die politieke partij.

Focusgroep, VWO (I6: 1035)

De geïnterviewde jongeren zeggen dat het belangrijk is dat er informatie wordt gegeven over de kernvisie van politici. Programma’s over politiek zouden aandacht moeten besteden aan deze hoofdlijnen, maar gepopulariseerde politiek voldoet hier niet aan. De respondenten beweren bijvoorbeeld dat een programma als *Lijst Nul* alleen oppervlakkige informatie en losse details brengt en nauwelijks ingaat op de algemene visie van lijsttrekkers. De presentatrices zouden meer informatie moeten geven over de achtergronden van politieke

partijen en de overwegingen van politici om tot hun standpunten te komen. De verschillen tussen partijen komen onvoldoende naar voren:

Matt (M.20): *Ze zouden vragen moeten stellen aan elke lijstrekker van: 'wat is uw perfecte staat in een notendop? Zeg in één zin wat uw perfecte staat is'. Dan zijn politici verplicht om terug naar hun fundamenteën te gaan en te zeggen van: 'ja oké, ik ben sociaal-democraat en ik wil dit en dit en dit in deze samenleving, ik wil het zus en zo bereiken en zó wil ik het hebben'. Op die manier [probeer je] een algemeen beeld te scheppen van wat de partijen eigenlijk ongeveer willen in het algemeen. Dan de verschillen tussen de partijen aanstippen en blootleggen, en zo eigenlijk uitleggen in kindertaal, op een kleutermanier, wat politiek is. Want zo moet het ook.*

Interview, WO (L7: 494)^f

De respondenten suggereren dat traditionele media jongeren beter over politiek kunnen informeren dan gepopulariseerde politiek:

Nikki (V.17): *Als jij een comedy wilt maken, dan lijkt het me niet zo'n goeie keus om dat over politiek te doen. Als je wat over wil brengen kun je beter gewoon een documentaireachtig iets doen. Desnoods als [het] Klokhuis. Dat je serieus iets hebt, en dan sketches. Dat het toch leuk is om naar te kijken en dat je toch ook echt informatie krijgt. [Bij deze comedyserie] weet ik niet: 'gaat het nou echt zo of niet?'*

Focusgroep, HAVO (C1: 862)

De jongeren in dit onderzoek houden daarnaast een pleidooi voor objectieve informatie. *Ze* zeggen objectieve feiten nodig te hebben om goede politieke keuzes te kunnen maken en tonen verontwaardiging als de media gekleurde informatie aanbieden of als presentatoren hun politieke voorkeuren laten doorklinken:

Subir (M.19): *Ik vind het geen goed plan om [als presentator je mening naar voren te brengen]. Dan druk je toch wel een eigen stempel op dat programma en dan geef je toch een iets ander beeld. Dat is dan niet objectief om jongeren te betrekken. Jongeren moeten wel zelf hun keuze maken, of ze nou VVD of CDA... (...) Een onderwerp kan dan soms wel eens fout overkomen, denk ik. Dat ze worden gemisinformeerd en dan hebben ze een 'disorientated' beeld van iets. [Dat] is niet goed, vind ik.*

Interview, HAVO (L9: 482)^f

Actieve respondenten brengen deze kritiek met veel nadruk naar voren. Het is opvallend dat zij als enigen zeggen politieke informatie op te doen uit niet-traditionele genres. *Ze* noemen dan cabaret en VPRO-drama als vormen die politiek wel op de juiste manier behandelen en informatie bieden:

Antoine (M.22): Er was laatst een serie, bij ik meen de VPRO, maar daar was ik niet zo heel erg weg van. Dat heette Mevrouw de Minister.³ Maar een paar jaar geleden had je een heel goede verfilming van de laatste Haagse jaren van Ed van Thijn, Retour Den Haag, de IRT-affaire. Dat vond ik nou een bijzonder goede serie, die ik denk toch op zeer betrouwbare wijze weergaf hoe de Hazen lopen in Den Haag.⁴

Interviewer: Vertel eens over die serie, waar ging dat over, wat vond je daar dan zo goed aan?

Antoine: Het waren de nadagen van Lubbers III. Je zag op de achtergrond hoe zowel CDA als PvdA al flink aan het kelderen waren in de peilingen. Ik denk zelf dat die periode eigenlijk een beetje het einde van een tijdperk markeert, dat sindsdien de verhoudingen heel erg sterk zweven. [Dat was] de laatste echt zekere periode. Het focuste vooral op die IRT-affaire, wat toen heel actueel opspeelde en de intriges eigenlijk, ook wel zeer letterlijk de achterkamers, hè. Van Thijn die op het laatste moment na het overlijden van Ien Dales naar Den Haag wordt gehaald, die daar oploopt tegen Lubbers, tegen Kok, die dat dossier van die IRT krijgt. Hirsch Ballin die niet weet hoe die ermee om moet gaan. [Van Thijn] krijgt alle shit over zich heen en daar heeft hij natuurlijk ook helemaal niet om gevraagd, niet op gerekend, en uiteindelijk moet hij nog aftreden ook, terwijl hij al demissionair was. Hoe dat ook ambtelijk gaat met de informanten, ambtenaren op lagere niveaus in gemeenten, hoe alles daar samen komt. Je ziet dat bepaalde situaties hun eigen dynamiek krijgen en dat is iets ongrijpbaars. Dan sta je aan de top, maar dan ben je gewoon absoluut niet bij machte om nog te sturen. Ik denk dat we een deel daarvan vorig jaar [2002] wel weer terug hebben gezien, zij het in een andere context.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (C12: 1204)

De geïnterviewde jongeren hanteren al met al een traditionele definitie van politiek inhoud, en zeggen dat gepopulariseerde vormen van politiek onvoldoende informatie brengen waarmee burgers bij verkiezingen een inhoudelijke keuze kunnen maken. De jongeren die het meeste bezwaar maken tegen popularisering van politiek zeggen echter dat gepopulariseerde politiek bij hoge uitzondering wel inhoudelijke informatie brengt.

Irrelevante informatie

De geïnterviewde jongeren zeggen dat gepopulariseerde vormen van politiek vooral politiek irrelevante informatie aanbieden, bijvoorbeeld over de uitstraling, de persoonlijkheid of het persoonlijke leven van politici. Deze informatie zou irrelevant zijn omdat burgers zich bij verkiezingen hier niet op zouden moeten baseren. Dergelijke discussies gaan in feite over de stijl van de politiek. Sommige deelnemers aan de interviews en focusgroepen zeggen dat stijl en

inhoud niets met elkaar te maken hebben. Een mooie vrouw kan ‘een enorme bitch’ zijn en een goed uitziende politicus kan geen benul van politiek hebben. Deze respondenten stellen dat uiterlijk er niet toe doet en dat dit voor hen geen reden is op een politicus te stemmen:

Interviewer: Je zei net: ‘politici hoeven niet hip te zijn’.

Kesava (V.20): Ja, het hoeft niet. Je moet met je argumenten komen om iemand te overtuigen, niet met je kleren of zo.

Interviewer: Ja. Waarom eigenlijk?

Masud (M.20): Ik bedoel... dat slaat eigenlijk nergens op wat je nu zegt. Politici hoeven niet hip te zijn.

Kesava: Nee, het hoeft niet. Ze mogen wel, maar het hoeft niet.

Masud: Ja, maar dat is gewoon bij iedereen zo.

Kesava: Als hij met zijn argumenten komt, is het veel beter geweest. Als hij betere argumenten heeft, is het wel beter als hij overtuigend overkomt.

Focusgroep, MBO (I5: 572)

Persoonlijke informatie over politici levert soortgelijke discussies op. Popularisering impliceert aandacht voor onderwerpen als het familie- en gezinsleven van politici, hun imago en charisma. Enkele respondenten noemen dit leuke onderwerpen, maar voegen hieraan toe dat dit onbelangrijk is en dat programmamakers zich beter kunnen richten op ‘de inhoud’. Ze zeggen dat politiek niet gaat over de kleur van iemands sokken, zijn ondergoed of het feit dat hij een muziekinstrument bespeelt. Dit geeft namelijk geen beeld van de politieke plannen van politici en doet er niet toe bij verkiezingen:

Natasja (V.17): Ik denk dat het op zich wel een goed iets is, dat jongeren bewuster worden gemaakt van politiek, maar dan moet het wel echt over politiek gaan. (...) [Politici] werd gevraagd wat voor merk ondergoed ze droegen. Dat spreekt jongeren dan blijkbaar aan, maar dan moet je niet op iemand gaan stemmen omdat hij toevallig Calvin Klein draagt en de andere van de Livera. Ik denk wel, als je echt zoiets maakt, [dan] moet politiek wel de boventoon voeren op redelijk niveau.

Interview, VWO (D12: 939)

Ondanks hun algemene kritiek, maken de respondenten onderscheid tussen verschillende vormen van ‘niet inhoudelijke’ informatie. In *Lijst Nul* werd de vraag of Mat Herben er aantrekkelijk uitziet expliciet aan de orde gesteld. De respondenten noemen dit irrelevant, maar zijn tegelijk van mening dat persoonlijke informatie belangrijk kan zijn als deze inzicht geeft in de standpunten van politici, hoe politici in het algemeen denken en hoe hun ideeën zich door de tijd hebben ontwikkeld. De voorkeur van een politicus voor rapmuziek illustreert bijvoorbeeld zijn ideeën over het uitzichtloze bestaan van

zwarte jongeren in Amerika, aldus sommige respondenten. De gezinnen waarin politici opgroeiden of dramatische wendingen in hun leven zijn eveneens relevant voor hoe ze tot hun standpunten zijn gekomen. Persoonlijke verhalen ten slotte zijn relevant als deze kunnen worden verbonden met politieke inhoud:

Matt (M.20): Ik hoef echt niet te weten wat iemand zijn lievelingseten is of wat voor sport hij bedrijft of wat dan ook. Het is altijd wel interessant om te weten uit wat voor milieu iemand komt, hoeveel en wat voor kinderen hij heeft, hoe hij ze opvoedt. Een heel klein kijkje daarin zou wel mogen. Bijvoorbeeld Wim Kok heeft een kind [met] het Syndroom van Down. Een mongool is dat. Dat doet iets met iemand gewoon. Zo simpel is het, dat doet iets met iemand zijn denken. Als je dat weet, dan verklaart dat een hoop.

Interview, WO (L7: 599)^f

Hoewel de actieve respondenten een sterke afkeer hebben van dergelijke persoonlijke informatie, noemen ook zij persoonlijke ervaringen relevant voor politieke standpunten:

Kirsten (V.20): In het boek van Pim Fortuyn, (...), 'De puinhopen van acht jaar paars', staat over het onderwijs een heel stuk over hoe hij vroeger naar school ging en al dat soort dingen. Ik moest gewoon erg lachen, want het leek bijna op een roman. (...) Maar uiteindelijk bleek dus wel de bedoeling die hij erachter had door dat zo te vertellen... Hoe dat onderwijssysteem is veranderd, en eigenlijk ook wel een beetje [hoe] dat fout is gegaan langzamerhand, want ja... Je kan niet zeggen dat de tweede fase zo geslaagd is en je merkt gewoon... Structurele onderzoeken hebben uitgewezen dat het onderwijs achteruit is gegaan. Dus ik vond in dat geval het heel relevant dat zo'n politicus vertelde over zijn jeugd, van: 'oké, er waren kleinere scholen, en zo en zo werkt het'. Dus dat vond ik inderdaad heel leuk gedaan, en dat aspect vind ik zelfs nog inderdaad politieke relevantie hebben.

Interview, WO, actie bij de JOVD en de Jonge Fortuynisten (L17: 849)

Enkele ondervraagde jongeren zeggen bovendien dat persoonlijke informatie relevant is in extreme situaties, bijvoorbeeld als een politicus een crimineel verleden heeft. Dergelijke informatie kan een rol spelen bij de vraag of een politicus wel een goede moraal heeft. Dit opent een groot arsenaal aan interpretaties over wat een politicus wel en niet mag:

Abhay (M.20): Dat hele privé-gebeuren, dat gaat mij helemaal niets aan. Zij zijn politici. Zij zijn om het land te regeren en wat zij in hun privé-tijd doen, dat is hun zaak. Wat ik wel belangrijk vind is of politici echt duidelijk tegen

racisme zijn, of zij een strafblad hebben of niet. Maar hun hele privé-leven, dat hoef ik niet te weten.

*Interview, HBO (LI2: 370)*⁶

De geïnterviewde jongeren noemen persoonlijke informatie over het algemeen irrelevant als deze geen verband heeft met politieke inhoud of politiek functioneren. De waardering voor dergelijke informatie neemt echter toe als politici dezelfde hobby's hebben als jongeren, zoals muziek:

Interviewer: [Als een politicus zegt:] 'ik speel op mijn saxofoon en ik ben heel erg met jazz bezig'. Wat vind je daarvan? (...)

Willem (M.14): Nou ja... Ik vind dat... Hij is ook een mens. Hij wil dat soort dingen ook uiten. (...) Ik interesseer me eigenlijk wel [voor] dat soort dingen. Dat komt ook omdat ik zelf veel met muziek bezig ben. Ja, ik vind het leuk om te horen wat voor stijlen mensen leuk vinden. Ik vind het ook leuk om over andere stijlen dingen te leren. Ja, als hij dit zou vertellen, dat zou ik wel leuk vinden ja, daar zou ik wel naar kijken. Dat interesseert mij wel.

Interview, HAVO (D8: 1188)

Niet-inhoudelijke informatie roept bij actieve jongeren de meeste irritatie op. Zij zijn als groep het meest stellig in hun kritiek. Ze zeggen dat deze informatie geen bijdrage levert aan het politieke en maatschappelijke debat, de politiek degradeert en de democratie bedreigt. Ze noemen journalisten onkritisch en stellen dat de media te veel gericht zijn op amusement. Politici zouden wanhopig aan 'de meest lullige programma's' meedoen, op zoek naar contact met het volk. Politici moeten volgens hen een elite vormen die zich serieus en inhoudelijk profileert en geloofwaardig is, en dus niet optreden in populaire cultuur:

Gerdien (V.19): Het dieptepunt voor mij was... dat vond ik echt heel erg op RTL4, een verkiezingsavond. Op een gegeven moment was het minstens twee keer per avond verkiezingsavond. En iedereen [ging] debatteren, maar het was helemaal geen debat, want elke politicus sprak geliefde dingen uit. En dan maar kijken hoeveel mensen voor je gingen klappen.

Arjen (M.25): En er gingen ook nog celebrities bijzitten. Dat is helemaal niets. 'Wat krijgen we nou? Adam Curry?'

Gerdien: Op een gegeven moment was (lacht) er bij RTL4... toen kwamen ze op en ze gingen allemaal op zo'n stoel of bank zitten. Iedereen kreeg een halve minuut en dan moest er weer een liedje doorheen om het leuk te houden, en reclame, en een liedje. Dat vond ik afgrijselijk. (...) Het erge is: het gaat dan helemaal niet meer om inhoud.

*Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (P12: 348)*⁸

De respondenten zijn het met elkaar eens dat informatie over het persoonlijke leven en het uiterlijk van politici niet belangrijk is. Deze informatie is alleen van belang als deze kan worden verbonden met de ontwikkeling of het ontstaan van politieke standpunten of de persoonlijke moraal van politici. Actieve jongeren hebben de sterkste gevoelens over dit type informatie: zij stellen dat de democratie hierdoor in gevaar komt.

Anderen negeren de inhoud

De respondenten zeggen weliswaar dat ze inhoudelijke politiek willen, maar beweren tegelijkertijd dat 'anderen' geen inhoud willen of deze zoveel mogelijk negeren. Juist deze 'anderen' zouden daarom door gepopulariseerde vormen van politiek beïnvloed raken. Zo suggereren de respondenten dat uiterlijk een belangrijke rol speelt bij het stemgedrag van 'anderen':

Tim (M.18): Het gezicht wordt steeds belangrijker, ook al zegt iedereen: 'nee, het gaat om wat hij zegt en om zijn mening'. Eigenlijk gaat het om zijn lekkere kontje en hoe hij eruit ziet. Wedden bij een hele lekkere chick... daar gaan vet veel mensen op stemmen. Ook met Pim, die had een hele uitstraling, iedereen stemt erop.

Focusgroep, diverse opleidingen (C10: 1167)

Het zijn ook vooral die 'anderen' die zich soms met politici identificeren en waarvoor persoonlijke informatie dus een grote rol speelt. Oud-premier Wim Kok, afkomstig uit een arbeidersmilieu, kan bijvoorbeeld een voorbeeld zijn voor arme mensen; door hem zien ze dat je ongeacht je achtergrond hogerop kunt komen. De respondenten beweren dat anderen gemakkelijk hun stem geven aan iemand die hen aanspreekt:

Interviewer: Dat stond ook in het stukje, dat meer politici in de media vertellen welke muziek ze goed vinden. Vind je dat [nooit] relevant? (...)

René (M.17): Ja, dat denk ik wel. Ik denk dat het wel voor allemaal geldt, dat [ik het] niet bij vind dragen aan mijn beeld over hen. (...) Misschien vinden andere mensen het ook heel interessant om dat soort dingen over mensen te weten en misschien beïnvloedt dat ze ook wel of die mensen gaan stemmen of niet, maar mij persoonlijk niet. Maar het zou best kunnen dat andere mensen denken van: 'joh nou, een toffe peer'.

Interview, HAVO (D10: 1291)

De ondervraagde jongeren gaan er impliciet vanuit dat veel andere burgers niet weten hoe het hoort en soms zelfs dom zijn. Ze bewijzen deze stelling door te wijzen op kiezers die op basis van niet-inhoudelijke overwegingen overstappen van de ene naar de andere partij:

Houria (V.18): Kijk maar naar Wouter Bos. Die heeft ook heel veel stemmen getrokken van vrouwen. En dat was bij Pim Fortuyn ook zo. Dus als je er goed uitziet, dan krijg je meer stemmen, denk ik.

Interviewer: Ja. Vind jij dat belangrijk hoe [een politicus] eruitziet? (...)

Mouna (V.19): Het telt wel een beetje mee...

Houria: Het telt wel mee.

Mouna: Dat iemand er goed uitziet, maar ik denk dat je eerder kijkt naar wat zijn standpunten zijn. Ik vind het wel beter dat je er goed uitziet.

Interviewer: Zou het bij jou meespelen op wie je zou willen stemmen?

Mouna: Nee, niet.

Shareef (M.20): Misschien bij jou niet, maar bij de meeste mensen wel.

Yassira (V.18): Ja.

Shareef: Kijk maar wat Houria zegt [over] Wouter Bos. Ik bedoel... Je kan niet zeggen dat de mensen opeens allemaal dachten: 'wauw, wat een inhoud heeft de PvdA opeens'. Waarschijnlijk wisten ze niet eens wat voor programma de PvdA had. Het gaat gewoon om de lijsttrekker.

Interviewer: Dus je denkt dat het voor heel veel mensen wel uitmaakt hoe die eruit ziet?

Shareef: Ja, omdat ik denk dat euh meer dan vijftig procent van de bevolking van Nederland dom is.

Interviewer: En wie zijn er dan bijvoorbeeld dom? Mensen die op de PvdA stemmen?

Shareef: Nee.

Yassira: LPF?

Interviewer: Mensen die op de LPF stemmen?

Shareef: Nee, ook niet.

Yassira: Ja. Ik vind dat mensen die op de LPF stemmen niet echt van die mensen zijn die... goed zijn geïnformeerd, maar dat... meer mensen van de straat zijn. Het zijn de Telegraaf-lezers die daar meestal op stemmen. Mensen die altijd wat te klagen hebben. Ik vind dat dat mensen zijn die... onder het gemiddelde zitten met hun opleiding.

Focusgroep, MBO (I4: 244)

Inactieve respondenten beweren soms dat sommige mensen 'maar wat doen' in het stembokje. Hierbij speelt het imago van de politiek een belangrijke rol. Omdat politiek saai en vreemd is, is het voor deze jongeren stoer om te beweren dat er mensen zijn die in het stembokje niet serieus kiezen:

Diederik (M.15): [Zo] van: ‘het t-shirt van de LPF is lelijk, dus stem maar niet op ze’.

Linda (V.14): Nee, tuurlijk niet. God, dan moet je wel heel oppervlakkig gaan stemmen.

Diederik: Ja, nou ja, je hebt van die mensen.

Linda: Ja, je hebt ook van die mensen die gaan in het stemhokje staan: ‘iene miene mutte...’

Joey (M.15): Oké, oké.

Interviewer: Maar denk je dat dat echt gebeurt, dat mensen...

Uranus (M.14): Ja want ik zie...

Linda: Jazeker. Vrienden van mij, die gaan dronken naar het stembusje.

Interviewer: En wat stemmen ze dan?

Joey: Het vakje dat ze raken.

Linda: Waar ze zin in hebben. (...)

Interviewer: Waarom doen ze dat?

Linda: Omdat ze dat leuk vinden. Het kan hen geen flikker schelen.

Focusgroep, VWO (I6: 813)

Actieve respondenten doen soortgelijke uitspraken, maar doen ze eerder uit verontwaardiging over actuele politieke ontwikkelingen. De plotselinge populariteit van Wouter Bos en Pim Fortuyn laat in hun ogen zien dat kiezers ongeïnformeerd kiezen voor politici met een leuke uitstraling:

Carlo (M.19): [Pim Fortuyn] en Jan Marijnissen hadden de uitstraling in het debat en misschien Rosenmöller⁹ voordat die [werd] afgezwakt. Altijd als ze het debat ingingen hadden ze het gezicht zo staan: ‘ik heb al gewonnen voordat ik [het] debat heb gewonnen’. En ja, die uitstraling is vaak wel heel belangrijk ten opzichte van het grote publiek. Maar als je werkelijk gaat kijken naar de inhoud, dan komen mensen toch vaak tot andere keuzes.

Interviewer: Namelijk?

Carlo: Een totaal andere partij. Als je verhalen hoort van mensen die van de LPF weer terug zijn gegaan naar de SP of de PvdA, dan vraag ik mij in hemelsnaam af wat je maatschappijvisie is. Dan heb je volgens mij alleen maar op de persoon gelet en hoe die zich manifesteerde in [het] debat, hoe die op andere persoonlijke punten scoorde. (...) Ik kan me niet voorstellen dat je van [de] linkse kant van het spectrum, binnen vijf maanden volledig naar de rechtse kant van het spectrum gaat en weer terug. Dat is min of meer gebeurd. En dat vond ik ontzettend opvallend en dat is een beetje strijdig met mijn overtuiging, dat je echt moet kiezen voor een visie en niet voor een persoontje dat daar staat. Die is maar tijdig en het gaat uiteindelijk om de lange duur, om de lange termijn.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (I12: 507)

Deze actieve respondenten beweren niet alleen dat veel burgers onvoldoende op de hoogte zijn, maar ook dat anderen geen inhoud willen. Zij zeggen dat infotainment en comedyseries er voor henzelf niet toe doen, omdat ze geen bijdrage leveren aan het politieke en maatschappelijke debat. Anderen daarentegen zouden ‘popcultuur’ willen, waarbij niet de inhoud centraal staat, maar de uitstraling en persoonlijkheid van politici. JOVD-lid Bob vindt dit een slechte zaak:

Sarah (V.17): [Katja en Bridget] gingen hem een nieuw imago aanmeten door hem een hip pak te geven en een leuke bril.

Bob (M.19): Dit vind ik dus een slechte zaak, wat ze hier doen.

Sarah: Waarom?

Bob: Echt waar (groep lacht), want bij de jongeren heerst het idee dat politiek alleen om een beeldcultuur gaat, alleen om de uitstraling van een bepaald persoon, maar dat is helemaal niet zo. Het gaat om de inhoud. Het gaat om wat de LPF denkt. En dat komt in verhouding maar heel weinig aan bod. Want ze suggereren hier dat als Mat Herben een nieuw pak heeft... Ze beginnen met de zin: ‘jullie staan op twintig zetels verlies, dus je moet een beter imago hebben’. Nu weet ik wel, dat is ook enigszins wel zo, maar daar gaan ze te veel op in. [Ze suggereren dat] als hij een nieuw pak heeft, een nieuwe bril, een nieuw dit, een nieuw dat, liposuctie, weet ik veel wat je allemaal moet doen, dat hij dan twintig zetels erbij zou kunnen krijgen. Dat wordt hier nogmaals bevestigd.

Focusgroep, VWO (18: 378)

De ondervraagde jongeren stellen politieke inhoud centraal en zeggen dat gepopulariseerde politiek voor hen daarom niet ter zake doet en slechts in uitzonderlijke gevallen interessante informatie biedt. ‘Anderen’ zouden in hun ogen echter niet op de inhoud letten, op uitstraling stemmen en geen door-dachte politieke standpunten hebben, waardoor ze gemakkelijk van de ene naar de andere partij overstappen. De respondenten noemen gepopulariseerde politiek daarom voor anderen belangrijk, omdat deze mensen op zoek zijn naar oninhoudelijke informatie. Hoewel alle groepen jongeren deze uitspraken doen, maken actieve jongeren zich hier de meeste zorgen over.

Serius

De jongeren in dit onderzoek noemen als tweede kritiekpunt dat gepopulariseerde politiek niet serius is. Ze zeggen dat politiek over grote problemen gaat en dat een serieuze aanpak daarom noodzakelijk is. Die behelst: een duidelijke belichting van problemen en een serieuze debat. De respondenten zeggen dat typische jongerenmedia daarvoor minder geschikt zijn, omdat ze een relatief klein publiek bereiken:

Alicia (V.21): Dat [je boodschap] meer mensen bereikt dan alleen mensen die naar The Box kijken. Ik bedoel: mijn opa kijkt niet naar The Box, hoor.

Interviewer: Ja, dus die krijgt nu die boodschap niet mee.

Alicia: Nee, dus als [Raymzter] dat landelijk wil aanpakken, als hij meer mensen daarmee wil bereiken, dan moet [hij zich] niet beperken tot een muzikzender. Als je dat nou gaat bespreken met belangrijke personen, of tussen haakjes belangrijke personen, dan bereik je daarmee de kranten, het nieuws en al dat soort dingen. Het moet toch wel wat groter zijn dan de muziekwereld voor tot en met 21 jaar.

Focusgroep, MBO (P4: 398)

De jongeren zeggen eveneens dat gepopulariseerde politiek, zoals een politieke videoclip, geen goed middel is omdat dit geen serieuze sfeer uitademt. Videoclips spreken jongeren wel aan, maar zijn eerder komisch dan serieus, stellen ingewikkelde problemen te simplistisch voor, geven alleen de grote lijnen weer en verschaffen geen nieuwe informatie. De videoclip bij Raymzter's nummer *Kutmarokkanen*?! levert bijvoorbeeld het volgende commentaar op:

Alicia (V.21): Als je mensen wilt aanspreken op een vooroordeel... (...) Je kan dat niet zó doen [zoals Raymzter], het is toch totaal komisch als je met zo'n clip komt?

Interviewer: Ja?

Alicia: Met zo'n nummer? Het wordt meer belachelijk gemaakt dan serieus genomen. Eigenlijk ben je een serieus standpunt aan het verkondigen. Je vindt dat Marokkanen worden benadeeld en er is een vooroordeel. En dan ga je met een stelletje ja, om het maar heel plat te zeggen, een stelletje wijven ga je in een discotheek staan, dan ga je daar met je reet staan schudden en dat moet dan serieus overkomen? En daar moet je dan een serieus standpunt mee...

Interviewer: Overbrengen?

Alicia: Nou, dat volg ik niet.

Focusgroep, MBO (P4: 363)

De respondenten zeggen dat ook infotainment niet serieus op politiek ingaat. Infotainment is meer grappig dan serieus, maakt politici belachelijk en tast hun geloofwaardigheid aan. Door infotainment zouden politici minder serieus worden genomen, terwijl ze een serieuze gesprekspartner moeten zijn. De makers van *Lijst Nul* gaan te luchtig om met politiek, zeggen de respondenten. De presentatrices komen dom en speels over in plaats van serieus:

Sue (V.24): Er was één meisje die volgens mij ook op de Lijst Nul-site had gereageerd van: 'ze kleedden zich tien keer per programma om. Hallo... daar gaat het niet om. Is het nu een kledingprogramma of is het een politiek programma?'

Kijk, we gunnen hun allemaal dat ze honderd leren jasjes in de kast hebben. [Dat] maakt mij niet uit, [dat] moeten ze zelf weten, daar verdienen ze centjes voor. Maar als je een beetje serieus genomen wilt worden, breng het dan ook serieus. Iedereen weet dat alles gewoon één groot rollenspel is. Als je naar school gaat, ga je anders gekleed dan als je s' avonds op stap gaat. Als je de eerste keer met je vriendje uitgaat, ga je anders gekleed dan als je je vriendje al vijf jaar kent. Dán ga je ook een keer in je slobbertrui op de bank zitten. Iedereen speelt continu een rollenspel en ik vind gewoon dat als je met politiek... Dat is toch altijd wel serieus, want je praat over grote problemen en als je dan aankomt van 'lalalala, ik loop een beetje te showen', [dan] neem je het niet serieus.

Interview, WO, actief bij de VVD (L15: 487)^o

De geïnterviewde jongeren zeggen niet alleen dat gepopulariseerde politiek niet serieus overkomt, maar ook dat zijzelf het niet serieus nemen. Ze zouden naar aanleiding van videoclips niet discussiëren over politiek. Sterren die hun politieke standpunten willen uitdragen, zouden deze dus beter op een traditionele manier kunnen uiten in nieuwsrubrieken of discussieprogramma's dan in populaire cultuur. Deze traditionele media zouden namelijk bepalen wat belangrijk is. Dit wordt geïllustreerd door respondenten die zeggen dat ze rapper Raymzter kennen van het *Journal*:

Jari (M.15): Raymzter? Iedereen weet wie dat is.

Interviewer: Hoe komt dat, dat iedereen dat weet?

Jari: Omdat hij veel in het [nieuws] is geweest. En [bij] Barend & van Dorp. Jeugdjournaal ofzo, daar heb ik hem ook gezien. Hij komt overal, dus kinderen hebben dat gezien en dan merk je dat wel op.

Focusgroep, VWO (P7: 172)

Ook andere voorbeelden van gepopulariseerde politiek, krijgen een kritisch commentaar van de ondervraagden. Gerwin, bijvoorbeeld, zegt zich geërgerd te hebben aan de reclamecampagne van de SP:¹¹

Gerwin (M.28): Gaan ze [in het spotje van de SP] met zijn allen een liedje zingen met die buschauffeur. [Een] vervelend, irritant deuntje ook nog. En dan ook nog prime-time vijf keer achter elkaar. Ik werd er doodongelukkig van.

Interviewer: Waarom?

Gerwin: Ik dacht: eindelijk een partij die een klein beetje begrijpt waar het over gaat. Vervolgens gaan ze bergen geld uitgeven aan een reclamebureau met een man in een strak pakje, die ze vertelt dat hij nou hét idee heeft voor de SP en vervolgens komt er zo'n wanproduct uit. Dat vond ik echt afgrijselijk.

Interviewer: Wat staat je tegen in zo'n spotje? Het spotje zelf of de manier waarop het gemaakt is?

Gerwin: Allebei. De presentatie ervan. Als je je standpunt al in een liedje moet gaan verkondigen om [kiezers] aan te trekken, dan geef je ook de indruk dat je standpunten eigenlijk niet de moeite waard zijn. Want als je denkt op die manier meer mensen te kunnen bereiken... Al helemaal omdat ze een paar jaar geleden het motto hadden 'stem tegen' en dat ze nu heel grappig het motto hadden 'stem voor'. Dan word je natuurlijk niet meer serieus genomen.

Interview, opleiding onbekend, actief bij de SP (LI6: 178)

Anderen gaan nadenken

De geïnterviewde jongeren beweren dat gepopulariseerde politiek naar hun eigen smaak onvoldoende serieus is en dat ze daarom niet over politiek gaan nadenken. Opnieuw zeggen ze dat 'anderen' door gepopulariseerde vormen van politiek echter wel over politiek gaan nadenken.

Monique (V.23): MTV heeft toch een grote naam opgebouwd. Ze waren altijd best wel onafhankelijk van alle gevestigde partijen, van alle netwerken en dat soort dingen. Ik denk wel dat in ieder geval een hoop mensen, die er anders niet mee in aanraking zouden komen, toch eens over na gaan denken, over wat die verkiezingen nou zijn. Ik zag toevallig laatst een heel klein stukje over de vorige presidentsverkiezingen en toen was Clinton bij MTV gekomen en Gore¹² niet, geloof ik. Toen heeft Clinton in zijn speech MTV bedankt van: 'dit is ook dankzij jullie tot stand gekomen', omdat ze gewoon een heel groot publiek ermee hebben aangesproken. Ik denk dat dat wel zo is.

Interview, WO (DI4: 927)

In het onderzoek kwamen verschillende thema's aan bod waarbij artiesten zich inzetten voor politieke of maatschappelijke doelen. De respondenten beweren bij deze thema's dat artiesten voor anderen op eenzame hoogte staan. Deze 'anderen' kijken tegen artiesten op, hebben behoefte aan een voorbeeld, gaan erdoor nadenken over politieke thema's en vormen zich een mening. Pop-artiesten zouden zo bijdragen aan de politieke betrokkenheid van anderen:

Interviewer: Wat vind [je ervan] dat U2 allerlei politieke standpunten in hun teksten en in hun concerten verwerkt?

Mirjam (V.20): Dat vind ik prima. Er zijn wel meer groepen die dat doen. Ik kan me heel goed voorstellen dat je muziek gebruikt om bepaalde statements te maken of mensen aan het denken te zetten. Inderdaad niet alleen de lullige popliedjes van: 'alles is leuk en iedereen houdt van elkaar en allemaal leuk'. Ik vind het ook altijd wel weer interessant, van die teksten waar inderdaad echt wat in zit, waarbij mensen gewoon zich zorgen maken over wat er gebeurt. Ik denk dat je ook best wel wat invloed kan hebben, dat je mensen aan het denken kan zetten. Dat vind ik wel een mooie manier om dat via muziek te doen.

Interview, WO (DI1: 1703)

De uitspraken van deze jongeren dat anderen door gepopulariseerde politiek gaan nadenken, hebben niet altijd een positieve lading. Ze wijzen op het gevaar dat anderen klakkeloos geloven wat artiesten zeggen of denken dat artiesten altijd gelijk hebben. Deze respondenten beweren dat anderen soms helemaal niet meer nadenken en als ‘willoze schapen’ achter artiesten aanlopen. Het zou daarom gevaarlijk kunnen zijn als artiesten zich met politiek bezighouden: anderen kunnen van mening veranderen zonder dat ze weten of dit de juiste mening is. Op deze manier wordt er voor de mensen gedacht en doet men dat niet meer zelf:

Gerard (M.17): Ze moeten eigenlijk geen uitspraken doen voor... Politieke uitspraken moeten ze sowieso niet doen van: ‘ik ben voor de oorlog’ of: ‘ik ben tegen de oorlog’. Er volgen echt heel veel mensen. Ik vind dat iedereen zijn eigen mening moet vormen en niet die van een popster moet volgen, want een popster heeft toch veel invloed en er zijn een heleboel mensen die zich hetzelfde willen kleden, hetzelfde willen denken.

Interview, MBO (Di6: 349)

De respondenten zeggen al met al dat politiek serieus moet zijn en dat gepopulariseerde vormen van politiek onvoldoende serieus zijn. Hoewel zij gepopulariseerde politiek voor zichzelf niet serieus zeggen te nemen, beweren ze dat anderen op deze manier wel over politiek kunnen gaan nadenken.

Ontspanning

Een derde kritiekpunt van jongeren dat uit de interviews en de focusgroepen af te leiden valt, is dat gepopulariseerde vormen van politiek het plezier van populaire cultuur ondermijnen. Deze kritiek is grotendeels tegengesteld aan hun kritiek uit de vorige paragraaf op het niet-serieuze gehalte van gepopulariseerde politiek. Er bestaan hierbij verschillen per type medium. De respondenten zeggen bijvoorbeeld dat televisie voor ontspanning zorgt, dat televisie leuk is omdat het afleiding geeft in hun drukke leven, ze erbij kunnen uitrusten, hun gedachten op nul kunnen zetten en niet na hoeven te denken. Als ze televisie kijken, zitten ze ‘relaxed’ achteruit ‘een beetje te niksen’. Ze vertellen dat ze de programma’s die ze zien snel weer vergeten en dat televisie voor hen geen medium is om over na te denken. Bij comedyseries zetten ze hun gedachten op nul om zich in te leven in de verhalen en personages, aldus de jongeren. Comedyseries moeten gaan over gebeurtenissen, gevoelens en plaatsen die ze herkennen:

Abbey (V.15): Friends vind [ik] redelijk realistisch, want het is gewoon zes vrienden, gewoon in een paar appartementjes en [ze] hebben gewoon hele normale alledaagse problemen. En het is gewoon heel grappig maar het is

gewoon ja... het is gewoon echt. Het zijn gewoon echte mensen. Maar hier [in Gemeentebelangen] zie je gewoon dat het nep is, het zou nooit echt kunnen gebeuren. En bij Friends heb je juist het gevoel van: 'oh, dit kan mij morgen ook overkomen'.

Ralf (M.14): Ook niet heel realistisch.

Nancy (V.14): Maar als dit zo realistisch zou zijn dat het echt zou kunnen gebeuren, zou het heel saai zijn. Want de politiek... Wij hebben er toch al zoiets van: 'het is eigenlijk best wel saai'.

Abbey: Ja oké, maar...

Nancy: En Friends is inderdaad leuk, omdat het over al die dagelijkse problemen gaat.

Focusgroep, VWO (C6: 944)

De inactieve jongeren in dit onderzoek zeggen dat ze gedwongen worden na te denken als er politiek in een amusementsprogramma aanwezig is. Ze suggereren dat ze door het noemen van politieke begrippen of meningen gaan nadenken over de betekenis van deze begrippen en over de vraag of ze het met bepaalde meningen eens zijn:

Lindsay (V.17): Je moet er meer bij nadenken [bij een comedyserie over politiek]. Gewoon omdat het meer inhoud heeft.

Nikki (V.17): Meer verhaal, meer inhoud.

Lindsay: Ik denk dat de jeugd van nu meer van dingen houdt zonder inhoud.

Afke (V.16): Ja.

Nikki: Ja, maar wat ik van het tv-kijken vind, als ik gewoon heel erg [druk ben] met mijn huiswerk en school [waarbij] je moet nadenken, als je dan gewoon een uurtje op de bank mag zitten en gewoon achteruit...

Lindsay: Je kijkt ook om te niksen.

Nikki: Ja, kijken om te niksen. Heerlijk gewoon met hun gevoelens en met hun humor bezig zijn en dat is ook iets waarom ik dit [fragment] niet leuk zou vinden. Ik zou er toch over na gaan denken.

Interviewer: Ja.

Nikki: Ik zou toch [bij] die commissaris van de Koningin [denken]: 'Oh ja, dat is diè, en dan ga je toch weer [denken aan] maatschappijleer. Dan moet je daar ook weer bij... je moet hier gewoon bij nadenken. Bij dat woord commissaris van dingies, dan moet je toch even nadenken: 'wie was dat ook al weer, de commissaris van de Koningin? (stilte) Oh, dat was die en die, ja'. Dus je moet er toch bij nadenken.

Focusgroep, HAVO (C1: 1033)

Ook als het over popmuziek gaat, benadrukken de ondervraagde jongeren de mate waarin ze moeten nadenken. Ze zeggen dat de teksten van nummers vaak

te snel gaan om deze goed te kunnen volgen. In het dagelijks leven staat MTV op de achtergrond aan en luisteren ze er niet aandachtig naar. In de focusgroepen was het kijken naar videoclipps echter hun hoofdactiviteit. Op basis hiervan kan worden verondersteld dat de respondenten bij uitzondering relatief geconcentreerd keken. Ze zeggen echter dikwijls dat ze de teksten niet hebben verstaan:

Interviewer: Wat vind je van dit nummer [van George Michael]?

Mathilde (V.20): Ja, eigenlijk wel leuk. Maar als je echt naar de tekst wil luisteren, dan moet het wat langzamer. Maar op zich vind ik... Het nummer klinkt goed. Ik vind het [een] leuk nummer.

Interviewer: Ja, want dat zei Fatah net ook: 'je moet wel heel goed naar de tekst luisteren om...'

Fatah (V.19): Ja, om het te begrijpen.

Interviewer: Heb jij goed naar de tekst geluisterd?

Fatah: Nee, dat zeg ik. Eerste indruk: 'je kijkt meteen naar de clip'.

Mathilde: Je wordt zo afgeleid door al die beelden die steeds maar wisselen.

Focusgroep, MBO (P5: 951)

De geïnterviewde jongeren merken op dat ze hun verstand op nul zetten als ze naar popmuziek luisteren. Het gaat hen om het ritme en de muziek. Het maakt voor sommige niet uit waar de tekst over gaat; ze letten er niet op en luisteren niet goed genoeg om de woorden te kunnen verstaan en begrijpen. De respondenten zeggen de boodschap er niet uit te halen en er niet over na te denken. Slechts een enkeling leest de songteksten in jongerenbladen om zo beter te begrijpen waar popsterren over zingen. Teksten dringen alleen bij uitzondering tot de geïnterviewde jongeren door:

Elvira (V.14): Ik vind het [geen] leuk liedje om de tekst, hoor.

Loretta (V.15): Nee.

Elvira: Eerder gewoon het deuntje. (...)

Loretta: Gewoon om het ritme en het deuntje. Gewoon leuk, weer eens wat anders. De tekst maakt me niet echt uit. Het had ook ergens anders over mogen gaan van mij. Over een seniel liedje.

Interviewer: Dus voor jou maakt het eigenlijk niet uit of die boodschap erin zit?

Loretta: Nee. Ik doe er niet echt wat mee.

Focusgroep, VWO (P7: 633)

De respondenten zeggen zich alleen in bijzondere gevallen bezig te houden met de teksten en zich bewust ervan te zijn wat artiesten zingen. De teksten vallen hen alleen incidenteel op, bijvoorbeeld als het om hun favoriete artiest gaat of over nummers die herinneringen oproepen aan het verleden. Als jon-

geren zeggen dat het goed is dat teksten ‘ergens over gaan’ of een bepaalde boodschap hebben, wil dat niet zeggen dat ze hier bewust naar luisteren:

Klaas (M.21): Ik ben niet zo’n hele bewuste muziekluisteraar, maar nummers moeten over iets meer gaan. Nummers moeten iets meer [hebben dan]: ‘ik liep naar de supermarkt, ik kwam een jongen tegen en we werden samen ’s ochtends wakker’, zeg maar. (lacht) Het moet iets dieper gaan dan het alleroppervlakkigste...

Interviewer: Dat kan ook heel interessant zijn...

Klaas: Dat kan wel heel interessant zijn (lacht), dat kan, maar nee. Ik ben niet echt een muziekluisteraar die de teksten doorgrondt, maar ik heb weleens bewust naar teksten geluisterd. Ik heb vooral van muziek waar ik dan niet zoveel van houd tekststukjes gelezen en dat lijkt me leuk, dat er muziek bestaat die een boodschap heeft. Wat voor boodschap dat dan ook is of je het daar mee eens bent of niet.

Interview, WO, actief bij de VVD (D6: 1184)

Anderen gaan politiek leuker vinden

De geïnterviewde jongeren kunnen zoals gezegd weinig enthousiasme opbrengen voor gepopulariseerde politiek omdat het niet ontspannend is. Toch suggereren ze ook in deze context dat ‘anderen’ hierdoor politiek leuker en aantrekkelijker gaan vinden. Traditionele programma’s zouden een saai beeld van politiek geven en geen kijkers trekken. Een programma als *Lijst Nul* is echter leuk omdat jonge, vlotte presentatrices het presenteren. *Lijst Nul* zou dan ook een groot succes zijn geweest. Een losse en vlotte presentatiestijl met leuke decors en jeugdige presentatoren zou ertoe leiden dat anderen zich meer met politiek willen bezighouden:

Shareef (M.20): Wie speelt er in [Lijst Nul]? Katja, Bridget. Dat trekt toch wel jongeren aan.

Mouna (V.19): (...) Jongere mannen, bedoel je?

Shareef: Ik bedoel... Ja, jongeren ook. BNN is een jongerenprogramma. Ik denk wel dat het ze lukt, omdat ze het een beetje sarcastisch doen, een beetje grappig.

Interviewer: En dat is belangrijk voor jongeren, dat het ook sarcastisch is?

Shareef: Nee, ik denk [het] niet.

Mouna: Gewoon leuk om naar te kijken.

Shareef: Je probeert ze te interesseren en als je dat zó kan doen, dat ze geïnteresseerd worden, dan is het goed. Ik bedoel: ze gaan niet kijken naar zo’n Tweede Kamerdebat. Dat vinden ze saai. Dus proberen ze het zo te bereiken. (...) En het trekt kijkcijfers.

Focusgroep, MBO (I4: 597)

Deze respondenten zeggen dat anderen het leuk vinden om de persoon achter een politicus te leren kennen, te horen welke muziekstijl hij leuk vindt, of hij een vriendin heeft en of hij boxershorts draagt. Anderen leren politici op deze manier van een andere kant kennen, wat ertoe leidt dat de politiek tastbaarder wordt en dat men zich gemakkelijker met politici kan identificeren:

Mirjam (V.20): Ik vind het zelf niet bijzonder boeiend wat Ad Melkert voor muziek luistert. Het is grappig om dat te zien. Zolang het niet alleen dat soort informatie is, heb ik er ook geen problemen mee. Het is denk ik ook juist om het wat dichter bij de mens te [brengen], omdat veel mensen toch zoiets hebben van: 'die hoge piefen van de politiek denken het allemaal wel te weten'. Als je misschien dat soort dingen hoort, gewoon van die simpele dingen: 'oh, hij houdt ook van Joe Cocker', dat je denkt van: 'hé, hij is eigenlijk ook een hele gewone man'. Dat dat [voor] veel mensen toch wel [politiek] wat dichterbij [brengt].

Interview, WO (DII: 1271)

De actieve respondenten beweren met de meest krachtige bewoordingen dat jongeren door gepopulariseerde vormen van politiek meer politiek betrokken raken. Ze zeggen het interessant te vinden dit proces van een afstand te volgen. Ze hebben professionele interesse in *Lijst Nul*:

Matt (M.20): Ik vind het gewoon heel interessant om te kijken hoe de mensen van mijn leeftijd over politiek denken. Ik besteed ook zeer zeker aandacht aan het probleem van de kloof tussen de burger en de politiek. Dat probleem ligt er gewoon en dat is gewoon een van de grootste problemen van vandaag de dag. Dat is ook het uitgangspunt van Lijst Nul natuurlijk. Die gedachte speelt bij mij ook en dan wil je onderzoeken hoe die kloof ontstaat, hoe die kloof eruit ziet en hoe die kloof gemaakt wordt. Dan is Lijst Nul onderzoeken, de argumenten die de jeugd gebruikt, de onderwerpen die ze bespreken, dat zijn gewoon tekenen, zeg maar. Dat is onderdeel van die kloof en zo bestudeer je die kloof. Dat vind ik gewoon heel interessant. Eigenlijk dus een beetje wat jij aan het doen bent, maar ik doe het meer voor mezelf en niet in het kader van mijn studie.

Interview, WO (L7: 229)¹³

Hoewel de inactieve respondenten gepopulariseerde vormen van politiek niet serieus genoeg achten om aan te zetten tot gedachten over politiek, stellen ze tegelijkertijd dat gepopulariseerde politiek te serieus is om daadwerkelijk plezier aan te beleven. Popmuziek en comedies zijn genres die ter ontspanning dienen, en waarbij ze graag hun verstand op nul zetten. Wanneer politiek zijn intrede doet in dergelijke genres, worden jongeren gedwongen om toch na te denken. Terwijl de geïnterviewden dat voor zichzelf een onprettig effect zeg-

gen te vinden, stellen ze dat ‘anderen’ op die manier politiek wel leuk gaan vinden en erover na gaan denken. Actieve jongeren zijn daar het meest uitgesproken in, en zijn uit interesse enthousiast over gepopulariseerde politiek, omdat het hen inzicht zou geven in hoe jongeren bij de politiek betrokken kunnen raken.

Veronderstellingen over anderen

In de voorgaande paragrafen werd duidelijk dat de respondenten steeds onderscheid maken tussen zichzelf en ‘anderen’. Het is vaak onduidelijk wie ze met ‘anderen’, ‘burgers’ of ‘de jeugd’ bedoelen. Ze verwijzen hierbij niet expliciet naar hun eigen omgeving, maar lijken te refereren aan grote groepen burgers in de samenleving met een diffuus karakter. Soms refereren ze expliciet aan jongeren, maar ook dit doen ze niet altijd. Ook na aandringen van de interviewer, specificeren ze nauwelijks wie deze ‘anderen’ zijn:

Joep (M.21): Ik het begrepen dat [Lijst Nul] heel veel mensen geholpen heeft.

Interviewer: Ken je mensen waarbij dat zo is?

Joep: Nee dat niet, maar ik maak [dat] toch op uit de hoeveelheid reacties op het forum...

Interviewer: Dat mensen er wel heel enthousiast over zijn?

Joep: Ja, maar inderdaad... in mijn omgeving [zijn er] niet zo heel veel mensen die... nee

Interviewer: Heb je er wel bijvoorbeeld met mensen erover gepraat, over het programma?

Joep: Nee.

Interviewer: Ook niet?

Joep: Nee. Ja, wel dat jij zou komen. En dan is het gelijk stil: ‘oh ja, maar ja’.

Interviewer: Maar het is niet het programma om met mensen erover te praten?

Joep: Nee, voor mij niet in ieder geval.

Interview, HBO, actief bij de SP (L19: 374)

De uitspraken van de respondenten laten twee veronderstellingen zien: ze veronderstellen dat anderen beïnvloedbaar zijn, en dat anderen slechte burgers zijn. Ze spreken vol overtuiging over de effecten van uiteenlopende media en vertellen regelmatig over hun eigen ervaringen met jongeren die onder invloed van media waren, zoals gewelddadige computerspelletjes:

Miranda (M.14): Nou, dat is ook zo’n [gewelddadig] spelletje. Ik bedoel, dat vind ik gewoon dom. Daar komt ook geweld in voor en dat vind ik helemaal niks. Ik hou zelf helemaal niet van geweld of om dat te spelen. Mijn broertje die heeft ook... als hij zo’n spelletje speelt, waar je in moet vechten of een

ander neer moet schieten, dan loopt hij de hele dag door het huis te gillen. Ja, ik vind het een beetje... Beïnvloed word je toch. Dat beïnvloedt hem ook wel. Hij werd ook steeds drukker. Hij ging veel sneller vechten, dus daarom zit hij nou ook [op] judo, dat moest van mijn moeder. Dan kan hij zijn agressie een beetje kwijt.

Interview, VWO (D24: 538)

Veel jongeren zeggen kort en bondig dat media grote effecten hebben, maar enkelen brengen dit meer genuanceerd en stellen dat dit een wetenschappelijke vraag is. Ze verontschuldigen zich dat ze hier niets over hebben gelezen en dat ze zich hier niet in hebben verdiept, maar geloven toch dat de invloed van de media groot is:

Klaas (M.21): Ik denk wel dat jongeren beïnvloedbaar zijn. Ik weet niet in hoeverre er een causaal verband is tussen het spelen van computerspelletjes en vervolgens bij Ajax - PSV iemand met een knuppel neermeppen, dat weet ik niet. Maar ik denk inderdaad wel dat er bepaalde invloeden op jongeren zijn. Ik denk wel dat jongeren daar gevoelig voor zijn.

Interview, WO, actief bij de VVD (D6: 269)

De ondervraagde jongeren maken op het gebied van media-effecten onderscheid tussen zichzelf en anderen, waarbij ze suggereren dat anderen meer worden beïnvloed dan zijzelf. Ze vertellen dat niet iedereen blootstaat aan beïnvloeding, omdat dit afhankelijk is van de persoon, zijn achtergrond, eigenschappen en karakter. Ze noemen vooral factoren die niet opgaan voor henzelf. Anderen zouden zich bijvoorbeeld met artiesten willen identificeren en hun uitspraken en gedrag imiteren. Dit zou ook een kwestie zijn van leeftijd:

Monique (V.23): Wat mij op is gevallen, is dat de leeftijdsgrens voor een kind en jongeren heel erg naar beneden is geschoven. Dat jongeren veel eerder volwassen worden en dat die zwakke kinderziel niet zo lang meer doorloopt. Ja, ik denk dat (...) kinderen wel heel beïnvloedbaar kunnen zijn.

Interviewer: En jongeren niet?

Monique: Ik denk dat ze steeds kritischer worden. Ik was zelf tot een jaar of vijftien gewoon best wel blanco. Ik denk dat dat nu veel eerder al ophoudt.

Interviewer: Leg dat eens uit: 'blanco'?

Monique: Dat je nog niet echt heel erg nadenkt, dat je alles maar een beetje laat gebeuren.

Interview, WO (D14: 406)

Als het gaat om media-effecten vormen vooral kleine kinderen een kwetsbare groep, aldus de geïnterviewden. Kinderen denken namelijk minder na dan volwassenen, absorberen allerlei invloeden en komen op sensatie af. Ze worden

beïnvloed door rolmodellen als ouders en popsterren. En op school imiteren ze elkaar door te vechten of op te scheppen over seks. De ondervraagde jongeren beweren dat dit gevaar kleiner wordt naarmate de kinderen ouder worden. Het kan hen trouwens niet kwalijk genomen worden, vinden ze, omdat kinderen de ernst van zaken nog niet inzien, en bovendien vaak geen goed voorbeeld krijgen van volwassenen:

Interviewer: Vind je dat ouders een belangrijke rol bij hebben bij [computer]spelletjes?

Jochem (M.14): Jawel. Ouders bepalen wat voor spellen de kinderen kunnen spelen. Ik mag zelf bepalen welk spel ik wil gaan spelen, maar ik heb ook wel eens spellen op de computer staan, dat mijn moeder zegt: 'die gooi je er maar mooi af, die wil ik niet op de computer hebben'. Maar heb je een kind van zes of zo, (...) [dan is] de ouder een stuk belangrijker in wat voor spelletjes het kind gaat spelen, want die [kinderen] weten een stuk minder van hoe ze er mee moeten omgaan. Die denken echt dat het in het echt ook gebeurt. Nou oké, met die wolkenkrabber, dat is ook in het echt gebeurd. Maar dat is wel iets... Als ik ouder zou zijn, dan had ik mijn kind nooit zo'n spel gegeven. In ieder geval niet als die zo jong is. Is die rond mijn leeftijd, (...) dan zou hij dat misschien nog weleens kunnen krijgen. Dat zou hij in ieder geval nog niet zo jong krijgen.

Interview, HAVO (D26: 758)

Een tweede veronderstelling van de respondenten, naast de eerdergenoemde dat anderen beïnvloedbaar zijn, is dat veel anderen slecht geïnformeerde burgers zijn. Ze zouden onvoldoende politieke kennis in huis hebben en weinig van politiek begrijpen. De respondenten zeggen bijvoorbeeld dat andere jongeren politieke videoclips niet begrijpen, terwijl ze dit zelf wel doen. Dit geldt bijvoorbeeld voor de clip van George Michael:

Timon (M.16): Ik denk niet dat iedereen de verwijzingen begrijpt. Ja oké, van Blair misschien nog wel, dat je ziet dat het Blair is. Veel mensen lezen het nieuws niet, en omdat wij atheneum doen, dan moeten we nog weleens voor [een] proefwerk kijken. Ik denk dat zeker mensen met een lagere school er gewoon niet eens echt op letten, die hebben zoiets van: 'ach, het is een rotnummer'.

Danique (V.17): Maar je moet er ook echt naar kijken om door te hebben dat het daarover gaat. Want als je gewoon kijkt, [dan heb] je zoiets van: 'nou, daar is niks aan' en je zapt weg. Dan heeft het ook niks bereikt.

Focusgroep, VWO (Pr: 727)

De actieve respondenten spreken bovendien wel eens over anderen als 'dom'. Een JOVD-lid stelt dat anderen niet begrijpen dat je in tijden van recessie de

staatsschuld kunt laten oplopen, als je deze bij hoogconjunctuur weer aflost. Een ander beweert dat socialisten niet begrijpen dat mensen met een uitkering niet willen werken. Op dezelfde manier krijgen LPF-stemmers het stempel 'domme mensen', omdat ze ideeën steunen die op lange termijn niets oplossen en niet doordacht zijn:

Boris (M.17): Ik vind VVD meer elitair rechts (lacht) en dan vind ik LPF meer dom rechts.

Stijn (M.18): Ja precies. (...)

Boris: Niet dat ik nou wil zeggen dat dat allemaal domme mensen zijn of zo. (...)

Interviewer: Dus eigenlijk zijn mensen die LPF stemmen gewoon dom, maar je wilt het niet toegeven, dat je dat echt vindt?

Alexa (V.17): Nee, ik vind ze niet dom.

Stijn: Ik denk gemiddeld genomen wel. (...) Ik denk dat veel LPF-stemmers wel dom zijn (groep lacht).

Interviewer: Maar waarom zijn die mensen dom?

Stijn: Nou ja niet...

Interviewer: Of dommer dan gemiddeld?

Stijn: Niet dat je dom wordt als je op de LPF stemt, maar ik denk dat het gemiddeld wel laagopgeleide mensen zijn.

Boris: Ik vind 'dom' een beetje vervelend woord eigenlijk. Het is een beetje... (...)

Interviewer: Alexa, vind jij LPF-stemmers dom?

Alexa: Ja, ik zit een beetje na te denken..

Interviewer: Of vind jij ook dat het een beetje te ver...

Alexa: Ja, wat ik bij zulk soort partijen heb, dat is gewoon... Ze hebben vaak hele explosieve ideeën. Ik weet niet of je daar op lange termijn iets mee kan bereiken. (...) Domme mensen, ik weet het niet. Maar ze gaan wel... Ja, ik denk dat sommige mensen gewoon heel impulsief kunnen stemmen en gewoon niet meer denken dan: 'oh die [stelt] iets aan de [kaak] waar ik het wel mee eens ben'.

Boris: Kijk, ik denk dat het zo is. Statistisch gezien is het gewoon zo dat LPF-stemmers vaak... [dat] is voor een groot deel laagopgeleide bevolking. Maar dan kun je niet allemaal zeggen dat het nou meteen komt doordat het... Het is wel heel makkelijk om ook te zeggen van nou: 'dat zijn allemaal domme mensen'.

Focusgroep, VWO (C8: 1177)

De actieve jongeren in dit onderzoek beweren eveneens dat anderen cynisch zijn over politiek en dat gepopulariseerde vormen van politiek hierbij een belangrijke rol spelen; politieke comedies zouden bijvoorbeeld negatieve ideeën

aanwakkeren. Anderen zouden hierdoor cynischer over politiek gaan denken. De actieve groep zegt bovendien dat anderen ervan overtuigd zijn dat achterkamertjes een essentiële rol vervullen in de politiek. Een televisieserie moedigt dit beeld aan en daarom waarschuwen ze de serie niet aan ongeïnteresseerde kiezers te laten zien. Ze beschouwen het als een slechte karikatuur van de echte politiek en stellen dat ze de enigen zijn die dit doorhebben:

Antoine (M.22): Als je kijkt naar de gebeurtenissen in [het] land in de afgelopen anderhalf jaar [2002-begin 2003], dat veel mensen toch vertrouwen in de politiek hebben verloren, dat de politiek iets meer trekken van een karikatuur heeft gekregen. [Ik denk] dat deze uitzending toch helaas wel iets (...) uitbeeldt van hoe toch een deel van de mensen denkt dat de zaken gaan. Dat vind ik op zich heel ernstig.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (C12: 854)

Volgens Carlo bevestigt de serie bestaande ideeën:

Interviewer: Denk jij dat mensen [deze serie] gaan geloven?

Carlo (M.19): Nou, dat is een beetje self-fulfilling-prophecy. Als je dat wilt kijken... Het wordt door zo'n programma min of meer bevestigd. Dan ga je er vanzelf in geloven. Het is maar net welk beeld je al hebt. Kijk, als je hele andere ervaringen hebt, zoals wij, dan zie je het meer als een slechte karikatuur. En als je dat beeld totaal niet hebt, dan zou je [het] best wel zo kunnen geloven, zoals het daar gespeeld wordt.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (C12: 904)

De ondervraagde jongeren maken in alle gesprekken consequent onderscheid tussen de effecten van gepopulariseerde politiek op henzelf en die op anderen. Ze zeggen dat media grote effecten kunnen hebben op anderen. Dit geldt op individueel niveau ('persoonlijk word ik minder beïnvloed dan anderen') en op groepsniveau ('ik behoor niet tot de risicogroepen die het meest bevattelijk zijn voor media-invloeden'). De veelgenoemde 'anderen' zijn bovendien slechte burgers, omdat ze geen interesse hebben in politiek, er weinig over weten en er cynisch over zijn. Gepopulariseerde politiek zou deze anderen in negatieve zin beïnvloeden.

Conclusie

Popularisering van politiek kan theoretisch worden opgevat als een manier om politiek minder saai te maken voor jongeren, maar deze verwachting komt niet uit. In hoofdstuk zes bleek al dat jongeren twee frames hanteren om over politiek te spreken: politiek is belangrijk en politiek is saai. Jongeren blijken met beide frames gepopulariseerde politiek te kunnen afwijzen. Actieve jongeren

hanteren alleen het frame dat politiek belangrijk is en laten hiermee zien dat ze weten hoe het hoort, namelijk dat popularisering een verkeerde manier is om politiek aan de orde te stellen. Inactieve jongeren hanteren allebei de frames en laten zo zien dat ze politiek op zichzelf onaantrekkelijk en diepgeworteld saai vinden en dat dit niet gemakkelijk kan worden veranderd. Het eerste frame, dat politiek belangrijk is, zien we terug in de opmerking van veel jongeren dat gepopulariseerde politiek moet voldoen aan journalistieke criteria, objectieve, politiek inhoudelijke informatie moet aanbieden en zich niet moet richten op irrelevante zaken als het uiterlijk of de persoon van politici. Dergelijke onderwerpen worden volgens de respondenten pas van belang als deze kunnen worden verbonden met politieke inhoud (cf. Van Zoonen, 2000a). Binnen het frame 'politiek is belangrijk' past ook de visie dat politiek serieus moet zijn, zodat burgers erover gaan nadenken. Als men slechts redeneert vanuit het belang van politiek, kan popularisering dan ook alleen worden bekritiseerd. Inactieve jongeren hanteren daarnaast het frame dat politiek saai is om popularisering af te keuren. Ze vinden gepopulariseerde politiek slechte populaire cultuur: het is niet ontspannend en ze moeten erover nadenken.

In de uitspraken van jongeren over popularisering is dus een negatieve tendens aanwezig. De respondenten kunnen pas enthousiasme voor gepopulariseerde politiek opbrengen als ze spreken over anderen. Jongeren schatten de effecten van gepopulariseerde politiek op anderen hoger in dan de effecten op zichzelf. Dit verschijnsel staat bekend als het derdepersoonseffect: zowel volwassenen als kinderen schatten de effecten van media op anderen systematisch hoger in dan de effecten van media op zichzelf (Buckingham, 1991; Davidson, 1983; McLeod, Eveland, & Nathanson, 1997; Perloff, 1999; Salwen, 1998). Dit geldt vooral voor negatieve, sociaal onwenselijke boodschappen (Perloff, 1999), wat verklaart waarom dit effect zich bij gepopulariseerde politiek voordoet: de respondenten zien popularisering immers als een ongewenste ontwikkeling. Ander bestaand onderzoek laat zien dat burgers denken dat de invloed van negatieve politieke reclame op anderen groter is die op zichzelf (Rucinski & Salmon, 1990). Jongeren schatten ook de invloed van uiterlijk (Enzlin, 1998) en humoristische politieke talkshows op anderen hoger in dan de invloed op henzelf (Jones, 2005). Wat hierbij meespeelt, is dat popularisering algemeen slecht wordt gevonden; daarom is het moeilijk voor jongeren om toe te geven dat ze er zelf door worden beïnvloed.

Inactieve jongeren hebben op politiek gebied impliciet en expliciet een negatief beeld van andere jongeren. In het algemeen verwachten ze niet alleen dat anderen politiek saai vinden, maar ook dat ze geen geïnformeerde burgers zijn. Anderen zijn te ongeïnformeerd om politieke comedyseries te begrijpen, snappen niet dat je op basis van inhoud tot politieke keuzes moet komen, letten alleen op het uiterlijk van politici en nemen klakkeloos ideeën uit de media

of van artiesten over. Anderen beschikken bovendien over weinig kennis en richten zich vooral op oninhoudelijke aspecten van politiek. De inactieve jongeren veronderstellen impliciet dat deze andere jongeren wel *zeggen* dat politiek belangrijk is, maar dat ze dit niet *menen* en in werkelijkheid politiek alleen saai vinden. Door dit negatieve uitgangspunt zien inactieve jongeren een positieve rol weggelegd voor gepopulariseerde politiek: de ongeïnteresseerde jongeren worden erdoor bereikt, denken meer na en gaan politiek leuker vinden. Maar zelfs deze positieve effecten hebben een negatieve ondertoon. Anderen zouden zich volgens de inactieve jongeren niet informeren, zich gemakkelijk laten verleiden om oninhoudelijke programma's te kijken en pas nadenken als een artiest hen daartoe aanspoort.

Het pleidooi van inactieve jongeren tegen popularisering heeft een duidelijk verband met hun negatieve beeld van andere jongeren. Anderen zijn ongeïnformeerd en daarom is het belangrijk dat politiek over inhoud gaat: anders kunnen ze niets over politiek leren, terwijl dit juist zo nodig is. Anderen begrijpen verder onvoldoende dat politiek belangrijk is: om hen het belang ervan bij te brengen moet het dus serieus gebracht worden. Populaire cultuur is in de ogen van inactieve jongeren bovendien slecht, omdat je er als kijker nooit over nadenkt en het risico bestaat dat jongeren zomaar meningen overnemen. Terwijl ze juist moeten werken aan een goed onderbouwde mening. Het is om deze redenen belangrijk dat politiek op een traditionele manier wordt gebracht, ter educatie van anderen, zodat ze alsnog geïnformeerde burgers kunnen worden. Gepopulariseerde politiek is daartoe niet in staat en biedt precies datgene wat jongeren *niet* nodig hebben. De respondenten vermoeden daarnaast vooral grote media-effecten bij groepen waar ze zelf niet toe behoren (Duck, Hogg, & Terry, 1995). Het is opvallend dat er op dit punt geen verschil bestaat tussen de diepte-interviews en de focusgroepen, aangezien in de focusgroepen ongeïnformeerde 'anderen' aanwezig zijn. Jongeren blijken zich echter niet aangesproken te voelen en doen alsof het puur gaat om jongeren die op dat moment niet aanwezig zijn.

De bezwaren ten aanzien van popularisering en de verwachting dat dit slechte effecten heeft op anderen, komen het hardst uit de hoek van actieve jongeren. Zij spreken het meest zelfverzekerd over politiek en weten relatief zeker dat andere jongeren minder weten en minder actief zijn dan zijzelf. Dit kunnen ze simpelweg destilleren uit het feit dat ze als een van de weinigen lid zijn van een politieke jongerenorganisatie, als relatieve enkelingen politieke bijeenkomsten bezoeken en door leeftijdsgenoten vreemd worden aangekeken op hun politieke activiteiten. Ze beweren met grote overtuiging dat gepopulariseerde politiek anderen beïnvloedt en gaan daarbij uit van dezelfde aanname dat diegenen geen geïnformeerde burgers zijn. Actieve jongeren zijn ervan doordrongen dat ze qua betrokkenheid een uitzondering vormen. Ze hebben

dan ook een consistente visie: ze verkondigen steeds weer dat popularisering voor niemand goed is. Deze jongeren zeggen zelf behoefte te hebben aan inhoudelijke en serieuze politiek en beweren dat dit voor anderen in nog grotere mate geldt. Ook deze jongeren vermoeden grote effecten bij een groep waar ze zelf niet bijhoren (Duck et al., 1995): inactieve jongeren in het algemeen. Hun pleidooi voor de educatie van anderen is dan ook veel feller en serieuzer dan dat van de inactieve jongeren.

AUTHENTICITEIT

Katja: Het leukste gesprek vond ik met Marijnissen; bij hem heb je het meest het idee dat wat hij zegt ook echt uit zijn hart komt. (Verburg, 2002)

In het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat de geïnterviewde jongeren popularisering van de politiek met veel kritiek begroeten: het is niet inhoudelijk, niet serieus en doorbreekt het ontspannende karakter van populaire cultuur. Dit roept de vraag op of specifieke gevallen van gepopulariseerde politiek eveneens met kritiek worden begroet, of dat hier variatie in bestaat. Bestaan er voorbeelden van gepopulariseerde politiek die zich aan deze algemene kritiek onttrekken? Is het bijvoorbeeld mogelijk dat bepaalde gevallen in de ogen van respondenten wél informatief of serieus zijn, en bij populaire cultuur passen? Dan zouden politici in uitzonderlijke gevallen toch in staat zijn een aantrekkelijk beeld van zichzelf en de politiek neer te zetten. In dit hoofdstuk komen daarom twee typen popularisering aan de orde: ten eerste politici die populaire cultuur gebruiken als politiek podium en ten tweede artiesten als politieke actoren. De waardering van jongeren voor deze specifieke voorbeelden blijkt afhankelijk te zijn van hun oordeel over de authenticiteit van de betreffende personen.

Politici

In de interviews en focusgroepen kwamen verschillende voorbeelden aan bod van politici die in genres van populaire cultuur optreden. Ze komen bij MTV, laten hun gezicht zien bij houseparty's, zoeken kleren uit bij *Lijst Nul* (Mat Herben) of vertellen in de *TV-Show* over hun familie en de verkiezingscampagne (Haitske van der Linde). In deze paragraaf wordt bekeken hoe jongeren deze gevallen beoordelen. Allereerst stellen ze aan deze politici de eis dat ze zichzelf zijn. Die authenticiteit beoordelen jongeren onder meer door te spreken over de motieven van politici om mee te werken aan dergelijke gepopulariseerde vormen van politiek. Deze paragraaf laat eerst zien hoe jongeren over

deze motieven praten, waarna de vraag wordt behandeld hoe politici in populaire cultuur zichzelf kunnen zijn. Ten slotte vertellen de respondenten wat volgens hen het effect is van deze vorm van popularisering.

Motieven

De geïnterviewde jongeren schrijven politici die deelnemen aan gepopulariseerde politiek zelfzuchtige intenties toe. Ze zouden worden gedreven door eigenbelang: ze willen populair zijn, een achterban opbouwen en kiezers trekken. De respondenten zeggen dikwijls dat politici ‘reclame maken’: ze willen gekozen worden en een politieke functie gaan bekleden. Daarom nemen ze soms beslissingen die hun populariteit en dus hun kans op herverkiezing vergroten. Volgens de ondervraagde jongeren speelt popularisering in dit proces een belangrijke rol. Politici zouden aan populariteitsstunts doen om op te vallen en indruk te maken. Zij treden op in spelprogramma’s, in talkshows en op TMF, doen idiote dingen en grappige uitspraken om de aandacht op zich te vestigen. De respondenten noemen voorbeelden als Gerrit Zalm die soep uitdeelt bij de nieuwjaarsduik, Mat Herben die bij diezelfde gelegenheid de zee in rent, en Wouter Bos die een TMF-Award uitreikt. Politici zouden dit alleen vlak voor de verkiezingen doen, puur om extra stemmen te krijgen:

Leonie (V.14): Lijst Nul van Bridget en Katja... dat was toen bij [de] verkiezingen, hoe heet het... Dat ze reclame gaan maken voor hun partij. En dan gaan ze alle partijen [af].

Interviewer: (...) En wat gebeurde er precies in dit fragment, Inge?

Inge (V.14): Nou ze gingen gewoon, hoe heet hij...

Dave (M.14): Mat Herben.

Inge: Ja, die gingen ze gewoon nieuwe kleren geven.

Interviewer: Was dat het belangrijkste van het fragment, of zijn er nog meer dingen gebeurd?

Jacco (M.14): Nou, gewoon een beetje indruk maken, want het ging toen niet zo best met de LPE, dus een beetje indruk maken op de mensen, zodat ze weer gaan stemmen op de LPE.

Focusgroep, VMBO (I3: 265)

De respondenten suggereren dat gepopulariseerde politiek als positief gevolg heeft dat politici hun menselijke kant laten zien, bijvoorbeeld door over hun persoonlijke leven te vertellen. Hoewel politici er volgens de jongeren over het algemeen saai uitzien, ouderwets overkomen en moeilijk praten, zijn ze in populaire programma’s geen stijve harken; ze blijken menselijk te zijn. Politici laten zien dat ze open staan voor gekke dingen, kunnen lachen, vrolijk kunnen zijn en niet altijd chagrijnig kijken. Jongeren merken op dat het goed is dat politici zich minder van hun ‘suffe kant’ laten zien en aan de burger tonen dat

ze meer kunnen dan alleen vergaderen. De respondenten zeggen een leuker, genuanceerder en positiever beeld van ze te krijgen:

Interviewer: Wat is je het meest opgevallen aan het fragment [van Lijst Nul]?

Margriet (V.19): [De] open houding tegenover elkaar.

Interviewer: Leg eens uit: 'open houding', wat bedoel je daarmee?

Margriet: Nou, dat niet zo'n stijve hark een beetje aan zo'n interview meedoet, maar dat hij gewoon soepel en leuk meedoet aan het gesprek. (...)

Interviewer: Vind jij dat ook, Ferdi?

Ferdi (M.20): Ja. De hele verkiezingen... De hele Tweede Kamer is toch een beetje voor stijve lui, denk ik. [Het] moet allemaal netjes in pak. Heel formeel gaat het eraan toe en dat is niet hoe heel Nederland is. Heel Nederland stemt [wel]. Dus waarom zou een boerenburger op een superstijf en formeel iemand gaan stemmen? Dat zijn ook gewoon mensen. En ik denk dat hier echt de andere kant van die mensen aan de tand wordt gevoeld of even wordt belicht.

Focusgroep, diverse opleidingen (III: 397)

Op deze manier zeggen jongeren nieuwe kanten aan politici te ontdekken:

Interviewer: Bij MTV [wordt aan] politici gevraagd of ze boxershorts dragen of niet. Wat vind je daarvan?

Kelly (V.15): Ik vind dat wel gewoon grappige vragen. Het zijn niet echt vragen waarvan je denkt: 'oh, die draagt geen boxershorts, dus moet ik niet op diegene gaan stemmen'. Ik vind dat ze dat gewoon voor de grap doen, en ook om te zien of die persoon gewoon gevoel voor humor heeft en of die persoon ook vrij en open is en niet meteen bot gaat zeggen van: 'geen commentaar'. Ik denk dat ze daaraan ook kunnen zien hoe die persoon is.

Interviewer: Zeggen politici dat vaak: 'geen commentaar'?

Kelly: Soms zie je op het nieuws echt van die mensen met die norske gezichten en dan heb je al meteen geen zin om te luisteren wat diegene te vertellen heeft. Als je bijvoorbeeld iemand ziet die gewoon lacht en grapjes maakt, dan heb je toch een dichter contact, lijkt het, dan met een persoon die niet open is. Dan lijkt het echt alsof het een buitenstaander is en als iemand op tv is en toch vaak lacht, grapjes maakt, ga je toch meer met diegene denken: 'oh, dat is wel een leuke persoon'.

Interview, VWO (D19: 561)

Tegelijkertijd laten de geïnterviewden op dit punt kritische geluiden horen. De rare dingen die politici doen om kiezers te bereiken, passen niet altijd bij hen, zeggen de respondenten. Ze wijzen erop dat politici bij deze optredens 'zichzelf' zouden moeten blijven en niet tegen het verwachtingspatroon van burgers zouden moeten ingaan. Het is 'raar' als politici dansen of hippe kleding aantrekken, omdat ze hier te oud voor zijn en dit hen niet eigen is. Ze

hebben liever dat politici normaal doen, dan dat ze zich uitsloven. Politici moeten alleen aan dingen meedoen die echt bij hen passen en dat is meestal niet het geval:

Theo (M.16): Ze doen ook van die populariteitsstunts.

Jorrick (M.15): Ja precies.

Carlijn (V.15): Ja.

Jerney (V.15): Ja, dat is wel zo.

Jorrick: Ja, daar proberen ze dan weer...

Theo: Ja.

Interviewer: Noem eens een voorbeeld daarvan?

Theo: Minister Zalm was met die, hoe heet dat...

Jorrick: Met die nieuwjaarsduik...

Theo: Ja, met die nieuwjaarsduik ging hij soep uitdelen aan iedereen. Dat was een van zijn stunts.

Jerney: 'Stem op mij, dan geef ik je soep'.

Jolanda (V.15): Ja.

Carlijn: Dat is toch erg.

Focusgroep, VMBO (C3: 480)

De respondenten stellen dat politici met deze acties een beeld van zichzelf willen creëren dat niet overeenkomt met de werkelijkheid. Ze doen expres populair en hopen zo meer kiezers te trekken. Oud-VVD-leider Hans Dijkstal zou bijvoorbeeld saxofon spelen om van zijn stijve imago af te komen. Mat Herben zou hebben deelgenomen aan de nieuwjaarsduik omdat hij met zijn hoofd op televisie wil. Hij zou wanhopig op zoek zijn geweest naar televisiecamera's om zijn actie vast te leggen. Herben zou dit alleen doen omdat er camera's bij zijn: als hij zichzelf zou zijn geweest, zou hij ook zonder camera's in het water gesprongen zijn. Bovendien, zegt een geïnterviewde, liegt Herben dat hij tot zijn middel in het water is geweest: de camera registreerde dat hij slechts pootje baadde. De respondenten zeggen dat Herben op deze manier indruk wil maken op kiezers en zichzelf leuker wil voordoen dan hij is:

Agnes (V.14): Maar [Mat Herben] probeert ook zo overdreven duidelijk zijn mening te laten blijken. Ik vond dat een beetje nep.

Frederique (V.15): Hij loopt een beetje achter de anderen aan, vind ik.

Interviewer: Hoe probeert hij dan zijn mening [te laten] blijken, hoe doet hij dat?

Agnes: Een beetje overdreven. Hij is een beetje... het is zo gemaakt.

Interviewer: Maar wat is daar gemaakt aan, vertel eens?

Agnes: Hij doet zo overdreven vrolijk, hartelijk en vriendelijk, terwijl volgens mij als je normaal met iemand praat, [dan] doe je niet zo. Het is echt overdreven naar het publiek laten zien dat hij leuk is.

Julien (M.14): Voor de stemmers doet hij dat.

Focusgroep, VWO (I7: 501)

De respondenten stellen dat politici uit zijn op hun eigen belangen als ze meewerken aan popularisering van politiek. Politici zouden zo willen laten zien dat ze leuk zijn, en daarmee doen ze zich vaak anders voor dan ze echt zijn. Alhoewel jongeren het goed vinden dat politici menselijker overkomen, keuren zij het af dat politici een ander beeld van zichzelf proberen te schappen dan hoe ze echt zijn.

Eigen mening

De ondervraagde jongeren houden dus niet van ‘nep’ en zien het liefst dat politici zichzelf blijven. De vraag is daarmee wanneer dit volgens hen het geval is. Hun belangrijkste criterium is dat politici een overtuigende eigen mening moeten hebben. Hun standpunten en principes moeten uit hun hart komen en ze moeten die vastberaden en met passie naar voren brengen. Vervolgens moeten die ideeën uit hun gedrag blijken. Politiek moet draaien om idealen:

Patrick (M.21): Bij de SP wordt politiek altijd opgevat als vrijwilligerswerk, daarom storten we ons salaris ook in de partijkas. [Dat] heeft als voordeel dat we geen zakkenvullers in de partij krijgen. Dat is een belangrijke opvatting [over] politiek. Dat doe je vrijwillig vanuit je hart en niet vanuit je portemonnee. Dus ik zie dat niet als baan. Ik zou er ook bezwaren tegen aan willen tekenen dat de politiek meer en meer als een professe wordt gezien en dat de partijcompetitie ook meer en meer plaatsvindt op basis van managerskwaliteiten, van: ‘wij kunnen de beste bestuurders leveren’, in plaats van: ‘wij hebben de beste idealen’.

Interview, WO, actief bij de SP (D7: 246)

De respondenten noemen Pim Fortuyn regelmatig als een voorbeeld van een politicus die echt voor zijn standpunten stond, niet om zijn mening heen draaide en zei wat hij dacht. Enkele allochtone jongeren noemen om dezelfde redenen Dyab Abou Jahjah,¹ die de ‘Libanese Pim Fortuyn’ zou zijn, omdat hij zegt waar het op staat. D66 verpersoonlijkt voor de jongeren het tegendeel omdat deze partij ‘alles wel goed vindt’ en geen duidelijke visie heeft:

Livia (V.20): Als politicus heb je overal een mening over. Je bent er om jezelf te profileren, je partij te profileren, en dat is misschien ook wel de reden dat D66 niet zo goed uit de verf komt, omdat niemand echt voor ze gaat. Er zit geen passie meer in die partij, omdat Thom de Graaf hun vertegenwoordiger was.

Interviewer: En is dat nu veranderd?

Livia: Ja, want ze hebben toch een nieuwe? Thom de Graaf is ermee gestopt.

Marlies (V.19): Dittrich.

Livia: Ja, Boris Dittrich³ heeft wel gewoon een beter imago. (...)

Interviewer: Wat voor imago heeft hij? (...)

Livia: Ik vind zelf dat als hij bijvoorbeeld op tv komt, dat hij wat meer passie toont voor wat hij doet. Hij komt niet met zijn chagrij... Hij is gewoon... niet zozeer vrolijk, maar hij geeft wel zijn standpunten, hij komt voor iets uit. Dat moet je gewoon hebben, want ik heb sowieso respect voor mensen die dat doen, ongeacht of hun standpunt hetzelfde is als de mijne, maar als zij gewoon ergens achter staan, dan kan je daar nog even aan denken. Misschien heeft hij eventueel wel gelijk. En al is het niet zo... hij weet in ieder geval waar hij voor staat. Het is niet iemand die zich continu maar aan alles gaat aanpassen. Je bent toch je eigen persoon met je eigen persoonlijkheid.

Focusgroep, diverse opleidingen (I10: 917)

Om zichzelf te zijn, moeten politici tevens een eigen stijl ontwikkelen en deze consequent hanteren. Als de respondenten spreken over de authenticiteit van politici, spreken ze vooral over politici die geen consequente stijl hebben of zich gemakkelijk laten beïnvloeden. Zo beweren ze dat Mat Herben zich in *Lijst Nul* nieuwe kleren laat aanpraten die niet bij hem passen en waar hij niet van houdt. Hij zou slechts aan het programma meedoen om indruk te maken op kiezers. Herben had daarentegen moeten zeggen dat hij deze kleding niet wil dragen en zo zijn eigen mening moeten geven:

Frank (M.19): Je zag het aan die meisjes, die Katja Schuurman en Bridget, volgens mij. Ze zeiden allemaal dingen: 'trek dit aan', 'trek dat aan'. Hij zegt: 'ja'. Op alles. (lacht) Wat is dat nou? Hij heeft niet eens een mening, [en kan geen] nee zeggen. 'Dat vind ik niet mooi', 'dat vind ik...'

Masud (M.20): Misschien vond hij het wel mooi?

Frank: Helemaal niet. Ik zag gewoon aan zijn kop dat hij...

Masud: Ik vond het mooi wat hij aanhad.

Frank: Vond jij het wel mooi?

Masud: Ik vond het wel mooi.

Frank: Ja, maar het past niet bij hem, met zijn dikke buik.

Focusgroep, MBO (I5: 495)

De respondenten stellen dus dat politici niet te veel naar anderen moeten luisteren en vooral hun eigen visie moeten ontwikkelen en verwoorden. Een voorbeeld van een politicus die dit niet doet is volgens de jongeren Haitske van der Linde, de voormalige lijsttrekker van Leefbaar Nederland. De respondenten zeggen naar aanleiding van het fragment uit de *TV-Show* dat ze niet duidelijk is en dubbelzinnige antwoorden geeft. Van der Linde zegt te willen weten hoe burgers over politieke onderwerpen denken en goed naar hen te willen luisteren. De onderzochte jongeren zeggen als reactie daarop dat ze kennelijk geen eigen ideeën heeft en een gebrek aan ruggengraat toont. Ze zou juist een eigen opinie moeten hebben:

Masud (M.20): Ik weet dat ik nooit op haar zal stemmen.

Interviewer: Waarom zal je nooit op haar stemmen?

Masud: Ze bevalt me gewoon niet.

Interviewer: Ze bevalt je gewoon niet.

Masud: Nee.

Interviewer: Zou jij op haar kunnen stemmen?

Frank (M.19): Nee.

Interviewer: Waarom niet?

Frank: Ik deel die mening met Masud. Ze is voor de meerderheid. Dus zij heeft een standpunt wat de meeste mensen vinden, en die deelt ze met de bevolking, (...) dat vertrouw ik niet.

Focusgroep, MBO (15: 1096)

Ook politieke adviseurs en voorlichters zouden politici ervan weerhouden hun eigen mening en persoonlijke stijl te ontwikkelen. Ze proberen politici te veranderen, maar die laatsten moeten zich juist niet laten modelleren door marketingmensen, maar zelf met hun eigen ideeën komen. Politici worden door de invloed van adviseurs jaknikkers die over zich heen laten lopen:

Valentijn (M.18): Als iedereen een beetje zijn mening geeft, kan zeggen waar het op staat, gewoon recht voor zijn raap, [dan kun] je met concretere dingen komen. Tuurlijk kun je het niet [altijd] met elkaar eens zijn. Het zijn allemaal van die jaknikkertjes die er niet tot hiér maar tot hiér in zitten bij elkaar.

Interviewer: Wat bedoel je met jaknikkertjes?

Valentijn: Ja gewoon, dat als de een 'ja' zegt, de anderen er als slaafjes achteraan lopen [en] ook 'ja' zeggen. Ik bedoel, als de een 'nee' zegt, dan zegt de rest ook 'nee'. Als ze nou allemaal gewoon eerlijk zijn en eerlijk zeggen wat ze denken? Ja, tuurlijk zou het misschien wel wat chaotischer zijn, maar ik denk dat je dan wel wat verder komt, dan dat je allemaal 'ja' of 'nee' roept. Kijk, ze komen niet echt uit voor hun mening, en dat was misschien [anders] met Pim Fortuyn, die

gewoon zei: ‘nou ik vind dit kut’. En de mensen zeiden: ‘ja, daar ben ik het eigenlijk ook wel mee eens’.

Focusgroep, diverse opleidingen (C10: 1001)

Politici moeten zich volgens de respondenten bovendien niets aantrekken van de mening van andere partijen. Ze moeten niet steeds compromissen sluiten, maar handelen naar hun eigen principes en zo duidelijk maken waar ze echt voor staan. Een jongen beweert dat coalitiepartijen vaak met het kabinet meestemmen, ongeacht of ze het ermee eens zijn. Politici moeten niet zo gemakkelijk worden omgepraat:

Wendy (V.17): Nu zijn net de verkiezingen in Voorburg geweest, over Voorburg-Leidschendam. (...) Mijn moeder zit in de PvdA dus [ik] ging haar helpen met ballonnetjes blazen (lacht). (...) Maar de PvdA vind ik zo gezapig, het is allemaal zo van: ‘kijk eens wat we allemaal hebben bereikt’, en: ‘leuk’, en: ‘alles een beetje goed houden’, en: ‘lekker compromis sluiten’, en ergens ben ik ook wel voor compromis sluiten, maar voorlopig wil ik nog dat er gepusht wordt en doorgeduwd wordt en dat [er] nog meer geëtterd wordt, zodat er wat meer dingen opgelost zullen worden.

Interview, VWO (D2: 488)

Ten slotte moeten politici niet alleen hun meningen zelf bepalen en consequent uitdragen, ze moeten er ook naar handelen. Als ze tegen porno zijn, mogen ze dit niet in huis hebben. En als ze opkomen voor arbeiders, moeten ze hun eigen werknemers respectvol behandelen:

Wendy (V.17): Mijn moeder zat in zo'n partij. (...) Dat was een onwijs socialistische partij: ‘ja, arbeiders meer rechten blablabla’. En dan op een gegeven moment lieten ze alle kopjes [en] alle frutsels op tafel liggen: ‘ja, morgen komt toch de schoonmaakster wel’. Dat is toch achterlijk, dan zit je te strijden...

Interview, VWO (D2: 866)

Zowel inactieve als actieve jongeren laten uitgebreid weten hoeveel waarde ze hechten aan de authenticiteit van politici. Actieve jongeren lijken daarbij rekening te houden met de partijen waar die politici deel van uitmaken. De onder-vraagde Jonge Socialisten noemen bijvoorbeeld een optreden van Wouter Bos bij TMF oprecht, omdat hij een statement zou maken voor Warchild:³

Interviewer: Wat vind jij ervan, dat [Wouter Bos] naar TMF gaat?

Pablo (M.23): Nou, ik vind het wel goed. (...) Je zou het kunnen zien als een soort campagnestunt. Wouter Bos wil ook bij jonger publiek goed in de markt vallen. Maar ik denk dat zijn beweegredenen toch wel heel oprecht zijn. Daar geloof ik wel in. Zeker in het kader van Warchild. Maar goed, het is ook TMF.

Het zijn allemaal jonge mensen. Ik denk dat het hem zelf ook aanspreekt. Maar los dus daarvan: ik denk dat hij het ook oprecht wel meent, dat hij daar oprecht ook wel belangstelling voor heeft.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden Jonge Socialisten (C13: 893)

De geïnterviewde Jonge Socialisten stellen tevens dat Wouter Bos oprecht in gesprek gaat met burgers over de koers van de PvdA na de verkiezingsnederlaag van 2002. Bos zou écht op zoek zijn naar kritiek en belangstelling hebben voor wat de burger denkt. Hij vertelt eerlijk dat zaken niet goed gaan en dat ook hij niet alle wijsheid in pacht heeft⁴. Ook CDJA-jongeren stellen dat hun leider authentiek is:

Loek (M.29): Het is een stukje uitstraling, maar er is meer. [Jan Peter Balkenende] is ook goed, en met goed bedoel ik: hij kent zijn dossiers. Het is iemand die kennis van zaken heeft en dat stukje presentatie doet het [hem] gewoon. Het is iemand die oprecht overkomt. Ik heb hem horen spreken in het congrescentrum in Amstelveen en hij... ja hoe moet ik dat zeggen... hij weet net die anekdotes zó neer te leggen dat hij zijn verhaal houdt, dus ook aan het woord is, maar niet als dominant ervaren wordt. Er zijn maar weinig mensen die dat kunnen, heb ik wel gemerkt. (...) Ik vind hem communicatief sterk, maar hij is ook inhoudelijk sterk. Hij kent zijn dossiers. Hij weet waar [hij] het over heeft. Hij weet goed de nuance te zoeken, een handig iemand. Ik denk dat hij onderschat is.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (C12: 608)

Deze actieve jongeren combineren de kwestie van authenticiteit met de vraag of een politieke leider goed bij zijn partij past:

Carlo (M.19): Bij Jaap de Hoop Scheffer⁵ was het leuk om ernaar te luisteren, maar je had altijd het idee dat het een beetje strijdig was met het CDA. (...) Balkenende heeft echt de spruitjeslucht van het CDA en iedereen heeft ook daar, zeker tijdens de eerste verkiezingen, heel veel vertrouwen in.

Paulien (V.23): Maar heel veel mensen zeggen dat omgekeerd. Dus dat De Hoop Scheffer een spruitjeslucht had en dat het sindsdien zo goed gaat.

Carlo: Nee, De Hoop Scheffer [had] een spruitjeslucht, volgens mij. Maar Balkenende was nog drie keer zo erg. En dat is het beeld wat mensen van het CDA hadden: het CDA is weer betrouwbaar, het CDA is terug en ik denk dat op die manier... Ze zien Balkenende echt als CDA. Dat was met Jaap de Hoop Scheffer, hoe aardige man het ook is, weer wat anders.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (I12: 668)

Uit het bovenstaande blijkt dat politici die zichzelf zijn, erg worden gewaardeerd door de geïnterviewde jongeren. Het is echter onmogelijk objectief vast

te stellen wanneer een politicus zijn eigen mening geeft of zich authentiek gedraagt. Dit is een subjectief gevoel, dat dan ook leidt tot uiteenlopende interpretaties. De eisen zijn nooit absoluut en de jongeren passen deze verschillend toe op verschillende politici. Dit lijkt vooral afhankelijk te zijn van de mate waarin zij deze politici waarderen.

Lachen om politici

In de voorgaande paragrafen werd duidelijk dat politici die populaire cultuur gebruiken als politiek podium op veel kritiek kunnen rekenen. Tegelijkertijd blijkt dit voor de respondenten een bron van humor: het is grappig als politici vreemde acties ondernemen of rare uitspraken doen. Een in de zee duikende Mat Herben en politici die bij een optreden van de band Kane dansen, werken op hun lachspieren. Sommige inactieve respondenten gebruiken dergelijke optredens om grappen te maken; zo stelt iemand voor om Mat Herben skateklers te laten aantrekken en een ander suggereert dat hij zijn haar pimpelpaars moet verven. Dergelijke suggesties zijn bedoeld om de gesprekspartners in de focusgroepen aan het lachen te maken, maar hebben ook een serieuze kant: politici die openstaan voor gekke dingen worden als menselijker ervaren:

Jacco (M.14): [Balkenende moet] iets extreems gaan doen, bungeejumpen of zo. Een rare actie maken zoals Jackass⁶, in een string rond gaan lopen door Amsterdam.

Interviewer: Balkenende?

Jacco: Ja bijvoorbeeld. Muziekje erbij en alles.

Interviewer: Wat zou je daarvan vinden, als je Balkenende in een string over het Damrak zag lopen?

Jacco: Dat zou ik best wel grappig vinden.

Margot (V.15): Ik zou in een deuk liggen.

Jacco: Normaal zie je hem in normale programma's. [Daar] zie je hem net in pak met dure schoenen en alles. Dán zie je hem in een setje Nikes met alleen een string aan en een strikje om. Nou, dat lijkt me wel grappig.

Interviewer: Jij ook?

Margot: Ik zou wel lachen.

Jacco: Het is toch weer heel iets anders.

Focusgroep, VMBO (I3: 783)

De ondervraagde inactieve jongeren zeggen tevens te moeten lachen om de vreemde uitspraken van politici. Ze beweren dat politici regelmatig gekke dingen zeggen. Een meisje moest lachen om uitspraken van Femke Halsema, al kan ze zich niet meer voor de geest halen wat Halsema precies heeft gezegd. Anderen noemen Pim Fortuyn en beweren dat hij zijn populariteit gedeeltelijk te danken had aan zijn ongebruikelijke opmerkingen. Zo zei hij ooit tegen een

lastige journaliste dat ze naar huis moest gaan om te koken⁷. Deze respondenten kunnen bovendien om politici lachen die grappen maken die niemand begrijpt:

Interviewer: Is er geen enkele politicus met humor?

Margot (V.15): Ja, ze zullen het wel hebben, maar ze zeggen dat niet daar in een debat.

Dave (M.14): Dan denken ze dat het heel grappig is en dan slaat het echt helemaal nergens op. (...)

Interviewer: Kun je daar een voorbeeld van geven?

Dave: Nou, die Balkenende [maakt] soms een grap en dan ligt hij helemaal in een scheur, dan kun je hem opvangen. En dan denk je: 'wat een eikel'.

Focusgroep, VMBO (I3: 435)

Verschillende inactieve respondenten vertellen dat ze politiek ook grappig vinden als politici ruzie maken. Discussies of inhoudelijke meningsverschillen tussen politici worden hierbij opgevat als ruzie. Ze noemen het grappig als politici tegen elkaar schreeuwen, opgefokt raken, door elkaar heen praten en boos op elkaar worden. Ze omschrijven dit als stennis, ophef en strijd. Het is leuk als een politicus na een ruzie is 'uitgeluld':

Theo (M.16): Ik vind die debatten altijd wel grappig om te zien.

Carlijn (V.15): Ja, dat vind ik ook, dat kijk ik wel eens mee met mijn ouders.

Interviewer: Wat is daar grappig aan?

Theo: Nou, dan weet je tenminste waar het over gaat en wat de plannen zijn en er komt ook nog wel eens een meningsverschil.

Jorrick (M.15): Dat wel.

Interviewer: Waarom is het dan leuker, als er een meningsverschil is?

Theo: Nou, dan gebeurt er tenminste nog wat.

Carlijn: Ja.

Theo: Als ze tegen elkaar gaan schreeuwen.

Jorrick: Ja, dan worden ze een beetje opgefokt.

Focusgroep, VMBO (C3: 655)

Uit deze voorbeelden blijkt dat diverse inactieve jongeren politici tot onderwerp van spot maken: politici zouden raar gedrag vertonen, ruzie maken of gekke uitspraken doen. Actieve respondenten zeggen eerder dat dergelijke politici tegen zichzelf in bescherming moeten worden genomen, zoals oud-LPF-Kamerlid Winny de Jong, die een eigen partij oprichtte en beweerde de verkiezingen te winnen door pikant in het tijdschrift *Panorama* te poseren:⁸

Carlo (M.19): Wat ik erg jammer vind bij Winny de Jong, is dat niemand haar [heeft] tegengehouden binnen haar eigen familie, dat ze daar niet geschikt voor is. Als je gaat verklaren dat je op één dag twintig zetels heb verdiend, dan ben je niet helemaal reëel.

Interviewer: Wat heeft ze dan daarover gezegd?

Carlo: Nou, ze is in zat programma's geweest van: 'ja, vandaag heb ik weer twintig zetels verdiend en hoe gaat het in het totaal? Ja, minimaal veertig'.

Paulien (V.23): En wat heeft de familie daarmee te maken?

Carlo: Dat is haar achtergrond. Haar familie of vriendenkring had haar moeten tegengehouden, dat ze daar niet geschrikt voor was. Want ze heeft zichzelf wel erg te kijk gezet. Het is min of meer een beetje mensonterend geweest, vind ik.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (I12: 902)

De actieve respondenten zeggen dat dergelijke voorvallen en incidenten duiden op een achteruitgang van de politieke cultuur. Een jongen merkt op dat veel mensen het leuk vonden toen Pim Fortuyn tijdens de verkiezingscampagne van 2002 Ad Melkert 'afzeek', maar zegt dat zelf onfatsoenlijk te hebben gevonden. Actieve jongeren komen die achteruitgang ook in discussies bij hun politieke jongerenafdeling tegen:

Carlo (M.19): Ik ben geweest bij een politieke discussie in het Gespuis [een zaal waar discussies worden gehouden]. Daar [zei ik dat] als de financiën er niet zijn... dan kan je niet meer uitgeven [dan] wat [de] portemonnee in zich heeft. Vervolgens werd ik aan de volledig linkse kant uitgemaakt voor schoft. Dat vind ik niet netjes.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (I12: 257)

Inactieve jongeren beweren dat popularisering humor in de politiek brengt. Politici worden onderwerp van spot. Inactieve jongeren zeggen hen uit te lachen als ze zichzelf belachelijk maken, domme dingen zeggen, rare acties uithalen of ruzie maken. Actieve jongeren zijn hier niet blij mee, omdat ze het beschouwen als een achteruitgang van de politieke cultuur.

Artiesten

De uitspraken van jongeren laten zien dat het voor politici niet gemakkelijk is zich een minder saai imago aan te meten. Als ze zichzelf presenteren in een minder saai setting, noemen jongeren hen immers al snel 'nep' of 'gemaakt'. Dit leidt tot de vraag of andere actoren dan politici, zoals artiesten, beter in staat zijn jongeren op een minder saai manier met politiek in aanraking te brengen. In de interviews en focusgroepen werden verschillende voorbeelden getoond van artiesten die uitspraken doen over politiek of over specifieke politieke thema's,

die deelnemen aan politieke activiteiten als demonstraties en boycotacties, of meedoen aan campagnes om de opkomst bij verkiezingen te verhogen. Zo spraken de jongeren over de videoclip van George Michael over de oorlog tegen het terrorisme, over de rap van Raymzter over de discriminatie van Marokkanen, over de inzet van U2 voor het reduceren van de schuldenlast van Afrika, en over acties van diverse artiesten die de slachtoffers van 11 september 2001 eren. Ook in deze gevallen blijken de respondenten allereerst de authenticiteit van de artiesten te beoordelen. Nadat hieronder de motieven die jongeren aan artiesten toeschrijven zijn besproken, staat de vraag centraal hoe artiesten volgens deze respondenten aan de eis van authenticiteit kunnen voldoen.

Motieven

De respondenten beweren dikwijls dat artiesten uit commerciële overwegingen hun mening uiten over een politiek thema. Het gaat niet om aandacht voor het betreffende onderwerp, maar om aandacht voor zichzelf. De jongeren wijzen in dit verband op het belang van kijkcijfers, platenverkoop, een goed imago, een goede manager en de juiste marketing. Artiesten zijn volgens hen altijd op zoek naar fans die hun concerten willen bezoeken en hun platen willen kopen. Uitspraken die artiesten in het openbaar doen, zouden dan ook vooral worden gemotiveerd door het streven een groot publiek aan zich te binden, veel publiciteit te genereren en geld te verdienen. Zo zegt Gerard over artiesten die geld inzamelen voor de nabestaanden van de aanslagen van 11 september 2001:

Gerard (M.17): Dat is meer uit eigen (...) belang dan voor die mensen, denk ik. (...) Het is gewoon zo van: die mensen storten allemaal samen geld en dat komt ook zo in de krant te staan met enorme koppen, zodat iedereen weet: 'oh, Mariah Carey heeft een miljoen dollar gestort' en dan weten die anderen ook van: 'oh, dan moet ik het nou ook gaan doen'. Al die rijke mensen gaan nog storten en hebben dan toch zoiets: 'oh, Mariah Carey zal wel een goed mens zijn en haar album is ook wel leuk'. Dan koop ik dat eerder dan als Mariah Carey zegt: 'ik geef je geen stuiver, want die mensen die zijn doodgegaan aan iets stom's'. Dan verkoopt haar album ook minder.

Interview, MBO (D16: 295)

De geïnterviewde jongeren zeggen daarnaast dat artiesten zichzelf moeten zijn. Ze moeten hun eigen mening geven, geen uitspraken doen waar ze niet achter staan en eerlijk zijn over hun gevoelens en intenties. Artiesten kunnen zo het publiek laten nadenken over onderwerpen waar tot op dat moment geen aandacht voor was:

Inouchka (V.16): Ik denk dat [George Michael] echt gewoon zijn eigen mening wil laten blijken.

Interviewer: Waarom vindt hij dat belangrijk, om dat te laten weten? (...)

Inouchka: Nou, dat andere mensen er ook over na gaan denken of dat niet echt zo is. Je hebt gewoon mensen, die denken er gewoon niet over na waar ze mee bezig zijn, die richten zich niet echt op wat de politiek van het land doet, die leven gewoon een beetje en misschien dat hij daardoor een beetje de aandacht daarop...

Focusgroep, VWO (P1: 713)

Commerciële belangen en authenticiteit blijken op gespannen voet met elkaar te staan. Artiesten die een politiek onderwerp aansnijden worden door veel respondenten 'nep' genoemd. Het gaat hen om publiciteit en populariteit en niet werkelijk om het onderwerp zelf. Ze doen vooral dingen die bij hun publiek in goede smaak vallen. Ze haken aan bij onderwerpen die al bekend zijn en doen daar populaire uitspraken over. Zo werd het concert *A Tribute to Heroes* gehouden naar aanleiding van de aanslagen van 11 september 2001 om geld op te halen voor de slachtoffers en de oorlog tegen terrorisme te steunen. De respondenten noemen dit concert een uitgelezen mogelijkheid voor artiesten om hun gezicht te laten zien. Artiesten zouden er aan meedoen omdat ze er commerciële mogelijkheden in zien. Het concert wordt daarmee 'valse tranentrekkerij', wordt te 'overdone' gebracht en is niet oprecht:

Interviewer: Wat vind je ervan dat popartiesten zich inzetten voor slachtoffers in Amerika?

René (M.16): Ja, ik weet niet. (...) Ik denk dat het een heel stuk voor zichzelf is. Je wordt natuurlijk onwijs bekend en een heleboel mensen denken van: 'goh, wat goed van ze'. Maar als er dan zo'n speech wordt gehouden, wat ik net las door Mariah Carey, ik vraag me af of ze die dingen zelf schrijft. Dus ik vind het allemaal een beetje kielekiele. Ik denk niet dat het echt uit de mensen zelf komt. (...) Ik denk dat dat gemaakt is. Ik denk echt dat ze de speech niet zelf schrijven en dat ze dat een uur van tevoren leuk oefenen en dat ze het daarna... Het is heel gemaakt. Ze zeggen niet wat ze zelf... Tenminste, tuurlijk vinden ze het allemaal heel erg, maar ze zeggen niets.

Interview, HAVO (D10: 1133)

De scheidslijn tussen 'echt' en 'nep' is echter klein. Sommige jongeren zeggen dan ook dat artiesten verschillende motieven hebben om hun politieke standpunten te uiten:

Interviewer: Waarom heeft [George Michael] eigenlijk dit nummer gemaakt?

Jurre (M.14): Geld.

Interviewer: Ja, heeft dit met geld te maken?

Taco (M.15): Nee, ik denk het niet, want hij heeft al best wel veel geld. Hij is al stinkend rijk. (...)

Eelco (M.15): Ook geld. Ik bedoel, stel je hebt honderd euro en je kon nog een keer honderd euro erbij verdienen. Oké goed, je hebt drie miljoen en je kan nog een keer drie miljoen erbij verdienen, zou je dat niet doen?

Taco: Ik zou het wel doen, maar ik weet niet of dat ook een reden is, want hij heeft al vet veel geld.

Interviewer: Maar jij denkt van niet? (...)

Eelco: Ik denk ook hoofdzakelijk geld.

Interviewer: Jij denkt dat hij nog niet genoeg heeft?

Eelco: Ja, hij heeft wel genoeg, maar hij kan nog meer [gebruiken].

Focusgroep, VWO (P6: 1033)

En ook Raymzter kan zijn geloofwaardigheid gebruiken om bekender te worden en door te breken:

Interviewer: Waarom heeft hij dit nummer geschreven, Elvira?

Elvira (V.14): Ik denk uit eigen ervaring. Maar ik denk ook wel dat hij het een beetje... dan heb ik het gevoel dat hij [het] een beetje gebruikt om door te breken, gewoon een liedje maken [waarover] heel veel wordt gepraat. Dan heb je het gewoon gebruikt en dan praat iedereen over je. [Dat gevoel] heb ik wel een beetje bij zo'n liedje.

Focusgroep, VWO (P7: 555)

De respondenten beweren dat artiesten – net als politici – vooral uit zijn op hun eigen belang. Als artiesten zich om commerciële redenen met politiek bezighouden, zijn zij niet zichzelf. Er bestaat echter veel discussie over welke artiesten zichzelf zijn en welke niet.

Eigen mening

De geïnterviewde jongeren suggereren dat artiesten authentiek zijn als zij hun eigen mening geven. Dit roept de vraag op hoe artiesten aan jongeren kunnen laten zien dat ze daadwerkelijk hun eigen mening verwoorden en dat hun motieven zuiver zijn. Het antwoord is dat artiesten moeten laten zien dat ze sterke meningen hebben en dat ze hiervoor staan. Ze kunnen dit doen door te zingen over hun eigen leven, door een consequent imago op te bouwen of door tegen de publieke opinie in te gaan:

Isitan (V.23): [George Michael] staat vaak helemaal achter zijn statements en achter zijn clips en als hij het zou moeten verwoorden, zouden er gewoon geen woorden voor zijn. In ieder geval: hij is gewoon echt en als hij iets overbrengt, dan doet hij het ook gewoon. Hij is gewoon echt een persoon en dat vind ik heel belangrijk. Je mag als artiest wel iets willen en denken. Als je woorden heel krachtig zijn of alleen je clip, dat zie je bij hem heel erg, zijn echtheid en dat vind ik heel belangrijk, dat als je een statement hebt of je staat ergens voor, dat je dat echt ook in je hebt.

Toine (M.24): Dat zie je toch ook: bijvoorbeeld Madonna had toch ook recent zo'n clip gemaakt. Die heeft ze dan weer teruggetrokken en dat vind ik gewoon laf. Dan zoek je wel de publiciteit ermee op en dan als puntje bij paaltje komt, dan trek je het in.⁹

Focusgroep, diverse opleidingen (P10: 915)

Als artiesten politieke thema's aan de orde stellen moeten die in verband staan met hun persoonlijke leven, zeggen de respondenten. Dit zou erop wijzen dat de teksten doorleefd zijn. Een artiest staat dan voor datgene wat hij zingt en kan zijn mening niet van het ene op het andere moment veranderen. De jongeren zeggen bijvoorbeeld dat Raymzter een authentieke artiest is die over zijn eigen ervaringen rapt, omdat hij als Marokkaan directe ervaringen zou hebben opgedaan als slachtoffer van discriminatie. Rappers hebben in dit verband het voordeel dat ze regelmatig over hun eigen leven rappen. De Amerikaanse rapper Eminem rapt bijvoorbeeld over de problemen in zijn jeugd en de in 1996 vermoorde rapper 2Pac heeft het over de getto's waar hij zelf woonde:

Interviewer: Waarom denk je dat [Raymzter] dat belangrijk vindt om aan de orde te stellen?

Mathilde (V.20): Misschien dat hij veel Marokkaanse...

Kamar (V.17): Omdat hij zelf Marokkaan is.

Fatah (V.19): Ja.

Kamar: Omdat hij er zelf mee te maken heeft.

Fatah: Inderdaad. Hij wordt elke keer daarmee, ja elke dag wordt hij...

Kamar: Ermee geconfronteerd.

Fatah: Geconfronteerd ja, inderdaad.

Focusgroep, MBO (P5: 582)

Authenticiteit blijkt ook uit een consequent imago, bijvoorbeeld als een artiest zich meerdere malen met politieke issues heeft beziggehouden of lef heeft getoond. George Michael zou vaker met politiek bezig zijn en zich daarom geroepen voelen om de oorlog tegen het terrorisme onder de aandacht te brengen. Een ander zegt dat George Michael veel durft te zeggen. Hij provokeerde toen hij was gearresteerd voor onzedelijk gedrag in een herentoilet¹⁰ en nu pro-

voceert hij door de Irak-oorlog aan de orde te stellen. Ook Bono van U2 zet zich geregeld in voor goede doelen:

Raymond (M.22): Bono (...) brengt [de] Verenigde Naties en Unicef onder de aandacht in de wereld.

Interviewer: Hoe doet hij dat dan?

Raymond: Bono doet dat in mijn ogen door er veel publiciteit aan te geven, veel de wereld in te trekken en vooral veel zijn gezicht te laten zien van: 'kijk, ik ben hier ambassadeur van Unicef en ik vind dat ze goed werk doen, dus luister eens naar die mensen en kijk of je ze kan ondersteunen'. Volgens mij doet Bono dat. Ja, dat vind ik goed, dat hij dat doet.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden Jonge Socialisten (P13: 1148)

De respondenten zeggen dat artiesten zichzelf zijn als ze tegen de publieke opinie ingaan en openlijk een omstreden mening uiten. Ze verdenken artiesten er echter dikwijls van dat ze alleen politieke uitspraken doen als ze er populair mee worden. Uitspraken die *niet* goed vallen bij het publiek laten ze achterwege, omdat deze hun populariteit aantasten en geen commercieel doel dienen. Als artiesten daarentegen zichzelf zijn, staan ze voor hun boodschap en zijn ze niet geïnteresseerd in het effect op hun populariteit. Een voorbeeld zijn de artiesten die in Amerika compassie durven tonen met de slachtoffers die de oorlog tegen terreur in het buitenland heeft gemaakt:

Patrick (M.21): Waarom gaan ze geen benefietconcert voor de slachtoffers in Afghanistan organiseren? Want hoeveel onschuldige duizenden slachtoffers zijn daar niet gevallen die totaal niets met terrorisme van doen hadden? Kinderen... Net zo triest als [in] Amerika, waar ook vaders en moeders overleden zijn zonder enige noodzaak. In Afghanistan [is dit] precies hetzelfde. (...) Daar wordt geen benefietconcert voor georganiseerd, want dat is te ver van mijn bed, dat zijn maar Afghanen en die behoren tot het kwaad. Ik vind het heel goedkoop.

Interview, WO, actief bij de SP (D7: 1197)

De respondenten beweren tegelijkertijd dat impopulaire meningen niet altijd contraproductief hoeven te zijn. Ook hier kunnen commerciële overwegingen een belangrijke rol spelen. Sommige artiesten zouden deze standpunten juist verkondigen met het doel in de publiciteit te komen. Zo vertolkt George Michael met zijn kritiek op premier Blair geen meerderheidsstandpunt, maar wordt hij hier toch beter van, omdat hij lange tijd geen hits heeft gehad:

Danique (V.17): [George Michael] heeft al heel lang geen hit meer gehad, dan word je op een gegeven moment toch wanhopig. (lacht)

Interviewer: En nu doet hij dit omdat hij wanhopig is, denk jij?

Danique: Nou, dat weet ik ook niet. (...) Je moet toch wat doen en dan maak je een parodie op iets wat nu speelt en dan hoop je dat mensen het leuk vinden. (...)

Interviewer: En Timon, denk jij dat ook, dat hij dat alleen maar doet omdat hij geen hits heeft de laatste tijd?

Timon (M.16): Nou, die clip is inderdaad wel om aandacht te trekken, denk ik. Maar een clip maak je sowieso om zo veel mogelijk kijkcijfers mee te halen. Die clip wordt uiteindelijk niet verkocht, dus de muziek maak je misschien echt uit een of andere overtuiging over hoe muziek zou moeten zijn. Dan verzin je er gewoon een clip bij die (...) gewoon zo neutraal mogelijk is, of juist echt heel erg shockerend is, waardoor die ook op een halfnegatieve manier in de media komt. Anders probeer je gewoon een oppervlakkige clip te maken die gewoon iedereen aanspreekt. Omdat mensen ertegen zijn, krijg je ook wel veel aandacht.

Focusgroep, VWO (Pr: 666)

Ook Raymzter zou om deze reden discriminatie van Marokkanen aan de orde kunnen stellen. Hij zou een provocerend nummer nodig hebben om bekender te worden. Raymzter buit de uitspraken van politicus Rob Oudkerk over 'Kutmarokkanen', die breed uitgemeten in het nieuws kwamen, uit:

Alicia (V.21): Ik vind dat hij het ziet als een commercieel moment. Er worden al jaren nummers geschreven omdat bepaalde allochtone groeperingen worden benadeeld of hoe je het ook wil noemen. Om maar wat te noemen: negers doen het ook. Ik bedoel: ze nemen een bepaald moment om het te lanceren. Ik heb zo iets van: die [Rob Oudkerk] maakt die opmerking 'kutmarokkanen' en dan gelijk: 'oh nou, dit is wel een goed nummer en dat moet ik dan nu uitbrengen, want het slaat op het moment'. Dan heb ik zo iets van: het is niet meer dan een commerciële stunt. Zo van: 'dan verkoopt het wel'.

Focusgroep, MBO (P4: 260)

Net als bij de politici beschouwen jongeren ook bij de artiesten authenticiteit als een groot goed. Er bestaan echter veel meningsverschillen over welke artiesten nu wel of niet hun eigen mening uiten, omdat dit voor jongeren nauwelijks is vast te stellen. Hun oordeel over de authenticiteit van artiesten is daarmee vooral een gevoel en lijkt vooral verbonden met hun waardering voor die specifieke artiesten in het algemeen.

Conclusie

In het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat jongeren gepopulariseerde politiek in algemene termen afkeuren. Dit doet de vraag rijzen of er wellicht voorbeelden bestaan van gepopulariseerde politiek die zich aan deze kritiek onttrekken. Authenticiteit blijkt in dit verband een belangrijke rol te spelen. Inactieve en actieve jongeren gebruiken dit als criterium om politici die in populaire cultuurgenres optreden en artiesten die zich met politiek bezighouden te beoordelen. Dit begrip heeft vooral in onderzoek naar popmuziek veel aandacht gekregen (e.g. Wermuth, 2002). Goede muziek zou authentiek zijn (een expressie van een persoon, idee, gevoel, gedeelde ervaring of tijdsgeest) en slechte muziek niet (een expressie van commerciële intenties). Authenticiteit betekent dat artiesten commerciële verleidingen weerstaan en hun eigen, creatieve, oorspronkelijke bijdrage leveren aan de muziek (Frith, 1987). Authenticiteit kan beschreven worden met woorden als anti-commercieel, oorspronkelijk, vernieuwend, autonoom en echt, waar gebrek aan authenticiteit samenhangt met woorden als kunstmatig, nep, imitatie en commercieel (e.g. Tetzlaff, 1994). Wermuth (2002) wijst erop dat authenticiteit geen vaste betekenis heeft, maar dat deze per context verschilt. Authenticiteit kan niet worden opgevat als een intrinsieke eigenschap van een persoon, maar is een evaluatie of een gevoel, dat slecht uit te leggen of te beargumenteren is.

Actieve en inactieve jongeren gebruiken het begrip authenticiteit grotendeels op dezelfde manier. De authenticiteit van politici en artiesten is volgens hen vooral afhankelijk van hun intenties. Deze zijn echter niet observeerbaar en daarom onderhevig aan discussie. Jongeren benadrukken het feit dat politici en artiesten vooral gedreven worden door eigenbelang, namelijk het winnen van verkiezingen, het krijgen van een mooie baan of het verkopen van veel albums. De kans is dan ook groot dat de respondenten beweren dat politici en artiesten niet zichzelf zijn. Deze negatieve tendens kleurt de beoordeling van afzonderlijke voorbeelden van popularisering. De onderbouwing van deze oordelen is divers en onderling tegenstrijdig. Zo leidt popularisering ertoe dat jongeren zien dat politici 'gewone mensen zijn met een potentieel gevoel voor humor en gek gedrag'. Anderzijds is de grens tussen 'gewoon zijn' en aanstellerij snel overschreden. Politici zouden alleen in populaire cultuur voorkomen, omdat er binnenkort verkiezingen zijn en ze gekozen willen worden. Politici kunnen proberen authentiek over te komen door vast te houden aan hun eigen standpunten en zich niet te laten beïnvloeden door andere partijen, burgers of adviseurs. Het is echter onvoorspelbaar of dit tot positieve resultaten leidt. Ook bij artiesten die zich met politiek bezighouden kunnen jongeren zowel tot de conclusie komen dat deze artiest zichzelf was, als dat hij uit was op meer bekendheid. Als artiesten hun intenties uitspreken, geloven de respondenten

hen niet altijd. Artiesten krijgen tevens het verwijt dat ze zich een onecht imago proberen aan te meten. Het wordt meer gewaardeerd als ze consequent proberen hun standpunten uit te dragen en zich hierbij te baseren op hun eigen ervaringen. Dit vergroot de kans dat ze dan wel oprecht overkomen, al is die verre van gegarandeerd.

Inactieve en actieve jongeren gebruiken het argument over authenticiteit op dezelfde manier, maar op verschillende gronden. Actieve jongeren zeggen dat politiek belangrijk is en hebben geen aandacht voor de vraag of politiek leuk is. Voor hen is het dan ook eenvoudig om gepopulariseerde politiek af te keuren. Hun uitspraken dat deze politici niet zichzelf zijn, laten wederom zien dat ze popularisering ongewenst vinden. Dit kan worden verbonden met hun eerdere pleidooi voor een inhoudelijke en serieuze politiek die op een traditionele wijze wordt verslagen. Popularisering vinden ze alleen acceptabel bij hun eigen politieke leiders, die ze oprecht noemen bij hun pogingen politiek te populariseren. Andere politici en artiesten worden door deze jongeren unaniem niet oprecht genoemd. Inactieve jongeren maken daarentegen gebruik van twee frames. Zij zeggen net als hun actieve leeftijdsgenoten dat politiek belangrijk is en keuren popularisering in dit kader af. Daarnaast zeggen ze dat politiek saai is. Politici doen een poging aantrekkelijk te zijn voor jongeren en minder saai over te komen; artiesten brengen op hun beurt politiek ter sprake op een manier die dichtbij jongeren ligt. Deze pogingen vallen niet in goede aarde, omdat politiek voor inactieve jongeren diepgeworteld saai is en niet gemakkelijk leuk kan worden gemaakt. Aandacht hiervoor zou ertoe kunnen leiden dat andere jongeren hen vreemd vinden.

Het vorige en het onderhavige hoofdstuk suggereren dat er weinig aanknopingspunten zijn om jongeren via gepopulariseerde politiek politieke signalen te laten ontvangen, positieve oordelen over politiek te laten ontwikkelen of politieke activiteiten te laten uitvoeren. Daarom gaat het in hoofdstuk tien over de vraag of en hoe jongeren naar aanleiding van gepopulariseerde politiek over politieke onderwerpen spreken.

POLITIEKE GESPREKKEN NAAR AANLEIDING VAN POPULAIRE CULTUUR

Katja: In elke uitzending komen jongeren aan het woord. We vragen hoe zij bepaalde problemen zouden oplossen en wat zij belangrijk vinden. En vergis je niet: jongeren hebben absoluut een mening over politieke zaken, als je er maar naar vraagt! (*Break-Out!*, 2002)

De voorgaande hoofdstukken suggereren dat gepopulariseerde politiek een paradoxale rol speelt bij de manier waarop jongeren betekenis geven aan politiek. Politiek en politici zijn saai en dat is een probleem, zeggen de respondenten. Pogingen om politiek leuker of relevanter te maken door popularisering blijken dat probleem echter niet zonder meer op te lossen. De respondenten ontkennen dat gepopulariseerde politiek belangrijk is voor henzelf en zeggen dat vooral anderen hierdoor meer interesse in politiek kunnen krijgen. Hun reacties op specifieke voorbeelden van gepopulariseerde politiek zijn eveneens tegenstrijdig: aan de ene kant zeggen ze dat het goed is om politici als ‘gewone’ mensen te leren kennen, aan de andere kant is de grens tussen ‘gewoon doen’ en aanstellerij snel overschreden. Hoewel deze resultaten suggereren dat het moeilijk is jongeren via gepopulariseerde politiek te bereiken, doen zich ook belangrijke nuances voor. Uit de gesprekken blijkt bijvoorbeeld dat gepopulariseerde politiek jongeren wel degelijk concrete politieke onderwerpen aanbiedt waarover ze van gedachten kunnen wisselen. Dit geldt vooral voor thema’s die sterk in de publieke belangstelling staan. In dit hoofdstuk staan dergelijke gesprekken centraal. Drie prominente thema’s uit de onderzoeksperiode komen aan de orde: de oorlog tegen het terrorisme, asielzoekers en integratie. Ten slotte worden deze discussies vergeleken met die over andere politieke onderwerpen.

De oorlog tegen het terrorisme

De Amerikaanse president Bush riep de oorlog tegen het terrorisme uit na de aanslagen van 11 september 2001 op het World Trade Center in New York en het Amerikaanse ministerie van Defensie in Washington. Bush nam uiteenlopende binnenlandse maatregelen, zoals de oprichting van een ministerie voor Binnenlandse Veiligheid en een verscherpte controle op de Amerikaanse luchthavens. In het najaar van 2001 werd Afghanistan aangevallen, omdat het daar heersende Taliban-regime het terrorisme zou steunen en Osama Bin Laden een schuilplaats zou bieden. Tijdens deze oorlog in oktober en november 2001 werd het Taliban-regime verdreven, maar Osama Bin Laden werd niet gevonden. Een tweede buitenlands doel was Irak, in maart en april 2003. De Iraakse dictator Saddam Hoessein zou in het bezit zijn van massavernietigingswapens en terreurbewegingen steunen. Over deze tweede oorlog bestond veel discussie: diverse landen steunden deze dan ook niet. Nederland gaf alleen politieke en geen militaire steun. Toen de Amerikaanse troepen Irak bezet hadden, bleken er geen massavernietigingswapens te zijn en startte een bloedige periode van Irakees verzet tegen de Amerikaanse overheersing.

De diepte-interviews vonden plaats in de maanden na de aanslagen van 11 september 2001 en tijdens de oorlog in Afghanistan. De interviews besteedden aandacht aan het concert *A Tribute to Heroes*, dat kort na de aanslagen werd gehouden. Bekende popartiesten als U2, Mariah Carey, Bon Jovi, Sting en Alicia Keys uitten hun medeleven met de slachtoffers en sommigen zeiden de oorlog tegen terreur te steunen. In de interviews spreken de respondenten over de vraag hoe oprecht de deelname van deze sterren aan het concert is, en in hoeverre hun uitspraken over de aanslagen en de oorlog gemeend zijn. Hoewel de respondenten vaak twijfels hebben over de oprechtheid van artiesten, zeggen ze eveneens dat het een goede zaak is dat deze zich voor een goed doel inzetten. De geïnterviewden spreken tevens over de aanslagen zelf, de gevolgen hiervan en de oorlog tegen terreur. Ze blijken goed op de hoogte van de maatschappelijke en politieke discussie over deze thema's. Zo zegt Natasja over *A Tribute to Heroes*:

Natasja (V.17): Ik denk dat het prima is om zo'n concert te organiseren voor hulp aan de slachtoffers. (...) Dat is prima, maar ik denk dat het te makkelijk is om te zeggen dat je de Amerikaanse regering steunt bij hun strijd tegen het terrorisme. In Amerika hebben ze bijvoorbeeld als slogan 'fight terrorism, go shopping'. Meer handel, dat lost volgens hun filosofie het terrorismeprobleem op, maar ik denk dat je daarmee volledig voorbij gaat aan de kern van het probleem. Als je ziet dat Bin Laden bijvoorbeeld zijn aanhangers rekruteert onder mensen die arm zijn en dat hij wegen aanlegt en voor ziekenhuizen en voedsel zorgt in landen waar de regering dat niet doet, dan denk ik juist dat je

zo'n probleem moet aanpakken en dat het nogal debiel is om dan Afghanistan te gaan bombarderen. Volgens mij lost dat helemaal niks op. Ik bedoel, oké, de Taliban is nu weg en dat is handig, want die schonden mensenrechten, maar (...) zo'n terroristisch iets, dat is gewoon een gedachte die in mensen hun hoofd zit en die krijg je er niet zomaar uit. Dat los je zeker niet op met alleen maar bombarderen. Dan moet je gewoon fundamenteel iets aan je beleid veranderen en ik denk dat dat hieraan voorbij gaat.

Interview, VWO (D12: 1297)

De focusgroepen begonnen toen de tweede Golfoorlog op het punt stond uit te breken, en eindigden drie maanden nadat de Amerikaanse bezetting van Irak een feit was. In verschillende focusgroepen keken de respondenten naar de clip *Shoot the Dog* van George Michael, waarin hij de Britse samenwerking met Amerika in de oorlog tegen het terrorisme bekritiseert. In deze tekenfilm wordt de Britse premier Tony Blair afgeschilderd als een hondje dat achter Bush aanloopt. De respondenten spreken bij deze case over de vraag waarom George Michael deze clip heeft gemaakt, of hij een goede artiest is en in hoeverre hij zijn echte mening verkondigt. Ook hier staat dus authenticiteit centraal. Zowel actieve als inactieve jongeren gaan met elkaar in gesprek over de vraag of de oorlogen in Afghanistan en Irak gerechtvaardigd zijn en wat de Nederlandse inbreng daarbij zou kunnen of moeten zijn:

Interviewer: Wat was volgens jou het standpunt dat [George Michael hiermee] wilde uitdragen?

Rienke (V.15): Nou, dat Blair alles doet wat Bush zegt, en dat [Blair] zelf niet echt nog wat doet. Dat hij zelf geen leider is, maar dat Bush Engeland bestuurt.

Interviewer: En wat vind jij van die mening?

Rienke: Ja, ik vind wel dat Blair achter Bush aanloopt, maar niet met alles.

Interviewer: Wanneer niet bijvoorbeeld?

Rienke: Nou, hij doet wel mee met dat verdrag van Kyoto en zo, dan doet hij niet wat Bush doet. Met dat verdrag doet hij volgens mij ook mee.

Bram (M.14): Nederland doet ook mee, Nederland loopt ook achter Bush aan. Ze steunen de oorlog en zo vanaf het begin al, alleen politiek, maar Nederland heeft gewoon... Het leger is niet groot genoeg, dus dat is niet interessant voor Amerika.

Bart (M.14): Oh, zeker is het Nederlandse leger interessant voor Amerika!

Interviewer: Ja? Jij denkt van wel. Waarom denk jij van niet?

Bram: Nou, ze hebben alles zelf in huis, ze hebben alles zelf. En Nederland zou dan 250 soldaten leveren, of zo. Dat is niet veel. Dat is gewoon niet genoeg.

Focusgroep, VMBO (P14: 867)

De respondenten spreken zowel in de interviews als in de focusgroepen over de oorlog tegen terreur en de politieke overwegingen die hieraan ten grondslag liggen. Ze bespreken de oorlog als een politiek onderwerp en praten over militaire interventie, motieven van wereldleiders en internationale politieke verhoudingen. Hun uitspraken over dit onderwerp komen overeen met het beeld dat uit de vorige hoofdstukken naar voren kwam. In de interviews beweren ze dikwijls dat de oorlog een belangrijk onderwerp is. Hoewel ze zich er niet in hebben verdiept, hadden ze dat volgens hun eigen normen wel moeten doen:

Tamara (V.24): Ik vind mezelf niet echt goed in staat om [over de oorlog tegen het terrorisme] een oordeel te hebben. Ik ken gewoon de geschiedenis niet goed en wat ik nu heb gezien, dat zijn allemaal extreme situaties die allemaal in het nieuws komen en misschien wel [buiten] proportie worden neergezet... Dus ja... Ik voel me niet heel zeker om iets te zeggen over of het nou wel of niet oorlog... Ik zou liever eerst goed de situatie willen kennen en willen weten wat er gebeurd is en wie wat gezegd heeft.

Interview, WO (D15: 335)

In de interviews staat het belang van politiek voorop, terwijl in de focusgroepen eerder de saaiheid van politiek naar voren komt. De respondenten vertellen dikwijls dat de oorlog een saai onderwerp is, dat ver van hen afstaat en waar ze nooit mee in aanraking komen. Gesprekken over de oorlog duren in de focusgroepen nooit lang en zijn minder uitgebreid dan in de diepte-interviews: de respondenten zeggen er onderling nauwelijks over te spreken.

Melanie (V.16): Ik vind ook wel dat Blair achter Bush aanloopt, dus ik vind het goed dat [George Michael] dat nu ook zo in die tekenfilm [zegt].

Interviewer: En jij?

Carin (V.15): Ja, ik weet eigenlijk niet hoe dat allemaal zo gaat met die Bush en die Blair en zo. [Dat] interesseert me eigenlijk niet zo heel erg... Dus... (lacht)

Interviewer: Waarom interesseert je dat niet?

Carin: Ja, ik weet niet. [Het] trekt me gewoon niet aan. Ik houd me er niet zo mee bezig.

Interviewer: Met die hele oorlog niet of met Bush en Blair niet?

Carin: Ja, dat wel een beetje, maar met Bush en Blair en zo, dat... (stille)

Interviewer: Dat zal allemaal wel?

Carin: Ja. (lacht)

Interviewer: En Dunja? Houd jij je bezig met die oorlog? (...)

Dunja (V.17): Met de oorlog wel, maar niet... zoals zij al zei, met Bush en Blair...

Melanie: Nee, dat boeit niet.

Dunja: Daar houd ik me echt niet mee bezig.

Interviewer: Waarom houd je je niet met Bush en Blair bezig dan? En wel met de oorlog?

Dunja: Oorlog.. Nou dat komt gewoon, oorlog komt elke dag op TV. Elke minuut dat je maar naar het nieuws kijkt, dan [gaat] het echt alleen maar over dat. En dan moet je het wel kijken. Als je een krant openslaat, dan zie je alleen maar van dat soort dingen. Van Bush en Blair, nou... [daar] kijk ik eigenlijk nooit naar, of ik luister er niet naar.

Focusgroep, VMBO (P2: 800)

In de focusgroepen is het voor respondenten zowel moeilijk om te zeggen dat politiek interessant is als om politieke thema's uitgebreid te bespreken. In deze setting tonen jongeren wel interesse in onderwerpen die hun dagelijks leven beïnvloeden. De oorlog heeft op het moment van de focusgroepen geen gevolgen voor de respondenten en is dus saai. Ze beweren dat dit onderwerp interessanter zou zijn als het meer invloed zou hebben op hun eigen leefwereld. Het zou hen bijvoorbeeld meer raken als hun familie in Afghanistan of Irak zou wonen, als er in Nederland aanslagen zouden plaatsvinden of als familieleden in het leger zaten en naar Irak werden gestuurd:

Timon (M.16): Op het moment heb ik er niet zo veel mee te maken. Als ik bijvoorbeeld met de oorlog in Irak... Als het goed is, merk je dat niet echt, in ieder geval niet als... Heel misschien zou er een aanslag komen, maar Nederland is daar denk ik te onbelangrijk voor. Ik weet niet, Nederland loopt wel met Amerika mee, maar is ook niet echt intensief bezig Al Qaeda-terroristen op te pakken, ook al gaan er wel mensen heen.

Inouchka (V.16): Maar we geven wel steun aan Amerika, dus dan moet je wel weten dat Nederland steun geeft aan Amerika, want...

Timon: Ja, dat weet ik, maar ik bedoel: [waar] denk je dat ze eerder iets gaan oplazen, in Engeland en Amerika of Nederland? Toch wel eerst Amerika of Engeland, denk ik.

Focusgroep, VWO (P1: 793)

Slechts enkele respondenten in de focusgroepen doorbreken dit patroon. Zij zijn vaak van allochtone afkomst, noemen de oorlog tegen het terrorisme een belangrijk thema en zeggen dat ze hier vaak met elkaar over spreken. Dit wordt vermoedelijk niet alleen veroorzaakt door hun relatief grote betrokkenheid bij dit thema, maar ook doordat de oorlog op dat moment op het punt stond uit te breken:

Interviewer: Is [de oorlog tegen Irak] ook een onderwerp waar jullie met elkaar wel eens over praten?

Kamar (V.17): Ja, vaak genoeg.

Fatah (V.19): Constant!

Interviewer: Constant?

Fatah: Jaha! Toch wel ja.

Interviewer: Hoe gaat dat dan?

Fatah: Je gaat het er over hebben, dan ga je eerst natuurlijk je eigen standpunt naar voren brengen en [dan] ga je verder. Dan ga je vragen: 'hoe denk jij daarover?' en op een gegeven moment ontstaat gewoon echt een hevige discussie, want ja... aan de andere kant heb je natuurlijk mensen die wel enigszins begrip [tonen] voor de situatie dat Amerika Irak aanvalt.

Focusgroep, MBO, enkele dagen voor het uitbreken van de tweede Golfoorlog (P5: 1052)

De ondervraagde jongeren blijken naar aanleiding van het getoonde materiaal gesprekken te voeren over de oorlog tegen terreur. Zowel uit de interviews als focusgroepen blijkt dat ze goed op de hoogte zijn. De oorlog is volgens hen een politiek onderwerp en ze zeggen geheel in lijn met hun algemene oordelen over politiek dat dit een belangrijk, maar saai onderwerp is. In de interviews laten ze zich voornamelijk van hun positieve kant zien, bespreken ze de oorlog en noemen ze het belangrijk. In de focusgroepen spreken ze er vooral kort over en noemen ze het saai. Hoewel concerten en videoclips voor hen aanleiding kunnen vormen om dit thema te bespreken, verandert dit niets aan het belang en de saaiheid van de oorlog. Dit onderwerp is volgens de respondenten pas interessant als het persoonlijk relevant is, en dat is de oorlog tegen terreur op het moment van het onderzoek nu eenmaal niet. In focusgroepen is het voor jongeren wel geoorloofd om over de *persoonlijke* aspecten van politieke onderwerpen te spreken, maar niet over de *politieke*. Dit is alleen mogelijk voor allochtone respondenten, die zich er meer bij betrokken voelen dan autochtone respondenten. Die laatste groep lijkt bij dit onderwerp alleen geïnteresseerd in hun eigen belang en niet in het algemene belang. Het feit dat deze gesprekken naar aanleiding van popconcerten en videoclips worden gevoerd, verandert deze algemene patronen niet.

Asielzoekers

Het vreemdelingenbeleid stond tijdens de onderzoeksperiode eveneens ter discussie. Een beperking van de immigratie naar Nederland was een belangrijk onderdeel van dit debat. Hoewel het immigratiebeleid ruim voor de onderzoeksperiode aanmerkelijk werd verscherpt, werd in het publieke debat dikwijls gesuggereerd dat de wetgeving nog niet streng genoeg was. Diverse rechtse politici beweerden dat de grenzen moesten sluiten, zoals het vroegere VVD-Kamerlid Geert Wilders, Pim Fortuyn en zijn partij, de LPF. Vooral het succes van Pim Fortuyn suggereerde dat veel Nederlanders het met dit standpunt

eens waren en vonden dat het aantal asielzoekers naar Nederland verder moest worden teruggedrongen.

In de focusgroepen en interviews kwamen twee cases aan de orde die het asielbeleid aan de orde stelden. Zo werd in de diepte-interviews een televisie-interview uit *Lijst Nul* besproken, waarin een asielzoeker aan het woord komt die al jaren wacht op een beslissing van de overheid. Katja Schuurman ondervraagt hem over de asielstandpunten van verschillende politieke partijen. Zij bekritiseert hierbij expliciet de visie van de VVD, zoals het versoberen van de opvang voor immigranten. De makers van *Lijst Nul* proberen jongeren op deze manier aan het denken te zetten over waarom asielzoekers naar Nederland komen. Het programma wil jongeren meer begrip bijbrengen voor asielzoekers en hen voorhouden dat de voorzieningen voor asielzoekers niet luxe zijn (Samethini, 2002b). De respondenten gaan naar aanleiding van dit interview in op de vraag of *Lijst Nul* een serieus en objectief politiek programma is en spreken over asielzoekers in het algemeen. Ze zeggen dikwijls dat asielzoekers, zoals de door Katja geïnterviewde Rawaz, blij moeten zijn met wat ze krijgen. Ze spreken zich eensgezind uit voor een beperking van het aantal asielzoekers:

Eva (V.23): [Ik] bedoel het niet negatief naar asielzoekers, maar je moet in Nederland ook gewoon natuur houden en zorgen dat je niet alleen maar grote steden hebt. In het opzicht 'Nederland is vol', ben ik het [daar] wel mee eens. Als je in Europa kijkt, is Nederland een van de landen waar asielzoekers naartoe komen en uiteindelijk ook nog blijven. Dus ik vind dat er in Europa gewoon wat meer asielzoekers geplaatst moeten worden en dus wat minder in Nederland. Ik vind wel dat je het asielzoekersbeleid moet aanpassen. (...) Als je dus al kijkt inderdaad dat die Rawaz [die] al zoveel jaren bezig is en nou nog niet weet of dat hij mag blijven of dat hij weg moet... Ja, dan is het gewoon heel belangrijk dat die mensen ook eens weten waar ze aan toe zijn. Sommige komen hiernaar toe met een goede reden, andere hebben zoiets van: 'Nederland is een leuk land en we gaan er eens kijken of we daar kunnen gaan wonen'. Dan zeg ik: 'ja, die mensen moet je er natuurlijk snel uit zien te filteren'.

Interview, HBO (L5: 683)

In de focusgroepen komt een fragment uit de comedyserie *Gemeentebelangen* aan de orde, waarin het gaat over de beslissing van de gemeenteraad over een nieuw te vestigen asielzoekerscentrum. De burgemeester ziet reden het centrum te huisvesten, omdat ze daar goede sier mee maakt in Den Haag. De raadsleden vinden daarentegen dat asielzoekers voor problemen zorgen. De zaak wordt opgelost door te beweren dat de gemeente zich vereerd voelt door het verzoek van het ministerie, maar dat er 'helaas' geen geschikte locatie is. De respondenten spreken naar aanleiding van dit fragment over de vraag of deze

comedyserie goed gemaakt is, of er leuke grappen worden gemaakt en in hoe verre comedy een geschikte manier is om politiek te behandelen. Daarnaast komen de asielzoekers ter sprake. De jongeren doen naar aanleiding van dit fragment vrijwel dezelfde uitspraken als de hoofdrolspelers uit de serie. Hoewel ze onderling verschillen in de nuance van hun uitspraken, zijn ze het onderling eens dat asielzoekers ongewenst zijn en beter niet in Nederland opgevangen kunnen worden:

Jerney (V.15): Als ze nou naar Friesland gaan...

Jorrick (M.15): Ja, jij wilt dat ze weg...

Jerney: Ja, jij ook. (...) Daar hebben ze plek.

Jorrick: Dacht je dat die Friezen daarop zitten te wachten?

Jerney: Ja, zitten wij er op te wachten dan? Bij ons zijn er al zo veel...

Carlijn (V.15): Precies. Dat is wel zo.

Rowena (V.14): Net als bij de Dekamarkt, [daar] had je ook van die huizen, en daar had je ook van die Turkse zoi. Dan krijg je echt geen goede naam... (...)

Carlijn: Nou, dat heeft dit dorp [Hillegom] toch al niet. (...) Ze zeggen wel van: 'ja, Hillegom heeft geen goede naam en blablabla', maar ze doen er niks aan. Ik weet ook [niet] wat ze eraan zouden moeten gaan doen, maar...

Focusgroep, VMBO (C3: 1237)

Deze gesprekken over asielzoekers vertonen meerdere overeenkomsten met de gesprekken over de oorlog tegen terreur. Ten eerste spreken de respondenten in beide gevallen over een politiek probleem. Bij asielzoekers benadrukken ze het overheidsbeleid dat het asielprobleem moet oplossen: het sluiten van grenzen, de opvang van asielzoekers en het verstrekken van verblijfsvergunningen. Ten tweede is bij beide onderwerpen merkbaar dat de respondenten de discussie hierover kennen. Desondanks laten ze deze kennis niet in alle situaties zien: het komt vooral naar voren tijdens de diepte-interviews. Het lijkt erop dat ze politieke onderwerpen alleen willen bespreken in kleinschalige privé-omgevingen zonder publiek. Net als bij de oorlog tegen terreur tonen ze in die context wel degelijk hun betrokkenheid bij het onderwerp asielzoekers. Sommige respondenten suggereren daarbij dat dit in de aanwezigheid van andere jongeren niet kan. Ze uiten twijfels of het thema asielzoekers voor jongeren interessant is:

Interviewer: Stel, je hebt ideeën [over immigratie], hoe zou je die onder de aandacht van jongeren brengen? (...)

Brenda (V.23): Ik vind dat wel heel erg belangrijk. [Jongeren] moeten wel weten wat de reden is van die mensen om naar Nederland te komen, om uit hun land te vluchten. En verder zou ik eigenlijk niet zo veel kunnen bedenken.

Ja, het speelt wel, maar ik weet niet of het zo erg speelt dat jongeren het ook echt interesseert.

*Interview, HBO (L2: 410)*²

Conform de verwachtingen laten de respondenten zich in de focusgroepen minder kennen: ze noemen asielzoekers een oninteressant en saai onderwerp. Bovendien zeggen ze dat *Gemeentebelangen* een onaantrekkelijke comedy is, omdat het over politieke problemen gaat. De comedy *Friends*³ is leuker:

Souraya (V.17): Dat komt omdat Friends ons boeit en het is gewoon leuker dan dit... Dit is niet eigenlijk... Ja, iets wat ons [niet] boeit.

Julia (V.19): Nee.

Jeanne (V.17): Het gaat ons wel aan, toch?

Interviewer: Waarom is het eigenlijk niet leuk?

Julia: Ik denk omdat er hier over problemen wordt gepraat... Wat je al dagelijks hoort.

Souraya: Ja, daarom.

Julia: Dat je denkt van: 'hm...'

Focusgroep, MBO (C4: 583)

Bij het thema asielzoekers komt de discussie in de focusgroepen nauwelijks op gang. De deelnemers lijken het sterk eens over het beleid en spreken er niet graag uitgebreid over. Ook de eventuele gevolgen voor hun eigen leven komen weinig aan bod. Er wordt wel gediscussieerd naar aanleiding van specifieke voorbeelden van gepopulariseerde politiek, maar dit beïnvloedt niet de manier waarop de jongeren over het onderwerp spreken. Wat opvalt, is dat de respondenten dikwijls het thema integratie interessant genoeg vinden om nader op in te gaan.

Integratie

Integratie was tijdens de onderzoeksperiode zonder twijfel een van de belangrijkste politieke thema's in het publieke debat. Tijdens de onderzoeksperiode deden zich diverse incidenten voor⁴ en kwamen verschillende critici van de multiculturele samenleving prominent in de publiciteit zoals Pim Fortuyn, Ayaan Hirsi Ali, Theo van Gogh en Geert Wilders. Algemeen wordt aangenomen dat de bevolking tegenwoordig kritisch staat tegenover het multiculturalisme. Zo zou de aandacht van Pim Fortuyn voor dit onderwerp, dat door andere partijen destijds werd genegeerd, zijn populariteit voor een belangrijk deel kunnen verklaren (Wansink, 2004). Er is inmiddels een klimaat ontstaan waarin de van oudsher belangrijke begrippen tolerantie en multiculturaliteit steeds minder belangrijk worden gevonden. Critici beweren steeds meer dat

culturele verschillen tussen bevolkingsgroepen niet gemakkelijk te negeren zijn. Ze stellen tevens dat allochtonen niet goed geïntegreerd zijn in de Nederlandse samenleving. Er is een roep ontstaan om een betere integratie van minderheden, wat inhoudt dat allochtonen zich moeten aanpassen aan de Nederlandse cultuur (Prins, 2004).

In de focusgroepen werd een fragment uit *Lijst Nul* besproken waarin LPF-lijsttrekker Mat Herben spreekt over het inburgeringsexamen dat vaststelt of immigranten voldoende kennis hebben van de Nederlandse samenleving. De presentatrices testen in hoeverre Herben zelf ingeburgerd is, door te vragen waar Assen en Terneuzen liggen, wat je moet doen met afgedankte elektrische apparaten en waar je terecht kunt als je een seksueel overdraagbare aandoening hebt. Herben doorstaat deze test zonder fouten. Vervolgens stelt hij voor dat succesvol ingeburgerde allochtonen een feestelijke ceremonie krijgen als ze officieel Nederlander worden. Dit onderwerp is ingebed in een langer fragment dat vooral gaat over het uiterlijk van Herben. Dit biedt de respondenten de mogelijkheid het onderdeel over integratie te negeren en over andere zaken te spreken. De respondenten maken in ruime mate gebruik van deze mogelijkheid. Zo spreken ze over de vraag of *Lijst Nul* voldoende informatief en serieus is. Integratie is een politiek onderwerp en daarom is het moeilijk voor hen om dit in een groepssetting te bespreken. Ze negeren het thema zo veel mogelijk en als de interviewer er expliciet naar vraagt, zeggen ze dat Herben belachelijke ideeën heeft:

Selma (V.16): [Die] ceremonie vond ik erg raar. Ik bedoel... als je Nederlander bent, ga je niet een hele ceremonie organiseren. Dat vind ik echt niet...

Anita (V.16): Waar moet je dat van betalen?

Selma: Dat vind ik een heel raar idee. (...)

Interviewer: En hoe denk jij over zo'n ceremonie, Froukje?

Froukje (V.15): Pfff... Ik vind het een beetje raar. Ik vind het een beetje niet Nederlands, een beetje...

Selma: Geen behoefte aan...

Froukje: Nee, ik heb nooit gedacht: 'oh, ik zou graag een ceremonie...'

Interviewer: Nee.

Selma: Ja, je bent Nederlander.

Froukje: Ja (lacht), daarom ja. (...)

Interviewer: Waarom is dat niet nuttig?

Selma: Ja, waarom wel? Ik bedoel: je woont hier gewoon. Dan hoeft je toch niet een heel erg feest: 'oh, geweldig, ik ben Nederlander'.

Focusgroep, VWO (I1: 211)

Jongeren praten liever niet naar aanleiding van uitspraken van politici. Dit zijn immers politieke onderwerpen. Uitlatingen van artiesten, zoals bijvoor-

beeld rappers, vinden de respondenten niet per definitie politiek. Dit biedt dus meer aanknopingspunten voor zowel alledaagse als politieke discussie. Er komt dan ook veel naar boven door de clip *Kutmarokkanen??!* van Raymzter, waarin deze rapper de vooroordelen in de Nederlandse samenleving ten aanzien van Marokkanen beschrijft en aanvalt. Respondenten spreken bij deze case over de authenticiteit van Raymzter, maar bediscussiëren vooral de vraag in hoeverre zijn uitspraken juist zijn. Ze laten wederom zien dit debat te kennen. De autochtone respondenten stellen dat mensen die naar Nederland komen zich moeten ‘aanpassen’. Ze benadrukken de noodzaak van integratie omdat er veel problemen met allochtonen zouden zijn en bepleiten dit ‘zakelijk’ met argumenten waaruit blijkt dat aanpassen in het belang is van de allochtonen zelf. Zo zouden ze zich niet kunnen redden als ze de Nederlandse taal niet machtig zijn:

Jorrick (M.15): Ze kennen vaak geen Nederlands en de gewoontes niet.

Carlijn (V.15): Ik vind dat ze hun geloof mogen houden.

Jorrick: Ja, precies.

Carlijn: Maar ze moeten ook accepteren dat wij ook gewoon [een] geloof hebben.

Jerney (V.15): Dat doen jullie ook niet.

Jolanda (V.15): Dat ze niet als Sinterklaas op straat loopt allemaal appels gaan gooien en zo. (lacht)

Carlijn: Lekker voorbeeld.

Jolanda: Als ik dat zou zien, dan zou ik dat raar vinden. Ik zag een keer op tv een paar meisjes en een paar jongens, allochtone jongens en (...) dat vonden ze raar en daar gingen ze over praten, dat ze dat raar vonden.

Rowena (V.14): Ze mogen het best wel raar vinden.

Jorrick: Ja, een tijdje geleden hadden ze ook een gesprek dat [het] Suikerfeest een nationale dag moest worden. Dat vind ik echt onzin, dan ben je in Nederland.

Rowena: Ja, want wij hoeven [ons] niet aan hun geloof aan te passen. We hoeven [ons] niet aan hen aan te passen, [maar] andersom.

Jorrick: Ja precies, want zij willen hierheen komen.

Rowena: Dat is goed, maar dan moeten ze [zich] wel aanpassen.

Jerney: Als wij daarheen gaan, gaan we toch ook niet zeggen: ‘ja, wij willen een keer in het jaar Sinterklaas vieren’.

Rowena: Ja, dat is waar.

Theo (M.16): Ja, en Kerst en dit en dat. Pasen.

Jorrick: Oké, ze mogen [het] van mij wel vieren, maar geen nationale vrije dag ervoor.

Focusgroep, VMBO (C3: 1816)

Als jongeren naar aanleiding van Raymzter spreken over integratie, zijn er grote verschillen met hun gesprekken over asielzoekers en de oorlog tegen terreur. Bij eerdere onderwerpen bleek dat jongeren zich onvoldoende kunnen inleven en bepaalde thema's niet relevant vinden voor hun eigen leven. Ze kwamen niet direct met asielzoekers of de oorlog tegen terreur in aanraking. Met integratie hebben jongeren veel ervaringen en hier vertellen ze dan ook uitgebreid over. Dit geldt niet voor de inburgeringsexamens waar Mat Herben over spreekt in *Lijst Nul*, maar wel voor de uitspraken van Raymzter. Deze maken integratie een alledaags in plaats van een politiek onderwerp. Naar aanleiding van de clip vertellen zowel autochtone als allochtone respondenten over hun alledaagse ervaringen met vooroordelen. Vooral die laatste groep herkent de voorbeelden die Raymzter in zijn clip aan de orde stelt uit de dagelijkse praktijk. Nederlanders schelden hen na de aanslagen van 11 september 2001 uit, kijken hen vies aan omdat ze een hoofddoek dragen, spreken hen erop aan als allochtonen een bankoverval hebben gepleegd, weigeren hen binnen te laten in discotheken en benaderen hen afstandelijk:

Alicia (V.21): Die boodschap [van Raymzter] is allang...

Jarita (V.19): Bij ons is het allang bekend. Dat weten we wel.

Alicia: Ja, het is een beetje mosterd na de maaltijd. Het is een beetje spuit-elfgedrag.

Interviewer: Jullie hadden het daar al eens over gehad?

Alicia: Ja, dat is toch algemeen... Ik bedoel bij buitenlanders is het algemeen dat je word ge... Ja, om het nou meteen zo hard te zeggen, dat je wordt gediscrimineerd...

Interviewer: Word je wel eens gediscrimineerd? (groep lacht)

Alicia: Krijgen we dat weer. (...) Dat is zo, ja.

Interviewer: Ja? Kun je daar een voorbeeld van geven?

Alicia: Kom je daar weer mee. Nou ja... De hele klas heeft me daar al over gehoord. Maar bijvoorbeeld, ik woon in Amstelveen. Ik zit dan in Haarlem op school en ik moet dan elke dag gewoon van Amstelveen naar Haarlem. En dan stap je in en dan is het van: 'oh, een OV[-jaarkaart], je gaat dus naar school'. Zo van: 'goeiemorgen? zonder accent?' Dan is het van: 'zo, die negerin praat normaal Nederlands'. En dan is het van: 'ja, want jij bent anders'. En dan heb ik zoiets van: 'ik ben niet anders, ik ben Alicia. Ik heb geen gouden tand en ik heb niet drieduizend kettingen, en ik hoef geen enkelbandjes tot aan mijn knie met goud'. Ik heb misschien wel ringen om, maar ze zijn niet van goud. Dat soort vooroordelen.

Focusgroep, MBO (P4: 1185)

Integratie is voor de jongeren dus vooral een persoonlijk onderwerp: het gaat voor hen over individuele mensen, gedragingen en houdingen. Het is gemak-

kelijk hier onderling over te spreken; ze beschouwen het niet als politiek. Tijdens de gesprekken dragen ze vooral individuele oplossingen voor integratieproblemen aan. Mensen moeten respect voor elkaar en elkaars cultuur hebben en weten dat iedereen gelijk is. Mensen moeten ervan bewust worden gemaakt dat alle mensen gelijk zijn, ongeacht hun afkomst, cultuur of huidskleur. Burgers moeten iedereen als individu beoordelen en bijvoorbeeld een willekeurige Marokkaan niet afrekenen op de problemen die anderen veroorzaken. Burgers moeten elkaar niet beledigen, want dat is respectloos, zoals de grappen uit *Gemeentebelangen* over Marokkanen:

Stijn (M.18): Ik stoorde me ook aan die flauwe grappen over die Marokkaan. Dat vond ik echt dom. Ik vind dat je er wel grappen over mag maken, zolang het niet beledigend is, maar dit was ook gewoon dom. (...)

Interviewer: Zou dit in het echt ook zo gaan?

Alexa (V.17): Nee.

Interviewer: Wat zou er in het echt anders zijn? (...)

Alexa: Gewoon veel officiëler allemaal. Je gaat niet elkaar een beetje lopen afkraken, net als wat je tegen die Marokkaan [zegt]. Dat kan je echt niet zeggen bijvoorbeeld in het openbaar.

Focusgroep, VWO (C8: 871)

De autochtone respondenten benadrukken in hun discussies de rol van het individu. Ze verstaan onder 'vrijheid van meningsuiting' dat je alles over allochtonen mag zeggen, ook als dat onaardig of onfatsoenlijk is. Zolang men geen haat zaait, is dit geen probleem. Over verkeerde meningen kun je immers in discussie gaan. Deze jongeren onderstrepen daarnaast de individuele verantwoordelijkheid van allochtonen voor hun integratie. Ze zeggen naar aanleiding van de clip van Raymzter dat sommige vooroordelen over Marokkanen 'gewoon waar zijn'. Ze vertellen dat Marokkanen ruzie zoeken, voorbijgangers bedreigen, mensen zonder reden uitschelden en niet op hun werk komen opdagen. Allochtonen zouden op deze manier een reputatie hebben opgebouwd. Het is volgens autochtone respondenten normaal om voorzorgsmaatregelen te nemen:

Antine (V.16): Ik vind dat [Raymzter] het een beetje overdrijft, want het is gewoon bekend dat de meeste overvallen gepleegd worden door buitenlanders. Misschien niet Marokkanen, maar wel gewoon buitenlanders. Dus vind ik het niet helemaal terecht dat die clip...

Interviewer: Wat vind jij ervan, Yana?

Yana (V.14): Ja, ik weet niet.

Ezgi (V.16): Maar dat heb je toch met alle buitenlanders?

Antine: Zeg ik dat dan?

Ezgi: Nee maar, ja, de rest denkt van wel. De Marokkanen denken van wel.

Antine: Nou, maar als je ruzie met een Marokkaan hebt, dan heb je meteen ruzie met de hele familie.

Ezgi: Ja, dat is waar.

Interviewer: Is dat zo?

Groep: Ja!

Interviewer: Hoe gaat dat dan bijvoorbeeld?

Antine: Je scheldt bijvoorbeeld de zus uit en dan komt die broer op je af...

Sanneke (V.15): En die vrienden van de broer dan ook weer...

Focusgroep, VMBO (P3: 361)

Deze autochtone jongeren benadrukken dat allochtonen Nederlanders zijn, maar dat Marokkanen zichzelf niet zo zien. Ze zouden zichzelf ten onrechte zien als een aparte groep en de verschillen met Nederlanders benadrukken. Hierdoor zouden Nederlanders dit ook gaan denken. Deze respondenten noemen het daarom logisch dat Nederlanders Marokkanen niet als Nederlanders zien. Ze beweren dat Nederlanders Marokkanen best willen accepteren, maar dat juist de Marokkanen zelf die acceptatie niet willen:

Denise (V.18): Wat je vooral van de Nederlanders leest [is]: 'als wij een clip maken, [komen] er verschillende soorten mensen in voor, van alle kleuren, uit alle windstreken'. Maar zodra een buitenlands persoon of een halfbuitenlands persoon [als Raymzter] een clip maakt, dan komen daar alleen maar Marokkanen of Turken of Antillianen of Surinamers in voor. Dan denk ik: 'ja, dat is dan eigenlijk wat de opvatting van de Nederlanders typeert'. Wij proberen jullie te accepteren, probeer ons dan ook te accepteren. Probeer te accepteren dat je dus in een ander land woont, waar andere normen en waarden heersen. Waar dus de algemene opvatting niet helemaal hetzelfde is met de gebruiken die jij wilt uitoefenen.

Focusgroep, VWO (P8: 476)

Deze autochtone respondenten zeggen dat Marokkanen ook zelf vooroordelen hebben. Vooroordelen komen van twee kanten, maar dit wordt vaak doodgezwegen. Marokkanen zouden weinig recht van spreken hebben, omdat ze dezelfde fouten maken als Nederlanders. Autochtone respondenten zeggen dat Raymzter met zijn clip *Kutmarokkanen??!* wil laten zien dat Nederlanders massaal een hekel aan Marokkanen hebben. Op deze manier worden alle Nederlanders over één kam geschoren en lijken Marokkanen Nederlanders te discrimineren in plaats van andersom. Deze respondenten zeggen dat Marokkanen zich door Raymzters clip gaan gedragen als super-Marokkanen. Ze nemen zijn boodschap over, komen door de clip tegen Nederlanders in verzet, provoceren en lokken vooroordelen uit:

Remco (M.22): Ik zag [de clip van Raymzter] nu voor het eerst. Dat liedje had ik wel eens gehoord, ik was niet op tijd om weg te zappen... Nou ja, goed... Ik vind... Ja, wat moet je ervan zeggen? Ik vind het een beetje raar.

Interviewer: Wat is je bezwaar ertegen?

Remco: Mensen die een bepaald stigma hebben of gestigmatiseerd worden, die vinden het meestal niet leuk. En hij maakt [er] juist iets [van] waar hij trots op is. (...)

Arjen (M.25): Ze vinden het ook stoer.

Remco: Ja, goed. Ik denk niet dat je dat zou moeten uitdragen, dat soort dingen. [Met] een groot deel [van] wat Arjen zei was ik het eens. Ik vind hem echt... ik kan niet heel veel woorden vinden, maar...

Arjen: Nee, zeg maar.

Remco: Ik denk dat inderdaad, hè, als je echt iets wilt bereiken, dan kom je natuurlijk niet op de televisie of bij MTV. Maar ja, dan is het toch om hun gedrag aan te passen of een voorbeeld te stellen. En dat is deze clip natuurlijk niet.

Arjen: Veel van die Marokkanen zullen nu ook zoiets hebben van: 'ja, zie je wel'. Die voelen zich alleen maar stoer.

Focusgroep, diverse opleidingen, leden CDJA (Pt2: 769)

Hoewel integratie vooral wordt besproken als een persoonlijk onderwerp, wil dit niet zeggen dat de respondenten in deze discussies nooit refereren aan politiek. De vraag is wanneer een alledaagse discussie van karakter verandert en politiek wordt. Bij autochtone jongeren is dit nauwelijks het geval. Er komen in hun discussies alleen incidenteel politieke oplossingen aan de orde, zoals het door elkaar bouwen van dure en goedkope huizen om gettovorming te voorkomen. Deze politieke oplossingen laten zien dat jongeren zich het politieke karakter van dit thema wel degelijk realiseren, maar onbesproken laten:

Taco (M.15): Je ziet dat alle Marokkanen in één wijk gaan wonen bijvoorbeeld. Je kan proberen meer te mengen door meer goedkope en dure huizen door elkaar te doen, of zo.

Interviewer: Zou dat beter zijn, als dat zou gebeuren?

Taco: Ja, dan raken mensen, denk ik, meer gewend aan elkaar en dan zouden ze ook waarschijnlijk minder raar tegen elkaar doen. (...)

Eelco (M.15): Het zit meer in iemands gedachten van: 'Marokkanen zijn anders, dus ze wonen ergens anders, ze doen iets anders, dus zijn ze raar'. Nou, ik denk niet dat de politiek daar verder iets aan kan doen. (...)

Robin (M.15): Wat Taco als voorbeeld gaf, daar kan ik me wel een beetje in vinden. Dat die mensen bij elkaar in de wijk gaan wonen, dat lijkt me toch een

beetje moeilijk. Want dan zou je die mensen, zeg maar moet[en] dwingen om ergens anders te wonen, en dat is natuurlijk niet erg logisch.

Focusgroep, VWO (P6: 407)

De allochtone jongeren die het meest betrokken zijn bij dit thema, bespreken integratie wél als politiek onderwerp. Ze noemen het respectloos dat politici steeds vaker zeggen wat ze vinden. Ze stellen dat politici problemen op het gebied van de multiculturele samenleving ‘opblazen’, hier steeds verdergaande uitspraken over doen en dat burgers dit steeds vaker accepteren. Vooral rechtse politici als Ayaan Hirsi Ali en Pim Fortuyn oogsten kritiek:

Shareef (M.20): Ik denk dat dat komt door Pim Fortuyn. Het heeft ook te maken met de aanslagen, maar het komt ook door Pim Fortuyn, want hij zei dingen [die] vroeger nooit [werden] gezegd. Dus de politiek doet daar ook aan mee, hè, want [dat] zijn ook [een] stelletje achterbakse... weet ik veel allemaal wat. Die doen er gewoon ook lekker aan mee met alles opblazen. Dat komt gewoon door Pim Fortuyn, want die heeft dingen gezegd die nooit werden gezegd en de media die [nemen] dat op. We hebben gezien dat het volk, dus 1,6 miljoen stemmers, dat gewoon willen horen en dus lopen [zij] dat ook uit te kramen.

Focusgroep, MBO (I4: 129)

Enkele allochtone respondenten gaan een stap verder en suggereren dat politici op deze manier de visie van autochtone Nederlanders legitimeren. Politici hebben een voorbeeldfunctie: burgers letten op hun uitspraken en herhalen deze. Politici moeten daarom in overeenstemming met hun voorbeeldfunctie handelen. Zo was de aanleiding van Raymzter om *Kutmarokkanen??!* te schrijven een uitspraak van PvdA-wethouder Rob Oudkerk tegen de Amsterdamse burgemeester Job Cohen:

Toine (M.24): Het was gewoon een gesprek met... ik geloof Cohen. In ieder geval, [Rob Oudkerk] zei het gewoon op een manier [zoals] ik het ook zou zeggen. Of hij nou kutmarokkanen, kutjochies zegt of kutnederlanders.

Eda (V.25): Maar dat is dus het hele punt! Hij zegt iets wat iedereen zegt, maar hij is een fucking politicus en het is ‘caught on camera’, snap je wat ik bedoel!

Het gaat er gewoon om dat in de politiek zo over mensen wordt gesproken die gewoon burgers zijn van dit fucking land, snap je wat ik bedoel! Dat is [het] hele issue wat die hele discussie op gang [heeft] gebracht!

Focusgroep, diverse opleidingen (P10: 674)

De allochtone jongeren in dit onderzoek beweren dat er in toenemende mate negatief over hen wordt gesproken en dat daarbij kwetsende of onjuiste uitlatingen worden gedaan. Het is daarom goed als mensen tegengas geven en het

voor allochtonen opnemen. Zowel een politiek voorman uit de islamitische gemeenschap als Mohammed Cheppi⁵ als een popartiest als Raymzter zijn hier een voorbeeld van:

Eda (V.25): Omdat [Raymzter] gewoon eindelijk eens een keertje tegengas geeft en de rollen omdraait. Dan vind ik het weer jammer dat heel veel mensen hem weer alsnog in [een] kwaad daglicht willen stellen door te zeggen dat hij weer een scheiding maakt tussen blanken en Marokkanen, terwijl hij juist op een ironische manier de situatie wil aankaarten van hoe Nederlanders nu op dit moment bezig zijn een bepaalde groep helemaal zwart te maken.

Uzay (M.20): Dat zijn de mensen die dan gewoon niet goed naar zijn tekst hebben geluisterd.

Eda: Precies, die de ironie er gewoon niet van inzien.

Uzay: Want hij zegt toch van: 'ik ben net zo Marokkaans als dat ik Nederlands ben', dus hij geeft zelf aan dat hij niet dat onderscheid wil maken, maar dat het er gewoon is.

Eda: Ja.

Interviewer: Aziz, wat vind jij van het nummer?

Aziz (M.20): Ja, ik vind het een goed nummer, ik vind [dat] het nummer beschrijft wat hij zelf voelt en wat veel andere mensen die in ongeveer dezelfde positie zitten voelen.

Interviewer: En komt het ook overeen met wat jij erover...?

Aziz: De meeste dingen [die] hij beschrijft in zijn nummer kan ik ook hebben meegemaakt. In een van die zinnen zegt hij dat als hij [langs] een vrouw loopt, [ze] haar tas verbergt. Je hebt sommige dingen [die] hij gewoon in het nummer noemt, dat weerspiegelt gewoon precies wat veel jongens dagelijks meemaken.

Focusgroep, diverse opleidingen (Pro: 444)

De discussies van respondenten over integratie laten zien dat zij bekend zijn met dit debat. Hun discussies naar aanleiding van Raymzter zijn heftiger en uitgebreider dan die over de oorlog tegen het terrorisme, asielzoekers of inburgeringsexamens. Jongeren noemen integratie een interessant onderwerp en komen er in hun dagelijks leven mee in aanraking. Alhoewel autochtone respondenten zich realiseren dat integratie een politiek thema is, bespreken zij dit niet als zodanig. Voor hen zijn deze discussies vooral persoonlijk en alledaags van aard: zij spreken over individuele gedragingen, meningen, problemen, oplossingen en verantwoordelijkheden. Het is voor de respondenten geen probleem om deze alledaagse gesprekken met anderen in een groepssetting te voeren, hetgeen niet het geval is bij andere politieke onderwerpen. Het zijn met name de allochtone jongeren die integratie bespreken als politiek thema. Voor hen hebben de uitspraken van politici invloed op hun dagelijks leven. Raymzter levert dus zowel alledaagse als politieke discussie op. Dit

hangt enerzijds samen met het onderwerp integratie, waar de respondenten veel eigen ervaringen mee hebben, anderzijds hangt dit samen met het feit dat een rapper en niet een politicus dit agendeert.

Andere onderwerpen

In de interviews en focusgroepen kwamen naast de eerdergenoemde onderwerpen ook allerlei andere thema's ter sprake, maar deze werden vaak alleen incidenteel genoemd. Dit is een uitvloeisel van de vrijheid die respondenten hebben om zelf onderwerpen aan te dragen. Gepopulariseerde politiek leidde zo tot gesprekken over uiteenlopende onderwerpen. Er is in een vragenlijst aan de focusgroepdeelnemers gevraagd welke onderwerpen hun interesse hebben. In tabel 10.1 staan de percentages respondenten die enige interesse of veel interesse zeggen te hebben in de gevraagde onderwerpen⁶.

TABEL 10.1: Veel of enige interesse in politieke onderwerpen⁷

Onderwerp	%	n	Meer interesse bij:
Discriminatie	89%	191	Meisjes
Veiligheid op straat	84%	190	Meisjes
Terrorisme	82%	190	-
Milieuvervuiling	75%	190	Oudere en hoger opgeleide jongeren
Drugsgebruik	70%	189	-
Ontwikkelingshulp	69%	188	Meisjes en actieve jongeren
Politiek	67%	190	Oudere, hoger opgeleide en actieve jongeren
Openbaar vervoer	67%	189	Meisjes en oudere jongeren
Wachtlijsten in de zorg	64%	191	Actieve jongeren
Inkomensverschillen	63%	191	Oudere en actieve jongeren
Opvang van asielzoekers	62%	191	Oudere, hoger opgeleide en actieve jongeren
Werkloosheid	61%	191	Oudere en actieve jongeren
Europese eenwording	52%	191	Jongens, oudere, hoger opgeleide en actieve jongeren

De antwoorden van de respondenten suggereren dat ze vooral belangstelling hebben voor thema's uit hun dagelijks leven, die niet per definitie politiek van karakter zijn. Ze zijn vooral geïnteresseerd in discriminatie, veiligheid op straat en drugsgebruik: onderwerpen waar jongeren snel zelf mee in aanraking komen. Daarnaast zeggen veel deelnemers interesse te hebben in milieuvervuiling en terrorisme. Dit laatste is ongetwijfeld het gevolg van de aanslagen van 11 september 2001 en de daarop volgende terreurdreiging in het Westen. Jongeren

staan met name open voor onderwerpen die dichtbij hen staan en directe gevolgen voor hun leven kunnen hebben. Vooral oudere en actieve jongeren hebben relatief veel interesse in onderwerpen met een abstract karakter, die relatief ver afstaan van hun eigen leefwereld, zoals de Europese eenwording, werkloosheid, opvang van asielzoekers, inkomensverschillen en politiek.

Jongeren zeggen in de survey veel affiniteit te hebben met de onderwerpen die in dit hoofdstuk werden besproken, zoals discriminatie, terreur en de opvang van asielzoekers. Opvallend genoeg leidt dit echter niet altijd tot politieke discussie. Dit lijkt ook te gelden voor andere onderwerpen. De respondenten praten in de focusgroepen en interviews naar aanleiding van gepopulariseerde vormen van politiek vooral over onderwerpen die ze tegenkomen in hun dagelijks leven. Dit zijn niet alleen zaken die specifiek belangrijk zijn voor jongeren, zoals uitgaan en onderwijs, maar ook algemene onderwerpen, die ook voor volwassenen belangrijk zijn, zoals veiligheid en milieu. Een voorwaarde hiervoor is dat respondenten er persoonlijk mee in aanraking moeten zijn gekomen. Ze zeggen hier interesse in te hebben en er met elkaar over te spreken:

Interviewer: En hoe denk jij over [de oorlog tegen het terrorisme], Jacco?

Jacco (M.14): Nou, ik vind er niet veel aan. Ze zouden eens een keer iets moeten doen wat jongeren interesseert. [Daar]over gaan praten. Misschien wordt het dan leuker.

Interviewer: Wat zijn dan onderwerpen waar ze beter over kunnen praten?

Jacco: Ja, ik weet het eigenlijk niet precies. Maar gewoon...

Dave (M.14): Seks, drugs, roken!

Interviewer: Seks, drugs, roken?

Jacco: Ja, zoiets.

Interviewer: Dat soort onderwerpen. Daar zou jij wel naar kijken, als het daarover zou gaan?

Jacco: Ja, eerder dan zo'n saaie [parlementaire] enquête over de Bijlmer[ramp] bijvoorbeeld. Soms is het echt dat ze over dingen praten van jaren terug. Dat interesseert me echt niet, hoe dat is geweest. Zaak gesloten, weg ermee. [Ik heb liever] wat actuelers, iets leuk.

Focusgroep, VMBO (I3: 175)

Actieve jongeren verbinden de onderwerpen die ze bespreken consequent met politiek. Ze vormen daarmee het spiegelbeeld van inactieve jongeren. Meninge over maatschappelijke problemen hebben bij de actieve groep duidelijk een politieke lading. Zo heeft het woord 'nadenken' een officieel tintje: ze noemen dit opinievorming, debatcultuur of bewustwording. Deze zaken spelen vooral bij hun politieke jongerenorganisatie een rol: dit is de plaats waar deze respondenten hun mening zeggen te vormen. Door middel van congressen en debaten beweren ze nieuwe inzichten te krijgen en hun bestaande meningen aan te

scherpen. Een actief SP-lid vertelt dat hij heeft ingezien dat de politiek een goed middel is om maatschappelijk onrecht te veranderen:

Patrick (M.21): Armoede en de gevolgen die dat heeft op het gedrag van mensen en op hun kansen in de samenleving, [daar] heb ik enkele zeer concrete voorbeelden van mogen zien in mijn leven. In mijn oude buurt bijvoorbeeld, waarin ik zag dat armoede niet bepaald goed is, zeker niet voor jonge mensen die opgroeien en die daar ook totaal geen enkele verantwoordelijkheid voor kunnen dragen, voor de armoede van hun ouders. Je zou kunnen zeggen in de VVD-optiek: het is je eigen verantwoordelijkheid, maar goed, hoe kan een kind verantwoordelijk zijn voor de rijkdom van zijn ouders? (...) Dat zijn enkele voorbeelden, gewoon dat onderwijs zo duur wordt, [daar] maak ik me ook altijd boos om, omdat ik eigenlijk vind dat dat soort dingen gratis zouden moeten zijn. Onderwijs, gezondheidszorg, openbaar vervoer, dan is het voor iedereen toegankelijk [en] wordt het ook goed gebruikt. Dan betalen de mensen met het meeste geld ook de meeste afdracht, zoals het hoort in een solidaire samenleving.

Interview, WO, actief bij de SP (D7: 59)

Voor deze actieve jongeren zijn dus vrijwel alle onderwerpen politiek. Dit geldt niet voor inactieve jongeren. Zij leggen zelden een verband tussen hun persoonlijke leven en de politiek. Katja zegt in *Lijst Nul* dat jongeren niet van politiek houden, maar de actieve VVD'er Sue kan niet anders dan een verband leggen tussen politiek en haar dagelijks leven:

Sue (V.24): Iedereen houdt van politiek, ook al zeg je het niet. Dat jij vandaag met de trein bent gekomen, dat hij god zij dank nu rijdt... Het gaat gewoon [om] alles wat jij doet. Als je naar een supermarkt gaat, je gaat je eten kopen, je gaat 's avonds op stap, je drinkt een biertje, je gaat met het openbaar vervoer mee, of naar het ziekenhuis voor een prikje, alles heeft met politiek te maken. Dus [alles] wat jij de hele dag doet, al ga je maar naar school en kom je 's avonds laat thuis en je gaat voor de tv zitten, heeft met politiek te maken. Alles wat je doet in je leven heeft met politiek te maken. Dus er niet van houden is regelrechte bullshit, want iedereen houdt er toch wel een beetje van dat hij gewoon een dak boven zijn hoofd heeft en eten op tafel heeft en een opleiding kan genieten en naar een ziekenhuis kan. Dus ik vind het gewoon onzin om te zeggen dat je niet van politiek houdt, iedereen heeft politiek nodig.

Interview, WO, actief bij de VVD (L15: 357)⁸

De inactieve respondenten spreken naar aanleiding van populaire cultuur vooral over persoonlijke en niet politieke thema's. Politieke thema's worden vooral vanuit een alledaagse, persoonlijke invalshoek besproken. Hun zijdelingse opmerkingen over politiek laten zien dat deze jongeren zich wel degelijk

bewust zijn van het politieke karakter van deze thema's, maar zij praten er liever niet over. Alleen actieve jongeren spreken vaak over politiek en bespreken deze thema's ook vanuit een politieke invalshoek.

Conclusie

In de cases werden door sterren en politici uiteenlopende politieke thema's aan de orde gesteld die sterk in de publieke belangstelling stonden, zoals de oorlog tegen terreur, asielzoekers en integratie. In de voorgaande hoofdstukken werd duidelijk dat jongeren zeggen via populaire cultuur niet op de goede manier met politieke onderwerpen in aanraking te komen. Ze hebben de neiging gepopulariseerde politiek vooral voor anderen een belangrijke rol toe te kennen, maar niet voor zichzelf. Uit de discussies naar aanleiding van de in dit hoofdstuk besproken cases blijkt echter dat de respondenten hieruit wel degelijk signalen over politieke thema's oppikken. Het gaat echter in alle gevallen over onderwerpen waar ze al interesse in hadden en waar al veel discussie over bestond. Populaire cultuur maakt deel uit van die discussie, maar brengt hem niet op gang als er niet al een voedingsbodem voor bestaat. Onderwerpen die jongeren oninteressant vinden, komen dus via populaire cultuur niet binnen hun blikveld.

Bij hun uitspraken over politieke thema's spelen de twee eerdergenoemde frames een belangrijke rol. De respondenten zeggen dat politiek belangrijk is en noemen ook onderwerpen als asielzoekers, integratie en terrorisme belangrijk. Hun gesprekken laten zien dat ze goed op de hoogte zijn van de maatschappelijke en politieke discussie over deze thema's. Dit spreekt bestaand onderzoek tegen dat stelt dat jongeren niets van politiek weten. Buckingham (2000) liet al eerder zien dat het beantwoorden van survey-vragen over politieke feiten niet gelijk staat aan inzicht in de politiek. Zowel actieve als inactieve jongeren blijken over dit inzicht te beschikken. Inactieve jongeren doen deze uitspraken vooral in interviews, waar geen andere jongeren bij aanwezig zijn die hen zouden kunnen afrekenen op een te grote politieke betrokkenheid. Voor actieve jongeren zijn alle thema's politiek; zij bespreken beleidssuggesties die tot concrete oplossingen of verbeteringen kunnen leiden. Dit doen ze zowel in de diepte-interviews als de focusgroepen waarbij andere actieve jongeren aanwezig zijn. Ze zijn niet bang voor afwijzing door leeftijdsgenoten.

In groepsdiscussies zeggen inactieve jongeren vooral dat politiek saai is. Ze beschouwen het als vreemd om onderling uitgebreid over politieke thema's te spreken en doen dit dus zo min mogelijk. Deze jongeren zeggen dikwijls expliciet dat het onderwerp hen niet interesseert. Ze negeren een politiek thema als ze daar de kans voor krijgen. Soms spreken ze wel uitgebreid over een politiek onderwerp, maar dan concentreren ze zich vooral op het verband met hun

eigen bestaan. Inactieve jongeren verzwijgen beleidssuggesties die wijzen op politieke betrokkenheid (zie ook: Eliasoph, 1998). Ze tonen met name interesse in onderwerpen die dichtbij hen staan en directe gevolgen voor hun leven kunnen hebben (Gamson, 1992). De vraag is hierbij of alledaagse onderwerpen een politiek karakter kunnen krijgen en de discussie een andere wending kunnen geven. Dit gebeurt alleen in focusgroepen waarin de respondenten het gezamenlijk eens zijn over het belang van het thema. Dit is bijvoorbeeld het geval als allochtone jongeren integratie of de oorlog tegen terreur bespreken.

Deze resultaten laten zien dat jongeren over het algemeen weinig over politiek spreken. Ook naar aanleiding van populaire cultuur gebeurt dit slechts in beperkte mate. Ze spreken alleen over thema's die al binnen hun blikveld lagen en doen dit op een onpolitieke manier. Daarbij zij opgemerkt dat de cases in verschillende mate uitnodigen tot politiek debat. Als politici bij gepopulariseerde politiek een belangrijke rol spelen, wordt dit door jongeren snel opgevat als politiek en levert dit weinig discussie op. Dit is bijvoorbeeld het geval bij politici die in populaire cultuur optreden, zoals Mat Herben in *Lijst Nul*, of als politici worden nagespeeld in fictie, zoals in *Gemeentebelangen*. Als artiesten zich met politiek bezighouden, wordt dit minder snel gezien als politiek en daarom uitgebreider besproken. Dit geldt vooral voor een artiest als Raymzter, die ook over een onderwerp rapt dat direct raakt aan de alledaagse ervaringen van jongeren. Dit geldt minder voor artiesten die onderwerpen agenderen die weinig invloed hebben op het dagelijks leven van respondenten, zoals George Michael en de artiesten bij *A Tribute to Heroes*. Dat laatste neemt niet weg dat vooral artiesten in staat lijken jongeren politieke signalen te laten ontvangen. De zijdelingse opmerkingen van respondenten over politiek laten zien dat ze zich het politieke gehalte van deze onderwerpen realiseren en ermee in aanraking komen, al geven ze dat in hun onderlinge gesprekken niet gemakkelijk toe.

CONCLUSIE EN DISCUSSIE

Zoals het er nu naar uitziet, gaat BNN zes nieuwe afleveringen van Lijst Nul maken. (...) [Televisiedirecteur] Van Dijk: 'Het programma was een enorm succes onder jongeren, en heeft politiek veel dichterbij de jeugd gebracht. We kunnen het daarom tegenover ons publiek niet maken om dat bij deze of volgende verkiezingen niet meer te doen. Maar het voelt als een prettige verplichting hoor.' (*Het Parool*, 2002).

De steeds terugkerende berichten over de geringe politieke betrokkenheid van jongeren vormden de aanleiding voor dit onderzoek. Veel volwassenen zeggen dat deze gebrekkige interesse onwenselijk is en ontplooiën daarom initiatieven om jongeren meer bij de politiek te betrekken. Hierbij krijgt popularisering van politiek regelmatig een belangrijke rol toebedeeld. Er bestaan weliswaar uiteenlopende meningen over de wenselijkheid en effectiviteit van die popularisering, maar er bestaat nauwelijks empirisch materiaal over. Dit onderzoek boog zich daarom over de vraag hoe jongeren betekenis geven aan popularisering van politiek. Om deze vraag te beantwoorden was tevens inzicht nodig in hoe jongeren betekenis geven aan politiek in het algemeen. De volledige onderzoeksvraag luidt dan ook: hoe geven jongeren betekenis aan politiek en gepopulariseerde politiek? Er werden diepte-interviews en focusgroepen gehouden met jongeren tussen de 14 en 25 jaar oud, waarbij onderscheid werd gemaakt tussen jongeren die deelnemen aan activiteiten binnen politieke organisaties en jongeren die dat niet doen. Op basis van een conceptueel model, waarin de begrippen publieksdemocratie, 'monitorial citizenship' en politieke sensitiviteit centraal staan, werden drie deelvragen geformuleerd: hoe komen jongeren in aanraking met (gepopulariseerde) politieke signalen, welke oordelen hebben ze over (gepopulariseerde) politiek en wat doen ze met (gepopulariseerde) politiek? Dit slothoofdstuk vat eerst de resultaten van het onderzoek samen, waarna deze ter sprake komen in het licht van de literatuur. Vervolgens worden aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek.

Resultaten

Voordat de deelvragen van een antwoord worden voorzien, komt de algemene teneur van de gesprekken aan de orde. De interviews en focusgroepen laten zien dat inactieve en actieve jongeren zeer verschillend betekenis geven aan politiek. Ze hanteren hierbij twee frames: politiek is belangrijk en politiek is saai.

Politiek is belangrijk

Inactieve jongeren hanteren in de interviews en focusgroepen een frame dat politiek belangrijk is: ze zeggen dat politiek grote invloed heeft op de maatschappij en hun eigen leven. Ze beweren dan ook op inhoudelijke gronden te stemmen als er verkiezingen zijn. Ze geven toe zich niet uitgebreid over politiek te informeren, maar het wel belangrijk te vinden om de hoofdlijnen te kennen: daaronder verstaan ze de onderwerpen die zijzelf het belangrijkste vinden. Deze jongeren blijken inderdaad op hoofdlijnen geïnformeerd te zijn over de onderwerpen die het nieuws tijdens de onderzoeksperiode bepaalden: de oorlog tegen terrorisme, immigratie en integratie. Inactieve jongeren doen deze uitspraken zowel in individuele interviews als in focusgroepen. Hun uitspraken in het bijzijn van leeftijdsgenoten laten zien dat er sprake is van een sociale norm: inactieve jongeren vinden het onderling vanzelfsprekend dat politiek belangrijk is en dat burgers geïnformeerd gaan stemmen bij verkiezingen. Jongeren die in een focusgroep het tegenovergestelde beweren, worden daar door anderen op aangesproken. Inactieve jongeren durven dan ook alleen in individuele interviews te uiten dat ze niet willen stemmen of politiek onbelangrijk vinden.

Actieve jongeren gebruiken een soortgelijk frame, maar doen hierbinnen andere uitspraken dan hun inactieve leeftijdsgenoten. De uitspraak dat politiek belangrijk is, geven ze een bredere en diepere invulling. Actieve jongeren nemen geen genoegen met de hoofdlijnen van de politiek, maar willen zich veel uitgebreider informeren over het nieuws en de politieke actualiteit. Ze willen niet alleen stemmen, maar ook deelnemen aan allerlei andere activiteiten om politieke beslissingen te beïnvloeden. Ze zijn daarom lid van een politieke jongerenorganisatie, gaan naar demonstraties en discussiëren over politiek met vrienden, op politieke bijeenkomsten en op internet. Kortom, deze jongeren stoppen tijd in de politiek en overwinnen eventuele praktische belemmeringen om actief te worden, terwijl inactieve jongeren niet in politiek investeren en door belemmeringen gauw afhaken. Actieve jongeren spreken dan ook in negatieve termen over hun inactieve leeftijdsgenoten, omdat deze niet aan hun eisen van politieke kennis, interesse en participatie voldoen. Ze laten merken dat ze inactieve jongeren geen goede burgers vinden en spreken over het belang en de noodzaak van politieke educatie.

Politiek is saai

Inactieve jongeren hanteren tevens een frame dat politiek saai is. Zij noemen vrijwel alles wat met politiek te maken heeft saai, langdradig, suf of oninteressant: politieke onderwerpen, activiteiten, gesprekken en televisieprogramma's. Deze jongeren komen met uiteenlopende verklaringen om maar niet politiek actief te hoeven worden. Activiteiten zouden zinloos zijn, omdat ze toch geen effect hebben op politieke beslissingen. Tevens zouden praktische belemmeringen hen afhouden van politieke activiteiten. Inactieve jongeren geven politiek geen prioriteit en vinden het te veel moeite. De stijl van politiek spreekt hen ook niet aan. Ze beweren dat politici lelijk en dik zijn, saaie en formele kleding dragen, geen uitstraling hebben, oud zijn, ouderwetse en conservatieve standpunten hebben, moeilijk praten en hun standpunten steeds weer ongevraagd aan hen opdringen. Ook bij dit frame lijkt er sprake van een sociale norm: inactieve jongeren laten regelmatig doorschemeren dat ze het vreemd vinden als jongeren betrokken, geïnteresseerd of actief zijn. Dit heeft invloed op de uitspraken die ze in focusgroepen durven te doen. Hun uitspraken vertegenwoordigen namelijk niet alleen hun mening, maar vormen ook een manier om zich te presenteren tegenover leeftijdsgenoten. Daarom proberen ze niet al te betrokken over te komen, uit angst raar gevonden te worden of buiten de groep te vallen. De mate van wel of niet politiek betrokken zijn, luistert in hun ogen heel nauw. Enerzijds is een minimale hoeveelheid betrokkenheid gewenst (politiek is immers belangrijk), anderzijds maken ze niet graag de indruk té betrokken te zijn (politiek is immers saai). Dit maakt dat de minimumeisen van inactieve jongeren tegelijkertijd hun maximumeisen zijn.

Actieve jongeren negeren de vraag of politiek saai is. Zij weten dat de stijl van politiek vaak onaantrekkelijk is voor andere jongeren, maar vinden dit zelf onbelangrijk en irrelevant. Ook bij hen blijkt er sprake te zijn van een sociale norm. Actieve jongeren noemen deze observaties dan ook alleen terloops, omdat dit in hun groep geen goed criterium wordt gevonden om politiek op te beoordelen. Ze merken dat hun inactieve leeftijdsgenoten zich wel door de saaiheid van politiek laten leiden, en vinden dat een slechte zaak. Inactieve jongeren zouden zich onvoldoende richten op de aspecten die wél belangrijk zijn, zoals de politieke inhoud.

Belangrijk én saai

Er bestaan grote verschillen tussen inactieve en actieve jongeren wat betreft hun oordelen over politiek. Actieve jongeren zeggen steeds weer dat politiek belangrijk is en praten zelden over de saaiheid ervan. Omdat zij slechts één frame hanteren, zijn hun uitspraken consequent. Dit geldt niet voor inactieve jongeren, die twee schijnbaar tegengestelde frames hanteren. Deze groep stelt vele tegenstrijdige en soms onverenigbare eisen aan de politiek. Zo zeggen ze

enerzijds dat ze invloed op de politiek willen hebben, omdat politiek belangrijk is, en anderzijds dat ze zich er niet mee willen bezighouden, omdat het saai is. Ook moet politiek in hun ogen inhoudelijk zijn en niet simpeler worden voorgesteld dan het is; maar ze noemen het tegelijkertijd een bezwaar dat het te ingewikkeld is, en dus saai. Politici moeten jong zijn, omdat ze op oudere leeftijd niet meer weten wat er onder jongeren leeft, maar ook weer niet té jong, omdat ze dan geen ervaring hebben. Omdat politiek belangrijk is, moeten politici ergens voor staan en uitgesproken standpunten hebben; dringen ze die standpunten echter te vaak op, dan is dat weer saai. Politici moeten zichzelf zijn, normaal overkomen en niet geforceerd leuk doen, maar moeten zich vanuit hun belangrijke en representatieve functie ook onderscheiden van gewone burgers. Politici mogen er serieus en formeel uitzien vanwege hun belangrijke werkzaamheden, maar dit maakt hen ook saai. Al deze inconsistenties komen bij inactieve jongeren voortdurend terug. Politici bevinden zich op deze manier op een evenwichtsbalk: ze moeten aan allerlei tegenstrijdige eisen voldoen. Zowel 'leuk doen' als 'formeel gedrag' kunnen hen op kritiek komen te staan.

Signalen

De eerste deelvraag in dit onderzoek luidde hoe jongeren in contact komen met politieke signalen. Inactieve jongeren hebben moeite toe te geven dat ze met politieke signalen in aanraking komen. De sociale norm dat politiek saai is speelt hierbij een belangrijke rol. Inactieve jongeren zijn bang dat eventuele opmerkingen over politieke kwesties door hun leeftijdsgenoten worden uitgelegd als politieke betrokkenheid. Ze spreken daarom liever niet over de politieke signalen die ze opdoen. Als ze politieke onderwerpen naar voren brengen, doen ze dit op een zo onpolitiek mogelijke manier. Zo lijken ze nauwelijks politieke signalen op te vangen. Door hun afwijzende houding speelt politiek geen grote rol in hun dagelijks leven. Toch noemen inactieve jongeren in de focusgroepen wel degelijk manieren om politieke signalen op te doen: school, ouders en nieuwsmedia. Dit zijn echter manieren die in hun ogen vanzelfsprekend en onvermijdelijk zijn en geen teken van politieke betrokkenheid vormen. Tevens blijkt uit hun uitspraken dat ze signalen opdoen uit allerlei vormen van gepopulariseerde politiek. Ze komen zelf met voorbeelden van gepopulariseerde politiek die hen zijn opgevallen en hebben hier een duidelijke mening over. Hun uitspraken geven dus geen volledig beeld van de manier waarop ze politieke signalen opvangen.

Actieve jongeren daarentegen hebben geen problemen om te spreken over de politieke signalen die ze opdoen. Hun vrienden vinden politieke betrokkenheid namelijk niet vreemd. Zijzelf vinden politiek belangrijk, nuttig en leerzaam en willen graag een bijdrage leveren aan het politieke en maatschappelijke debat. Ze vertellen veel over de uiteenlopende manieren waarop ze met

politieke signalen in aanraking komen en bespreken politieke onderwerpen ook in politieke termen. Als gepopulariseerde politiek ter sprake komt, lijken ze echter op hun inactieve leeftijdsgenoten. Onderling hanteren actieve jongeren strikte normen over hoe politiek aan de orde moet worden gesteld. Popularisering is een ongewenste ontwikkeling, daarover zijn ze het eens. Ze kunnen daarom niet zeggen dat ze politieke signalen opdoen via gepopulariseerde vormen van politiek of laten merken dat ze deze interessant of aantrekkelijk vinden. Ze beweren dan ook dat gepopulariseerde politiek voor hen nauwelijks een rol speelt. Het feit dat ook deze jongeren uit zichzelf allerlei – in hun ogen slechte – voorbeelden van gepopulariseerde politiek noemen, laat zien dat ook zij hier wel degelijk mee in aanraking komen. De rol van popularisering is echter beperkt, omdat deze groep toegang heeft tot andere en ‘betere’ informatiebronnen.

Oordelen

De tweede deelvraag richtte zich op de oordelen die jongeren over politiek en gepopulariseerde politiek hebben. Inactieve jongeren hebben consequent een negatief oordeel over popularisering van politiek. Ze gebruiken zowel het frame dat politiek belangrijk is als het frame dat politiek saai is om dit te onderbouwen. Gepopulariseerde politiek zou ten eerste niet stroken met het feit dat politiek belangrijk is, omdat deze vorm niet voldoet aan journalistieke eisen als informatie, een serieuze toonzetting en objectiviteit. Inactieve jongeren willen bij verkiezingen een keuze maken op basis van inhoudelijke informatie over de hoofdlijnen van de politiek, maar gepopulariseerde politiek stelt hen hier niet toe in staat. Verder keuren ze popularisering af door te stellen dat het even saai is als ‘gewone’ politiek. Bovendien zijn amusementsvormen waarbinnen politiek aan de orde komt niet ontspannend. Zouden inactieve jongeren gepopulariseerde politiek leuk noemen, dan zou dat duiden op politieke betrokkenheid. Dan zouden ze in een verkeerd hokje vallen. Door popularisering af te keuren zeggen ze dat politiek diepgeworteld saai is, ongeacht de manier waarop het wordt gepresenteerd. Ze stellen tegelijkertijd dat ‘anderen’ op deze manier wel interesse in politiek kunnen krijgen. Deze anderen zouden politiek door popularisering minder saai gaan vinden, zouden een positiever beeld van politiek ontwikkelen en voor politici gemakkelijker te bereiken zijn. Inactieve jongeren zeggen dit echter vrijwel nooit over zichzelf.

Actieve jongeren keuren popularisering net als hun inactieve leeftijdsgenoten af. Zij beoordelen popularisering echter alleen vanuit het frame dat politiek belangrijk is. Ze komen dan met dezelfde opmerkingen als inactieve jongeren: gepopulariseerde politiek is onvoldoende inhoudelijk, niet serieus en niet objectief. Ook actieve jongeren spreken grote verwachtingen uit van popularisering om ‘anderen’ bij de politiek te betrekken. Ze hebben ervaring met het betrekken

van jongeren bij de politiek en kennen de moeilijkheden hiervan. Ze weten dat traditionele initiatieven weinig opleveren en vestigen daarom hun hoop op niet-traditionele manieren om jongeren bij politiek te betrekken. Ze tonen dan ook interesse in hoe inactieve jongeren met gepopulariseerde politiek omgaan.

Activiteiten

Ten slotte luidde de derde deelvraag: wat doen jongeren met (gepopulariseerde) politiek? Inactieve jongeren hebben – net als bij de signalen die ze opdoen – moeite om over hun politieke activiteiten te spreken. Leeftijdsgenoten denken immers dat jongeren die politieke activiteiten uitvoeren politiek betrokken en dus vreemd zijn. Inactieve jongeren zeggen dikwijls te gaan stemmen en voldoen daarmee aan de minimumeis die ze aan zichzelf en anderen stellen. Ze gaan echter niet uitgebreid in op andere mogelijkheden om actief te worden. Waarschijnlijk zijn de politieke activiteiten van deze jongeren ook echt beperkt. Zo kunnen ze niet met hun vrienden in actie komen tegen politieke maatregelen, omdat er een cultuur bestaat waarin er raar tegen dergelijke activiteiten wordt aangekeken. Dit brengt met zich mee dat ze wel politieke signalen opvangen, maar er geen handelingen aan verbinden. Als zij dit toch doen, geven ze dit niet snel toe. De politieke handelingen van inactieve jongeren staan op deze manier los van de politieke signalen die ze oppikken en de manier waarop ze die ontvangen. Hun uitspraken laten zien dat gepopulariseerde politiek dit patroon niet doorbreekt. De gebruikelijke minimum- en maximumeisen blijven van kracht.

Actieve jongeren vinden het daarentegen geen probleem om over hun activiteiten te spreken. Activiteiten zijn voor hen vanzelfsprekend. Zij doen als het ware voortdurend politieke signalen op en zetten deze regelmatig om in politieke handelingen. Ze hebben hier geen gepopulariseerde vormen van politiek voor nodig. Hoewel het mogelijk is dat deze jongeren wel degelijk politieke signalen opdoen bij gepopulariseerde politiek, geven ze dit niet snel toe, omdat popularisering in hun ogen een ongewenst verschijnsel is.

Samenvattend gebruiken jongeren dezelfde frames om over politiek en over gepopulariseerde politiek te spreken. Inactieve jongeren zeggen dat politiek belangrijk en saai is. Zij hanteren deze frames tevens om gepopulariseerde politiek af te keuren. Actieve jongeren gebruiken alleen het frame dat politiek belangrijk is en beargumenteren zo dat popularisering ongewenst is. Dit alles laat zien dat gepopulariseerde politiek voor beide groepen jongeren via dezelfde lijnen wordt geïnterpreteerd als politiek in het algemeen. Gepopulariseerde politiek levert dus geen nieuwe interpretaties van politiek op.

Discussie

Onderzoek naar de relatie tussen jongeren en politiek wordt voornamelijk geïnspireerd door het model van geïnformeerd burgerschap. Dit stelt hoge eisen aan burgers op het gebied van politieke kennis, interesse, vertrouwen en participatie. Telkens weer tonen onderzoekers aan dat deze eisen voor veel burgers te hoog liggen. Dit geldt bij uitstek voor jongeren: zij hebben weinig politieke interesse, weinig politieke kennis, participeren in geringe mate en informeren zich onvoldoende over politiek. Aangezien al deze onderzoeken vergelijkbare resultaten opleveren, is het niet zinvol wederom aan de hand van dit model onderzoek te doen. De conclusie staat dan immers vooraf vast: jongeren voldoen niet aan de normen die aan hen worden gesteld. In dit onderzoek is daarom gekozen voor een alternatieve, open benadering om de betekenisgeving van jongeren aan politiek te achterhalen.

Het model van geïnformeerd burgerschap veronderstelt dat een ware democratie een bepaald type geïnformeerde burgers kent. Dit ideaalbeeld trekt zich niets aan van empirische gegevens. Als er discrepantie bestaat tussen het model en de werkelijkheid, worden dit vaak geweten aan de burgers of aan de media, maar wordt er niet getwijfeld aan het model op zich (Bennett & Resnick, 1990). Het model sluit op deze manier alternatieve benaderingen op voorhand uit. Er bestaan echter verschillende redenen om dit model toch in twijfel te trekken. Ten eerste lijkt Nederland zich te ontwikkelen in de richting van een publieksdemocratie. Het is voor burgers in dit type democratie niet noodzakelijk zich intensief met politiek bezig te houden. Ze kunnen zich onmogelijk volledig over politiek informeren, omdat er te veel politieke informatie is. Ze moeten zich daarom concentreren op een beperkt aantal onderwerpen. Ten tweede gaan politieke partijen inhoudelijk meer en meer op elkaar lijken en neemt het belang van imago en presentatie in de politiek toe. Dergelijke criteria om politici te beoordelen worden binnen het model van geïnformeerd burgerschap echter afgekeurd. Ten derde kan popularisering van politiek niet binnen dit model worden onderzocht, omdat het te weinig aandacht zou besteden aan de inhoudelijke kant van politiek en te veel aan 'irrelevante zaken' als imago en uiterlijk. Het model van geïnformeerd burgerschap is dus niet alleen onhoudbaar, maar ook ongeschikt om de rol van popularisering in de politiek te onderzoeken.

In dit onderzoek is daarom een conceptuele benadering gebruikt waarin het begrip 'monitorial citizen' van Schudson (1998) een belangrijke rol speelt. Volgens Schudson scannen dergelijke burgers hun omgeving op 'gevaar'. Indien ze bepaalde bedreigingen van hun belangen hebben opgemerkt, kunnen ze besluiten hiertegen in actie te komen. Dit sluit goed aan op het begrip 'politieke sensitiviteit'. Bij aanvang van het onderzoek bestond de indruk dat deze

‘monitorial citizen’ om die reden een goede beschrijving zou kunnen zijn van inactieve jongeren. Zij zijn immers nauwelijks actief op politiek terrein, maar komen in sommige gevallen toch in actie. Het model van Schudson zou hier een verklaring voor kunnen bieden. Daarnaast kan gepopulariseerde politiek binnen dit alternatieve model een rol spelen, in tegenstelling tot het model van geïnformeerd burgerschap. Dit model lijkt echter niet van toepassing op actieve jongeren, aangezien zij zich juist als geïnformeerde burgers opstellen en gedragen.

Uit de diepte-interviews en focusgroepen in dit onderzoek blijkt dat inactieve en actieve jongeren uitgaan van een ideaal van geïnformeerd burgerschap. Ook inactieve jongeren hebben deze normen geïnternaliseerd: ze noemen politiek belangrijk, zeggen te gaan stemmen, dit om inhoudelijke redenen te willen doen en invloed te willen uitoefenen. Ook hun opmerkingen over popularisering zijn rechtstreeks afkomstig uit het model van geïnformeerd burgerschap: ze keuren popularisering af omdat het niet inhoudelijk en niet serieus is. Dit alles garandeert echter niet dat ze zich ernaar gedragen. Alleen actieve jongeren gedragen zich – zoals verwacht – naar de normen uit het model van geïnformeerd burgerschap. Zij zijn lid van een politieke partij en doen mee aan uiteenlopende politieke activiteiten. Inactieve jongeren doen dit niet, omdat ze politiek niet alleen belangrijk, maar ook saai vinden: zij vinden politiek suf en langdradig. Politieke activiteiten kosten hen daarom te veel moeite en ze laten zich hier snel van afhouden. Deze redeneringen laten zien dat inactieve jongeren ook niet beschreven kunnen worden als ‘monitorial citizens’. Ze hanteren immers onderling de norm dat het vreemd is om politiek actief te zijn. Daarom houden ze zich afzijdig van zowel traditionele als gepopulariseerde vormen van politiek. De politieke signalen die ze opdoen glijden langs hen af en leiden niet tot activiteiten. Kortom, politieke activiteiten zijn en blijven vreemd.

Dit onderzoek laat dus zien dat inactieve jongeren zich niet naar het model van geïnformeerd burgerschap gedragen, maar dit model wel als norm hanteren. Het frame dat politiek belangrijk is, vertoont sterke overeenkomsten met dit model. Het feit dat inactieve jongeren deze normen onderschrijven, komt in bestaand onderzoek vrijwel nooit aan de orde. Dit schijnt een positief licht op hun politieke betrokkenheid. Doordat deze jongeren politiek tegelijkertijd saai noemen, hebben hun normen echter weinig praktische gevolgen. Inactieve jongeren gaan alleen stemmen en zullen verder niet snel actief worden. Ze voldoen niet aan de hoge eisen uit het model van geïnformeerd burgerschap, maar ook niet aan de activiteiten die in het model van de ‘monitorial citizen’ worden verondersteld. Ze houden zich afzijdig van politiek omdat het saai zou zijn. Dit is meer in lijn met bestaande kennis over politieke betrokkenheid van jongeren. Hun positieve en negatieve uitspraken over poli-

tiek zorgen ervoor dat zowel de conclusie dat jongeren geïnteresseerd zijn als die dat ze ongeïnteresseerd zijn, gemakkelijk kan worden onderbouwd. Op deze manier blijft hun politieke betrokkenheid voortdurend onderwerp van discussie.

Aangezien het model van geïnformeerd burgerschap in hedendaagse visies op politiek – van volwassenen en jongeren – een belangrijke rol speelt, is popularisering van politiek veroordeeld tot een rol in de marge. Dit betekent niet dat gepopulariseerde vormen van politiek altijd irrelevant zijn. De jongeren in dit onderzoek komen op diverse manieren met gepopulariseerde politiek in aanraking en doen hierbij regelmatig informatie op. Dit is echter vooral een specifieke vorm van informatie, namelijk over hoe politiek *niet* gepresenteerd hoort te worden. Gepopulariseerde politiek vormt op deze manier een informatiebron over de stijl en presentatie van politiek en de normen waar politieke verslaggeving aan moet voldoen. Gepopulariseerde vormen van politiek kunnen alleen incidenteel een rol spelen bij de inhoudelijke politieke informatievoorziening, bijvoorbeeld als populaire cultuur informatie aanbiedt over onderwerpen die ook bij traditionele politieke informatiebronnen aan de orde komen. Populaire cultuur lijkt vooral van belang bij onderwerpen die al op de politieke agenda staan, zoals (tijdens de onderzoeksperiode) integratie, immigratie en de oorlog tegen terreur. Daarnaast kan populaire cultuur belangrijk zijn in periodes waarin het publiek relatief veel interesse heeft in politiek, zoals bij de opkomst van Pim Fortuyn, het referendum over de Europese Grondwet en verkiezingen in het algemeen. Buiten deze onderwerpen en periodes van grote interesse, lijkt de rol van popularisering minimaal. Als populaire cultuur onderwerpen agendeert die voor het publiek geheel nieuw zijn, doen jongeren dit af als irrelevant. Het lijkt erop dat onderwerpen eerst in de serieuze media aan de orde moeten zijn geweest.

In het eerste hoofdstuk werd gerefereerd aan de levendige discussie over de wenselijkheid van popularisering van politiek. Tegenstanders beweren dat popularisering de democratie zal aantasten (Hart, 1999; Postman, 1985), terwijl voorstanders denken dat het burgers juist kan stimuleren bij de politiek betrokken te raken (Sparks, 2000; Van Zoonen, 2005). Op basis van de resultaten van dit onderzoek kan geen van beide visies worden onderschreven. Popularisering lijkt in veel gevallen irrelevant te zijn, en niet in positieve of negatieve zin een belangrijke rol te spelen. Het is wel een voortdurende bron van discussie. De argumenten van tegenstanders dat popularisering niet inhoudelijk, onvoldoende serieus en daarmee principieel onwenselijk is, vinden veel weerklank onder jongeren. Opvallend is dat de conclusie van auteurs als Postman en Hart, namelijk dat hiermee de democratie wordt bedreigd, niet door jongeren wordt onderschreven. Zij neigen meer naar de conclusie van een auteur als Van Zoonen, dat popularisering de kloof tussen de politiek en

de burger zal verkleinen. Die burger is dan wel steeds 'de ander' en niet zichzelf. Jongeren lijken slecht te weten hoe de betrokkenheid van andere jongeren eruit ziet. Bij inactieve jongeren heeft dit te maken met het feit dat ze onderling nauwelijks over politiek spreken; en actieve jongeren staan op dit punt te ver af van hun inactieve leeftijdsgenoten. Beide groepen weten alleen dat de meerderheid van de jeugd politiek saai vindt. Ze denken dat een vlotte presentatie vooral ánderen kan helpen politiek interessanter en minder saai te vinden. Deze verwachting, die bekend staat als het derdepersoonseffect, leidt ertoe dat er telkens nieuwe initiatieven op dit vlak worden ontplooid. Deze verwachting kon in dit onderzoek echter niet met empirische gegevens worden onderbouwd.

Verder onderzoek

Hoewel de politieke betrokkenheid van jongeren vaak in de publieke belangstelling staat, blijft de wetenschappelijke belangstelling voor dit onderwerp sterk achter. Het meeste onderzoek naar politieke socialisatie is afkomstig uit de jaren zeventig, toen het onderzoeksveld een stormachtige ontwikkeling doormaakte. Sindsdien is het aantal publicaties gering en worden er vooral oproepen gedaan tot herbezinning op dit onderzoeksveld (Gemmeke, 1995). De belangrijkste leemte in bestaand onderzoek is kennis over hoe jongeren zelf tegen politiek aankijken. Het is belangrijk hier onderzoek naar te doen om zo bestaande opvattingen over de betrokkenheid van jongeren te toetsen op hun waarheidsgehalte. In dit onderzoek bleek bijvoorbeeld dat de observatie dat jongeren politiek oninteressant vinden ongenueanceerd is en dat de veronderstelling dat jongeren politiek aantrekkelijker gaan vinden door popularisering onjuist is.

Toekomstig onderzoek moet zich in de eerste plaats richten op de contexten waarin jongeren met politiek in aanraking komen en politieke signalen kunnen opdoen. Jongeren noemen uit zichzelf hun school en hun ouders. Vanuit de traditie van politieke socialisatie is er veel onderzoek gedaan naar de effecten van school en ouders op de politieke houdingen van jongeren. De vraag hoe ze deze contacten beleven is grotendeels genegeerd. Er is dus onderzoek noodzakelijk naar hoe jongeren in de thuissituatie met politiek in aanraking komen en welke rol hun ouders hierbij spelen. Op welke manieren kunnen ouders hun kinderen stimuleren of juist ontmoedigen om politieke activiteiten uit te voeren? Hoe wordt er in de thuissituatie gesproken over politiek en welke rol spelen nieuwsmedia en populaire cultuur hierbij? Er is tevens meer onderzoek nodig naar politieke vorming op school. Het is grotendeels onbekend hoe dit bij Geschiedenis en Maatschappijleer in de praktijk verloopt: hoe kijken jongeren hiertegen aan? Kan de school een rol spelen bij het doorbreken

van de jongerencultuur waarin politieke betrokkenheid vreemd is? Deze vragen zijn ook relevant vanuit maatschappelijk perspectief, omdat jongeren bij uitstek op school collectief aan het denken kunnen worden gezet over politiek. Er moet tevens meer aandacht komen voor projecten die als doel hebben jongeren bij de politiek te betrekken. Er worden veel pogingen in deze richting ondernomen, maar deze worden nauwelijks wetenschappelijk op hun effectiviteit onderzocht. Wat steken jongeren van deze initiatieven op? Onder welke voorwaarden zijn deze projecten voor inactieve jongeren aantrekkelijk?

Dit onderzoek geeft een algemeen overzicht van de ideeën van jongeren over popularisering van politiek. Op dit punt zijn twee belangrijke vervolgonderzoeken mogelijk. Ten eerste is in dit onderzoek gekeken naar hoe jongeren over popularisering spreken. Uit de gegevens komt dikwijls naar voren dat ze niet willen toegeven dat ze politiek interessant vinden, aan politieke activiteiten deelnemen of zich over politiek informeren. Het is daarom verstandig met andere onderzoeksmethoden replicatieonderzoek te doen. Bij surveys kunnen jongeren anoniem antwoord geven, zonder daarbij door anderen te worden beïnvloed. Met observatieonderzoek kan bovendien worden onderzocht in hoeverre het gedrag van jongeren overeenkomt met hun uitspraken. Een tweede mogelijkheid is onderzoek naar specifieke voorbeelden van popularisering. Dit onderzoek laat zien dat popularisering nauwelijks onderwerpen op de agenda kan zetten die nog niet op de agenda van jongeren stonden. Dit sluit echter niet uit dat gepopulariseerde politiek specifieke doelgroepen kan aanspreken. Zo zou er onderzoek gedaan moeten worden onder de fans van popsterren die zich met politiek bezighouden. Het is goed mogelijk dat artiesten onder hun eigen fans wél in staat zijn nieuwe politieke thema's te agenderen. Op dezelfde manier kan men zich afvragen of bijvoorbeeld de fans van Katja Schuurman en Bridget Maasland *Lijst Nul* aantrekkelijker vonden dan andere kijkers. Ook op deze manier kan een vollediger beeld ontstaan van de rol die popularisering bij de politieke betrokkenheid van jongeren kan spelen.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Vragenlijst focusgroepen

Tenslotte zou ik je willen vragen om deze vragenlijst in te vullen. Het invullen duurt maximaal vijf minuten. Bij elke vraag moet je het hokje aankruisen dat het beste bij jouw mening past. Bij elke vraag mag je maximaal 1 hokje aankruisen.

1. In hoeverre heb jij interesse in de volgende onderwerpen?

	Geen interesse	Weinig interesse	Enige interesse	Veel interesse
Politiek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Werkloosheid	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Milieuvervuiling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inkomensverschillen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Discriminatie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Openbaar vervoer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opvang van asielzoekers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ontwikkelingshulp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terrorisme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wachlijsten in de zorg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drugsgebruik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Europese eenwording	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veiligheid op straat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. Heb jij wel eens gestemd bij verkiezingen?
- Ja
 - Nee
 - Ik mag nog niet stemmen

3. Heb jij wel eens deelgenomen aan de volgende activiteiten?

	Ja	Nee
Meedoen aan een boycotactie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een handtekeningenactie organiseren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een discussie voeren op internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geld geven aan een goed doel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demonstreren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een handtekening zetten bij een handtekeningenactie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praten over politiek met vrienden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een SMS sturen voor een politiek of maatschappelijk doel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meedoen aan scholierenverkiezingen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vrijwilligerswerk doen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naar een politieke bijeenkomst gaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Politieke affiches ophangen of aanplakken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ondertekenen van een email-petitie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praten over politiek met mijn ouders	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bij vraag 4 mag je meerdere antwoorden aankruisen.

4. Op welke manieren krijg jij wel eens informatie over politiek?

- De krant
- Het nieuws op televisie
- Internet
- Mijn ouders
- Mijn vrienden
- Leraren of vakken op school
- Anders, nl.: _____

5. Ben je een jongen of een meisje?

- Jongen
- Meisje

6. Hoe oud ben je?

_____ jaar

7. Welke opleiding volg je momenteel?

Hartelijk bedankt voor het invullen.

Bijlage 2: Logistische regressieanalyses politieke activiteiten¹

	<i>n</i>	<i>Geslacht</i>	<i>Leeftijd</i>	<i>Opleiding</i>	<i>Actief</i>	<i>2 log likelikhoud</i>	<i>Cox & Snell R²</i>
Stemmen bij verkiezingen	83	-	-	-	-	24.490	.148
Praten over politiek met ouders	191	-	.382*	1.750**	-	96.528	.152
Praten over politiek met vriend	191	-	.477***	1.346**	-	138.208	.165
Handtekening zetten	191	.775*	.309**	-	-	171.726	.120
Geld geven aan een goed doel	191	.791*	.203**	-	-	196.229	.085
Vrijwilligerswerk doen	191	1.085**	.230**	.1390***	-	222.293	.199
Scholierenverkiezingen	190	-	-	1.899***	.975*	216.602	.171
Discussie over op internet	191	-	-	1.130**	1.600***	208.877	.188
Email-petitie ondertekenen	191	-	.175**	1.166**	.893*	213.966	.161
Demonstreren	191	-	.228**	.920*	.940*	197.387	.197
Handtekeningenactie organis.	191	-	-	-	-	219.794	.020
SMS sturen voor politiek doel	191	1.219*	-	1.942**	-	141.833	.103
Politieke affiches ophangen	191	-1.372*	.274*	-	2.663***	83.814	.326
Meedoen aan boycotacties	191	-	.183*	-	-	131.872	.100

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

Bijlage 3: Multiple regressieanalyses interesse in politieke onderwerpen²

	<i>n</i>	<i>Geslacht</i>	<i>Leeftijd</i>	<i>Opleiding</i>	<i>Actief</i>	<i>R²</i>	<i>F</i>
Discriminatie	191	.220**	-	-	-	.075	3.745**
Veiligheid op straat	190	.167*	-	-	-	.052	2.534*
Terrorisme	190	-	-	-	-	.009	.438
Milieuvervuiling	190	-	.273**	.144*	-	.089	4.504**
Drugsgebruik	189	-	-	-	-	.014	.671
Ontwikkelingshulp	188	.144*	-	-	.160*	.081	4.016**
Politiek	190	-	.222**	.276***	.262***	.288	18.695***
Openbaar vervoer	189	.140*	.330***	-	-	.159	8.686***
Wachlijsten in de zorg	191	-	-	-	.212**	.064	3.186*
Inkomensverschillen	191	-	.342***	-	.161*	.191	10.969***
Opvang van asielzoekers	191	-	.157*	.217**	.167*	.122	6.490***
Werkloosheid	191	-	.384***	-	.248**	.286	18.662***
Europa	191	-.166*	.199**	.146*	.238**	.224	13.410***

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001.

NOTEN

Hoofdstuk 1

- 1 In dit boek zijn citaten uit de interviews, focusgroepen en *Lijst Nul* geredigeerd. De uitspraken zijn zo min mogelijk herschreven of bewerkt. Leestekens worden toegevoegd als deze het leesgemak vergroten of de betekenis van de zin verduidelijken. Zinnen die niet worden afgemaakt door de respondent, worden in de tekst afgesloten met drie puntjes: ... Spreektaal zonder inhoudelijke functie (eh, nou, enzo, zal maar zeggen, et cetera), afgebroken woorden en herhalingen van woord- en zinsdelen worden in de tekst weggelaten. Soms worden inhoudelijke woorden weggelaten, bijvoorbeeld omdat deze verwarring scheppen over het doel van het citaat. Bij drie woorden of meer, wordt dit aangegeven met (...). Als er sprake is van onjuiste grammaticale constructies of ontbrekende woorden wordt dit gecorrigeerd tussen haken: []. Soms verwijzen respondenten naar zaken die eerder tijdens het interview of de focusgroep ter sprake kwamen, maar buiten het citaat vallen. Ook dit wordt tussen haken geplaatst: []. Overige verduidelijkingen staan tevens tussen haken: [].
- 2 In het kader van dit project zijn jongeren geïnterviewd over *Lijst Nul*. De hier gepresenteerde fragmenten zijn alleen een illustratie van de discussie die het programma oproept. Een beschrijving van de dataverzameling komt in hoofdstuk vijf aan de orde.
- 3 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 4 Volkszanger André Hazes deed bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2002 mee als lijstduwer voor een lokale partij in de gemeente De Ronde Venen. Hij werd in de raad gekozen, maar trad na korte tijd weer af.
- 5 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 6 BNN was aanvankelijk van plan met *Lijst Nul* mee te doen aan de verkiezingen van mei 2002. Uiteindelijk zag men van dit plan af.
- 7 Ad Melkert was bij de Tweede Kamerverkiezingen in 2002 van lijsttrekker van de PvdA. Na de nederlaag van de PvdA keerde hij de politiek de rug toe.
- 8 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 9 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 10 Fred Teeven was voordat hij lijsttrekker werd van Leefbaar Nederland officier van justitie. Hij behaalde bij de verkiezingen van 2002 twee zetels en werd fractievoorzitter. Bij de verkiezingen van 2003 ontstond intern ruzie over het lijsttrekkerschap, waarna hij zich terugtrok.

- 11 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 12 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 13 Als er wel een stijging te zien zou zijn, is het nog hoogst onzeker of deze geheel of gedeeltelijk aan *Lijst Nul* is toe te schrijven. Zo kunnen ook de opkomst van en moord op Pim Fortuyn of de oorlog tegen het terrorisme een rol hebben gespeeld.

Hoofdstuk 2

- 1 Deze bespreking maakt zowel gebruik van Nederlandse als buitenlandse onderzoeken, omdat beide in dezelfde richting wijzen en niet gekoppeld zijn aan een specifieke nationale situatie.
- 2 Voor dit onderzoek zijn geen Nederlandse jongeren ondervraagd. Er werden wel jongeren ondervraagd uit omliggende Europese landen zoals België (Wallonië), Duitsland, Engeland, Denemarken, Noorwegen, Zweden en Finland.
- 3 De andere helft van de jongeren geeft geen antwoord op deze vraag of komt met een inadequaat antwoord dat niet in de buurt komt van conventionele definities van democratie (Dijkman & Van der Linden, 1987: 74).
- 4 De cijfers van Qrius (2005) zijn bijvoorbeeld hoger dan die van Interview (1997), waarbij 14% van de niet-stemgerechtigde jongeren en 29% van de stemgerechtigde jongeren geïnteresseerd is in politiek. Dit verschil kan niet worden verklaard door de tussenliggende periode van zes jaar, aangezien de desinteresse van jongeren over een lange reeks van jaren constant is.
- 5 Op basis van de literatuur kan een subgroep worden gevormd die maatschappelijk actief is. Deze jongeren zijn inactief omdat ze geen politieke activiteiten uitvoeren, maar ze voeren wel activiteiten uit bij maatschappelijke organisaties zoals Amnesty International, Scouting, Loesje of de milieubeweging. Deze inactieve jongeren komen door deze activiteiten zijdelings met politiek in aanraking en kunnen oog krijgen voor het publieke belang. Deze activiteiten worden soms ook politiek in brede zin genoemd en kunnen een opstap vormen naar politieke activiteiten in enge zin (Van Deth & Leijenaar, 1994).
- 6 Op dit punt lijkt zich echter een trendbreuk voor te doen. Sinds de opkomst van Pim Fortuyn in 2002 lijken de leden van politieke partijen juist meer invloed te krijgen op de strategie, zoals de keuze van de lijsttrekker bij de verkiezingen.

Hoofdstuk 3

- 1 Over de definitie van politieke socialisatie bestaat overigens veel discussie (e.g. Conover & Searing, 1994; Greenstein, 1970; Sigel, 1995).
- 2 Provo nam bovendien deel aan de gemeenteraadsverkiezingen in Amsterdam.
- 3 Dit geldt alleen voor heavy metal, trash, speed, death en black. Dit geldt niet voor glam (De Leeuw et al., 2000).
- 4 Dit geldt alleen voor gangsta rap en niet voor breakdance (De Leeuw et al., 2000).
- 5 Het gemiddelde bereik van *Metro* en *Spits* is relatief hoog onder jongeren. Hoewel regionale kranten onder jongeren het hoogste bereik hebben, zijn de gratis kranten daarna, samen met de *Telegraaf* favoriet (Qrius, 2003).

- 6 Deze cijfers bevatten de leden waarvoor deze organisaties subsidie ontvingen op 31 december 2004. Veel politieke jongerenorganisaties hanteren ruimere leeftijdsgrenzen. Als alle ingeschreven leden worden meegeteld, dan hebben de organisaties in totaal geen 15.157, maar 22.979 leden. Dit verschil wordt vooral verklaard door het grote aantal leden van de SGP-jongeren dat buiten de leeftijdsgrenzen 14 t/m 27 jaar valt. Als alle leden van de SGP-jongeren worden meegeteld, maken zij meer dan de helft uit van alle leden van alle politieke jongerenorganisaties: 12.330.
- 7 Dit is een schatting, door de Jonge Fortuynisten opgegeven aan het ministerie van Binnenlandse Zaken.
- 8 Uit de cijfers kan worden afgeleid dat niet al deze jongeren dit in verenigingsverband doen. Daarmee valt een deel van deze sportbeoefening buiten de definitie van maatschappelijke participatie.
- 9 De cijfers over het aantal jongeren dat vrijwilligerswerk doet, lopen dan ook uiteen. Zo komt het CBS (2003) op veel hogere cijfers uit dan Qrius.
- 10 Niet Nix was een vernieuwingsbeweging van jongeren binnen de Partij van de Arbeid in de jaren negentig, die bestond naast de jongerenorganisatie de Jonge Socialisten. Na enkele jaren de PvdA te hebben opgeschud, werd de beweging weer opgedoekt.

Hoofdstuk 4

- 1 Jan Marijnissen is sinds de komst van de SP in de Tweede Kamer in 1994 fractievoorzitter van die partij. Hij was tevens lijsttrekker bij de verkiezingen van 2002 en 2003.
- 2 Rob Oudkerk was PvdA-lijsttrekker bij de Amsterdamse gemeenteraadsverkiezingen van 2002. Hij was tussen 2002 en 2004 wethouder.
- 3 Hildebrand Nawijn werd in 2002 minister van Vreemdelingenzaken en Integratie. In 2003 werd hij met voorkeursstemmen gekozen als Tweede Kamerlid voor de LPF.
- 4 In Nederland hadden deze politici wisselende successen. Zo was Erica Terpstra jarenlang een van de populairste Tweede Kamerleden en werd Leefbaar Utrecht onder leiding van Henk Westbroek zeer succesvol. De politieke carrière van André Hazes was echter van korte duur: hij hield het na enkele maanden alweer voor gezien. Peter R. de Vries zag na teleurstellende opiniepeilingen af van zijn voorname deel te nemen aan de Tweede Kamerverkiezingen van 2007.
- 5 Bij een andere zender met videoclips, *Video soul*, lag dit percentage met 11% aanmerkelijk lager (Brown & Campbell, 1986).

Hoofdstuk 5

- 1 Glaser en Strauss zijn op dit punt van mening gaan verschillen. Glaser (1992) houdt vast aan deze inductieve open benadering en wil dat onderzoekers geen gebruikmaken van bestaande kennis en theorie. Strauss vindt dat de gefundeerde theoriebenadering nieuwe theorie kan ontwikkelen, maar ook bestaande theorie kan verifiëren (Strauss & Corbin, 1990).
- 2 Hoewel er vooraf geen volledige informatie was gegeven over de inhoud van het onderzoek, maakte geen van de respondenten hier achteraf bezwaar tegen. Ze ble-

- ken het interview vaak leuk te hebben gevonden, al vonden velen politiek tegelijkertijd ook saai.
- 3 De hier genoemde toespraak is fictief.
 - 4 Dit programma staat ook bekend onder de naam NUD*IST, een afkorting voor Non-numerical Unstructured Data Indexing Searching and Theorizing.
 - 5 Tijdens de verkiezingscampagne van 2002 werd Dijkstal door de partijvoorzitter van de VVD gemaand om meer Jip-en-Janneketaal te spreken, als reactie op de populariteit van Pim Fortuyn.
 - 6 Deze jongeren zijn speciaal geworven voor een focusgroep over het thema popmuziek. Deze groep heeft uiteenlopende etnische achtergronden, wat relevant is in het kader van de besproken thema's.
 - 7 Er bestaan enkele uitzonderingen. Zo werd er een extra focusgroep gehouden over het thema popmuziek met hoger opgeleide jongeren van veertien tot en met zestien jaar. Een andere focusgroep bestaat in werkelijkheid uit twee focusgroepen van de halve tijd, waarin met de deelnemers slechts één in plaats van twee fragmenten werden besproken.
 - 8 In één geval was er sprake van tien respondenten.
 - 9 Bij actieve jongeren bleek dit zeer noodzakelijk. Als het onderzoek werd gepresenteerd als onderzoek naar popularisering van politiek, wilden ze vaak niet deelnemen. Dit kan achteraf worden verklaard door de uiterst kritische houding van deze jongeren over popularisering.
 - 10 Chi-kwadraat= 46.633, df= 1, sig= .000.
 - 11 Chi-kwadraat= 59.458, df= 1, sig= .000.
 - 12 Er is een andere vraagstelling gebruikt, die een goede vergelijking bemoeilijkt. Bij Nuus antwoordt men 'zeer geïnteresseerd'. In dit onderzoek is dat echter dat men 'veel interesse' heeft.
 - 13 Haitske van der Linde was medewerker van Leefbaar Nederland en werd op 22-jarige leeftijd na interne ruzies onverwacht lijsttrekker bij de verkiezingen van 2003. Na deze verkiezingen verdween Leefbaar Nederland uit de Tweede Kamer.
 - 14 De Amsterdamse PvdA-wethouder Rob Oudkerk zei op de avond van de gemeenteraadsverkiezingen van 2002 in een onderonsje tegen burgemeester Job Cohen dat er in Amsterdam 'Kutmarokkanen' zijn. Dit onderonsje werd per ongeluk opgenomen door een televisieploeg en kwam zo in de openbaarheid.

Hoofdstuk 6

- 1 Er werden logistische regressieanalyses uitgevoerd met de activiteiten als afhankelijke variabelen en geslacht, leeftijd, opleiding en politieke betrokkenheid als onafhankelijke variabelen. Bij opleiding wordt onderscheid gemaakt tussen laag opgeleide jongeren (VMBO en MBO) en hoog opgeleide jongeren (HAVO, VWO, HBO en WO). Het bezoeken van een politieke bijeenkomst wordt opgevat als een indicator voor politieke betrokkenheid. De bijbehorende tabel staat in bijlage twee.
- 2 Deze percentages hebben alleen betrekking op de deelnemers aan de focusgroepen. Een deel van deze respondenten is expliciet geworven omwille van hun politieke betrokkenheid en is dus niet representatief voor de Nederlandse jeugd. Deze per-

- centages zeggen daarom vooral iets over de rangorde in de populariteit van activiteiten en niet over de populariteit van deze activiteiten in de populatie.
- 3 Deze activiteit is zowel voorgelegd aan jongeren die niet mogen stemmen als jongeren die dat wel mogen. In het percentage van 94% zijn alleen de jongeren opgenomen die al mochten stemmen op het moment dat ze de survey invulden.
 - 4 Het kabinet maakte bekend plannen te hebben de subsidie voor Scouting Nederland in 2004 en 2005 af te bouwen en met ingang van 2006 te schrappen uit het welzijnsbeleid van het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
 - 5 Emile Ratelband is entertainer en was in 2003 lijsttrekker van zijn eigen partij bij de Tweede Kamerverkiezingen: de LijstRatelband.nl. Doede was, ondanks het feit dat hij zestien jaar was, kandidaat voor de Tweede Kamer voor deze partij. De partij behaalde geen zetels.
 - 6 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
 - 7 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
 - 8 Hier wordt bedoeld: René Steegmans die eind 2002 in Venlo werd doodgeschot op de parkeerplaats van een supermarkt, waar hij twee jongens aansprak op hun gevaarlijke rijgedrag. Zijn dood haalde de landelijke media en bracht een golf van verontwaardiging teweeg.
 - 9 De Utrechtse korpschef Vogelzang stelde begin 2000 voor jongeren een bijbaan bij de politie aan te bieden als toezichthouder op straat. Zij zouden hetzelfde uniform en dezelfde bevoegdheden als volwassen toezichthouders moeten krijgen.

Hoofdstuk 7

- 1 Rutte was in het eerste en tweede Kabinet-Balkenende staatssecretaris van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Tijdens het tweede Kabinet-Balkenende werd hij na enige tijd staatssecretaris van Onderwijs.
- 2 Bob is actief lid van de JOVD en nam deel aan een focusgroep op zijn school.
- 3 Boris Jeltsin was van 1990 tot 1999 de eerste Russische president.
- 4 Driek van Vugt (1980) was tussen 1999 en 2003 Eerste Kamerlid voor de SP en daarmee het jongste Kamerlid uit de parlementaire geschiedenis. Naar eigen zeggen had de SP voor een zeer jong Kamerlid gekozen om enig tegenwicht te bieden tegen de vele senioren die in de Eerste Kamer een zetel bezetten.
- 5 Johan Vlemmix werd vooral bekend als Oranjefan. Bij de verkiezingen van 2002 en 2003 was hij lijsttrekker van de Partij van de Toekomst (PvdT). De standpunten van de PvdT waren onder andere dat er een minister van Feestzaken moet komen; dat er meer landelijke feestdagen moeten komen (Nationale Handschuddag); dat bedrijven twee keer per jaar een personeelsfeest moeten organiseren; dat het condoom in het ziekenfonds moet; en dat de publieke omroep verplicht meer feestelijke muziek moet uitzenden. De partij haalde bij beide verkiezingen geen zetels.
- 6 Emile Ratelband is entertainer en was bij de verkiezingen van 2003 lijsttrekker van de LijstRatelband.nl. Winny de Jong was korte tijd Tweede Kamerlid voor de LPE. Bij de verkiezingen van 2003 deed zij mee met haar eigen partij Conservatieven.nl. Beide politici werden niet gekozen.

- 7 Het *Jongerenlagerhuis* was een discussieprogramma van de VARA waarin jongeren met elkaar over politiek en maatschappelijke onderwerpen in debat gingen.
- 8 Tijdens de focusgroepen vond de formatie van het tweede Kabinet-Balkenende plaats. Deze duurde een kleine 120 dagen.

Hoofdstuk 8

- 1 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 2 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 3 Dramaserie van de VPRO uit mei 2002, waarin een jonge, aantrekkelijke en ambitieuze minister van Sociale Zaken het door haar vernieuwingsdrang aan de stok krijgt met haar collega's.
- 4 Dramaserie van de VPRO uit 1999 over de IRT-affaire naar het gelijknamige boek van Ed van Thijn (1994).
- 5 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 6 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 7 Adam Curry was diskjockey en werkte jarenlang voor zenders als MTV en Veronica. In 2003 had hij met zijn vrouw Patricia Paay een eigen reality-soap.
- 8 In april 2002 organiseerde RTL4 een lijsttrekkersdebat in de pauze van de *Soundmixshow*. Het debat werd door ruim vier miljoen mensen bekeken, maar werd algemeen afgekeurd omdat het oppervlakkig zou zijn. In vier blokken kwamen lijsttrekkers aan het woord over politieke thema's. Deze blokken werden ingeleid door filmpjes met ontevreden burgers en drie lijsttrekkers die in vijftien seconden mochten zeggen wat ze van het onderwerp vonden. Het publiek bepaalde met stemkastjes wie het debat gewonnen had. Het debat werd meerdere keren onderbroken door reclame en door Henny Huisman die de tussenstand van de *Soundmixshow* gaf (Poorthuis, 2002).
- 9 Paul Rosenmüller was lijsttrekker van GroenLinks bij de Tweede Kamerverkiezingen in 2002. Kort daarna stapte hij uit de politiek.
- 10 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 11 In deze reclamespot uit de verkiezingscampagne van 2003 zingt zanger Bob Fosko in een volle bus samen met de enthousiaste passagiers het SP-lied 'een mens is meer'. Hij zingt onder meer: 'De school is toch geen markt, en de zorg toch geen product, wie rijkdom niet kan delen is als mens totaal mislukt, stem voor, stem SP'.
- 12 Hier wordt vermoedelijk presidentskandidaat Bob Dole bedoeld.
- 13 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.

Hoofdstuk 9

- 1 Dyab Abou Jahjah is leider van de Arabisch Europese Liga (AEL) in België en was dit korte tijd ook in Nederland. De AEL behartigt de belangen van Europese Arabieren en wil racisme en vooroordelen bestrijden. De partij krijgt veel kritiek, onder meer omdat zij integratie afwijst en de staat Israël wil ontmantelen.
- 2 Boris Dittrich werd na de verkiezingen van 2003 fractievoorzitter van D66 in de Tweede Kamer.

- 3 Wouter Bos reikte bij de TMF-Awards in april 2003 een award uit aan zanger Marco Borsato, vanwege Borsato's muzikale prestaties en zijn werk voor de hulporganisatie Warchild, die zich inzet voor kinderen in oorlogsgebieden.
- 4 Na het enorme verlies van de PvdA bij de Tweede Kamerverkiezingen in 2002, legde de nieuwe PvdA-leider Wouter Bos veel nadruk op meer contact met gewone mensen, om beter te begrijpen wat er onder het volk leefde.
- 5 Jaap de Hoop Scheffer was tussen 1997 en 2001 fractievoorzitter van het CDA. In 2002 werd hij minister van Buitenlandse Zaken. Eind 2003 werd hij secretaris-generaal van de NAVO.
- 6 Dit MTV-programma wordt door volwassenen dikwijls beschreven als smakeloos en gevaarlijk, omdat jongeren de stunts uit dit programma wellicht zouden imiteren. Voorbeelden zijn een speelgoedautootje rectaal inbrengen en daar röntgenfoto's van laten maken, een babykrokodil die in een tepel bijt, door een profbokser knock-out worden geslagen, een tatoeage laten zetten in een jeep die over een woest terrein rijdt, een bungeejump maken uit een boom waarbij het elastiek aan de onderbroek is bevestigd, et cetera.
- 7 Fortuyn werd na een door hem verloren debat aangesproken door parlementair journaliste Wouke van Scherrenburg, die, toen Fortuyn haar negeerde, stelde dat hij een slechte verliezer was. Fortuyn reageerde hierop door te suggereren dat Van Scherrenburg maar 'naar huis moest gaan om te koken'.
- 8 Winny de Jong was korte tijd LPF-Kamerlid en splitste zich af na een interne ruzie. Zij richtte de zeer rechtse partij Conservatieven.nl op. Tijdens de verkiezingscampagne van 2003 kondigde zij aan met pikante foto's halfnaakt in *Panorama* te staan. Dit laatste bleek niet het geval, De Jong poseerde slechts in een strak leren pakje.
- 9 Madonna maakte in deze periode ook een clip tegen de oorlog tegen het terrorisme bij het nummer *American Life*. Zij trok deze clip, waarin ze een handgranaat naar George Bush gooit, terug en maakte een nieuwe clip waarin dit standpunt niet meer terugkwam.
- 10 George Michael kwam in 1996 in het nieuws, toen hij werd gearresteerd voor onzedelijk gedrag op een herentoilet in Beverly Hills. Dit leidde ertoe dat Michael op CNN publiekelijk voor zijn homoseksualiteit uitkwam. Hij verwerkte deze gebeurtenissen later in de videoclip bij het nummer *Outside*.

Hoofdstuk 10

- 1 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 2 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.
- 3 Zeer succesvolle Amerikaanse comedyserie die werd uitgezonden tussen 1994 en 2004 over een groep vrienden in New York.
- 4 Imam El Moumni sprak bijvoorbeeld in mei 2001 in *Nova* over homoseksualiteit als een besmettelijke ziekte die schadelijk is voor de Nederlandse samenleving. Een ander voorbeeld is het nieuwsbericht dat moslimjongeren in Ede feest zouden vieren vanwege de aanslagen van 11 september 2001. Hoewel dit bericht onjuist was, zette het de toon: er werd dikwijls gesuggereerd dat veel moslims de aanslagen goedkeurden.

- 5 De destijds 26-jarige Mohammed Cheppih was de beoogde voorzitter van de politieke partij AEL in Nederland, maar trok zichzelf terug. Hij pleit voor het behoud van de eigen cultuur van moslims en is tegen integratie. Hij wordt dikwijls gezien als een moslimfundamentalist. De moskee waar hij vandaan komt, wordt door de AIVD in verband gebracht met terrorisme (*Nova*, 2005).
- 6 Deze percentages hebben alleen betrekking op de deelnemers aan de focusgroepen. Een deel van deze respondenten is expliciet geworven omwille van hun politieke betrokkenheid en is dus niet representatief voor de Nederlandse jeugd. Deze percentages zeggen dan ook iets over de rangorde in de interesses van jongeren en niet zozeer over de interesses van jongeren in de populatie.
- 7 Er werden multiple-regressieanalyses uitgevoerd, met de politieke activiteiten als afhankelijke variabelen en geslacht, leeftijd, opleiding en politieke betrokkenheid als onafhankelijke variabelen. Bij opleiding wordt onderscheid gemaakt tussen laagopgeleide jongeren (VMBO en MBO) en hoogopgeleide jongeren (HAVO, VWO, HBO en WO). Het bezoeken van een politieke bijeenkomst wordt opgevat als een indicator voor politieke betrokkenheid. De bijbehorende tabel staat in bijlage drie.
- 8 Dit interview werd afgenomen door medeonderzoeker Ditty Samethini.

Bijlagen

- 1 In de cellen de ongestandaardiseerde logistische regressiecoëfficiënten.
- 2 In de cellen de gestandaardiseerde Beta-coëfficiënten.

LITERATUUR

- Aalberts, C. & K. Brants
2005 Met Katja en Bridget de politiek in. Lijsttrekkers op zoek naar de jonge kiezer. In: K. Brants & P. van Praag (red.), *Politiek en media in verwarring. Verkiezingscampagnes in het lange jaar 2002* (pp. 133-151). Amsterdam: Spinhuis.
- Aarts, K.
2000 Opkomst. In: J. Thomassen, K. Aarts & H. van der Kolk (red.), *Politieke veranderingen in Nederland 1971-1998. Kiezers en de smalle marges van de politiek* (pp. 57-75). Den Haag: SDU.
- Aarts, K. & J. Thomassen
2000 Belangstelling voor politiek en politiek zelfvertrouwen. In: J. Thomassen, K. Aarts & H. van der Kolk (red.), *Politieke veranderingen in Nederland 1971-1998. Kiezers en de smalle marges van de politiek* (pp. 35-55). Den Haag: SDU.
- ABC News
2003 *Madonna's self-censorship*. WWW-document, opgehaald op 23 juni 2004 van www.abcnews.com.
- Alves, J.
1997 The thin end of the wedge. Jokes and the political socialization of children. *Humor: International Journal of Humor Research*, 10 (3), 301-331.
- Ambtman, G. den
2002 Kloof. *Algemeen Dagblad* (30 maart).
- Andolina, M.W., K. Jenkins, C. Zukin & S. Keeter
2003 Habits from home, lessons from school. Influences on youth civic development. *PS: Political Science and Politics*, 36 (2), 275-280.
- Arnett, J.
1991 Adolescents and heavy metal music. From the mouths of metalheads. *Youth and Society*, 23 (1), 76-98.
- Atkin, C.K.
1981 Communication and political socialization. In: D. Nimmo & K.R. Sanders (eds.), *Handbook of political communication* (pp. 299-328). Beverly Hills: Sage.
- Atkin, C.K. & W. Gantz
1978 Television news and political socialization. *Public Opinion Quarterly*, 42 (2), 183-198.

- Bakker, P. & O. Scholten
 2003 *Communicatiekaart van Nederland. Overzicht van media en communicatie (vierde druk)*. Alphen aan den Rijn: Kluwer.
- Barnhurst, K.G.
 1997 *Media democracy. How young citizens experience the news in the United States and Spain*. Amsterdam: proefschrift Universiteit van Amsterdam.
 1998 Politics in the fine meshes. Young citizens, power and media. *Media, Culture and Society*, 20 (2), 201-218.
- Barnhurst, K.G. & E. Wartella
 1991 Newspapers and citizenship. Young adults' subjective experience of newspapers. *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (2), 195-209.
 1998 Young citizens, American TV newscasts and the collective memory. *Critical Studies in Mass Communication*, 15 (3), 279-305.
- Baum, M.A.
 2002 Sex, lies and war. How soft news brings foreign policy to the inattentive public. *American Political Science Review*, 96 (1), 91-109.
- Baum, M.A.
 2003 Soft news and political knowledge. Evidence or absence of evidence? *Political Communication*, 20 (2), 173-190.
- Baxter, R.L., C. de Riemer, A. Landini, L. Leslie & M.W. Singletary
 1985 A content analysis of music videos. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 29 (3), 333-340.
- Beavers, S.L.
 2002 The West Wing as a pedagogical tool. *PS: Political Science and Politics*, 35 (2), 213-216.
- Beck, P.A. & M.K. Jennings
 1991 Family traditions, political periods and the development of partisan orientations. *Journal of Politics*, 53 (3), 742-763.
- Beekhoven, S. & F. van Wel
 1998 Jongeren en nieuwsmedia. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 26 (1), 30-39.
- Beentjes, J., L. d'Haenens, T. van der Voort & C. Koolstra
 1999 Nederlandse en Vlaamse kinderen en jongeren als gebruikers van interactieve media. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 27 (2), 105-124.
- Beker, M. & J.G.F. Merens
 1994 *Rapportage jeugd 1994*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Bennett, H. S. & J. Ferrell
 1987 Music videos and epistemic socialization. *Youth and Society*, 18 (4), 344-362.
- Bennett, S.E. & E.W. Rademacher
 1997 The 'age of indifference' revisited. Patterns of political interest, media exposure and knowledge among generation X. In: S.C. Craig & S.E. Bennett (eds.), *After the boom. The politics of generation X* (pp. 21-42). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Bennett, S.E. & D. Resnick
 1990 The implications of nonvoting for democracy in the United States. *American Journal of Political Science*, 34 (3), 771-802.

- Bennett, W.L.
1998 The uncivic culture: communication, identity, and the rise of lifestyle politics. *PS: Political Science and Politics*, 31 (4), 740-761.
- Berry, V.T. & V. Shelton
1999 Watching music. Interpretations of visual music performance. *Journal of Communication Inquiry*, 23 (2), 132-151.
- Beus, J. de
2001 *Een primaat van politiek (rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar politicologie aan de Universiteit van Amsterdam op 29 juni 2001)*. Amsterdam: Vossiuspers UvA.
- Bhavnani, K.
1991 *Talking politics. A psychological framing for views from youth in Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Birch, A.H.
1993 *The concepts and theories of modern democracy*. London: Routledge.
- Bird, S.E.
1998 News we can use. An audience perspective on the tabloidisation of news in the United States. *Javnost / The Public*, 5 (3), 33-49.
- Bloor, M., J. Frankland, M. Thomas & K. Robson
2001 *Focus groups in social research*. London: Sage.
- BNN
2002 *Bridget en Katja duiken de politiek in! (persbericht)*. WWW-document, opgehaald op 15 februari 2002 van www.bnn.nl.
- Boeije, H.
2002 A purposeful approach to the constant comparative method in the analysis of qualitative interviews. *Quality and Quantity*, 36 (4), 391-409.
- Bogart, L.
1989 *Press and public. Who reads what, when, where and why in American newspapers (second edition)*. Hillsdale: LEA.
- Bogt, T.F.M. ter & C.S. van Praag
1992 *Jongeren op de drempel van de jaren negentig*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Bois-Reymond, M. du, Y. te Poel & J. Ravesloot
1998 *Jongeren en hun keuzes*. Bussum: Coutinho.
- Bonfadelli, H.
1998 Jugend, Politik und Massenmedien. Was Jugendliche aus den Massenmedien über Politik erfahren. In: U. Sarcinelli (hg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur Politische Kommunikationskultur* (s. 368-386). Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Booij, L. & E. van Bruggen (red.)
1996 *Niet Nix. Ideeën voor de Partij van de Arbeid*. Amsterdam: Balans.
- Branigan, T.
2002 George Michael video rages at US policy in Middle East and attacks 'poodle' Blair. *The Guardian* (2 juli).

- Brants, K., E. Cabri & P. Neijens
 2000 Hoe informatief en hoe leuk? Infotainment in de campagne. In: P. van Praag & K. Brants (red.), *Tussen beeld en inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998* (pp. 134-153). Amsterdam: Spinhuis.
- Brants, K. & P. Neijens
 1998 The infotainment of politics. *Political Communication*, 15 (2), 149-164.
- Break-Out!
 2002 Katja & Bridget for president. 'Politiek is niet saai'. *Break-Out!* (14 maart), 54-55.
- Brill, P.
 2002 Nul, plus en min. *De Volkskrant* (24 april).
- Brink, A.
 1999 Politieke jeugdparticipatie. Jongeren serieus genomen? *Kleine Korczak Bulletin*, 17 (2), 9-13.
- Brown, J.D. & K. Campbell
 1986 Race and gender in music videos. The same beat but a different drummer. *Journal of Communication*, 36 (1), 94-106.
- Brown, J.D. & L. Schulze
 1990 The effects of race, gender and fandom on audience interpretations of Madonna's music videos. *Journal of Communication*, 40 (2), 88-102.
- Buckingham, D.
 1991 What are words worth? Interpreting children's talk about television. *Cultural Studies*, 5 (2), 228-245.
 2000 *The making of citizens. Young people, news and politics*. London: Routledge.
- Budesheim, T.L. & S.J. DePaola
 1994 Beauty or the beast? The effects of appearance, personality, and issue information on evaluations of political candidates. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20 (4), 339-348.
- Buitelaar, H. & M. Verschoor
 1997 Voor Niet Nix is de vorm de inhoud. Een politieke beweging met gevoel voor tijdsgeest. 0 | 25 *Tijdschrift over Jeugd*, 2 (9), 43-47.
- CBS
 1996 Politiek zelfvertrouwen en cynisme 1971-1994. *Sociaal-Culturele Berichten*, 18.
 1999 *Jeugd 1999. Cijfers en feiten*. Voorburg: CBS.
 2003 *Jeugd 2003. Cijfers en feiten*. Voorburg: CBS.
- CDJA
 2005 *Waar staan wij voor?* WWW-document, opgehaald op 10 januari 2005 van www.cdja.nl.
- Center for Media Education
 2001 *Teensites.com. A field guide to the new digital landscape*. WWW-document, opgehaald op 18 december 2001 van www.cme.org/teenstudy.
- Chaffee, S.H. & S.F. Kanihan
 1997 Learning about politics from the mass media. *Political Communication*, 14 (4), 421-430.

- Chaffee, S.H., X. Zhao & G. Leshner
 1994 Political knowledge and the campaign media of 1992. *Communication Research*, 21 (3), 305-324.
- Charmaz, K.
 1995 Grounded theory. In: J.A. Smith, R. Harré & L. van Langenhove (eds.), *Rethinking methods in psychology* (pp. 27-49). London: Sage.
- Christenson, P.G. & D.F. Roberts
 1998 *It's not only rock and roll. Popular music in the lives of adolescents*. Cresskill: Hampton.
- Cloonan, M. & J. Street
 1997 Politics and popular music. From policing to packaging. *Parliamentary Affairs*, 50 (2), 223-234.
 1998 Rock the Vote. Popular culture and politics. *Politics*, 18 (1), 33-38.
- Coleman, J.C.
 1993 Understanding adolescence today. A review. *Children and Society*, 7 (2), 137-147.
- Coleman, S.
 2005 The lonely citizen. Indirect representation in an age of networks. *Political Communication*, 22 (2), 197-214.
- Connell, R.W.
 1972 Political socialization in the American family. The evidence re-examined. *Public Opinion Quarterly*, 36 (3), 323-333.
 1987 Why the 'political socialization' paradigm failed and what should replace it. *International Political Science Review*, 8 (3), 215-223.
- Conover, P.J. & D.D. Searing
 1994 Democracy, citizenship and the study of political socialization. In: I. Budge & D. McKay (eds.), *Developing democracy* (pp. 24-55). London: Sage.
- Conway, M.M., M.L. Wyckoff, E. Feldbaum & D. Ahern
 1981 The news media in children's political socialization. *Public Opinion Quarterly*, 45 (2), 164-178.
- Cook, T.E.
 1985 The bear market in political socialization and the costs of misunderstood psychological theories. *American Political Science Review*, 79 (4), 1079-1093.
- Crigler, A.N. & K.B. Jensen
 1991 Discourses on politics. Talking about public issues in the United States and Denmark. In: P. Dahlgren & C. Sparks (eds.), *Communication and citizenship. Journalism and the public sphere in the new media age* (pp. 176-192). London: Routledge.
- Crozat, M.
 1998 Are the times a-changin'? Assessing the acceptance of protest in Western democracies. In: D. S. Meyer & S. Tarrow (eds.), *The social movement society. Contentious politics for a new century* (pp. 59-81). Lanham: Rowman and Littlefield.
- Cutcliffe, J.R.
 2000 Methodological issues in grounded theory. *Journal of Advanced Nursing*, 31 (6), 1476-1484.

CYPU

- 2002 *Young people and politics. A report on the Yvote?/Ynot? project by the young people's unit.* London: Children and Young People's Unit.

Daal, H.J. van

- 1994 Hedendaags vrijwilligerswerk. Gedaanten, identiteit en aantrekkingskracht. In: P. Dekker (red.), *Civil society. Verkenningen van een perspectief op vrijwilligerswerk* (pp. 201-219). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Dahlgren, P.

- 1988 What's the meaning of this? Viewers' plural sense-making of TV news. *Media, Culture and Society*, 10, 285-301.

Dalton, R.J.

- 1980 Reassessing parental socialization. Indicator unreliability versus generational transfer. *American Political Science Review*, 74 (2), 421-431.

Davidson, W.P.

- 1983 The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.

Dekker, H.

- 1986 *Politiek op school. Verslag van een onderzoek naar de doelstellingen van intentionele politieke socialisatie van leerkrachten maatschappijleer.* Groningen: proefschrift Rijksuniversiteit Groningen.

Dekker, H., P. Schyns & M. Nuis

- 2003 *Political cynicism and its conceptualizations.* Paper gepresenteerd op de ECPR-conference in Marburg, 18-21 september.

Delli Carpini, M.X.

- 2000 Gen.com. Youth, civic engagement and the new information environment. *Political Communication*, 17 (4), 341-349.

Delli Carpini, M.X., & S. Keeter

- 1996 *What Americans know about politics and why it matters.* New Haven: Yale University Press.

Delli Carpini, M.X. & B.A. Williams

- 1994 Methods, metaphors, and media research. The uses of television in political conversation. *Communication Research*, 21 (6), 782-812.

Deth, J. van & M. Leijenaar

- 1994 De politieke participatie van maatschappelijk actieven. In: P. Dekker (red.), *Civil society. Verkenningen van een perspectief op vrijwilligerswerk* (pp. 221-239). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Dijk, E. van

- 2004 *'Ja, ja, wij zijn de toekomst, bla, bla, bla'. Kwalitatieve inhoudsanalyse van politieke discussieprogramma's voor jongeren.* Amsterdam: scriptie Communicatiewetenschap, Universiteit van Amsterdam.

Dijkman, T.A. & F. van der Linden

- 1987 *Jeugd, democratie en politiek. Een onderzoek naar politieke socialisatie in het kader van de leefwereld van jongeren van 12 tot 16 jaar.* Nijmegen: Hoogveld Instituut.

DNPP

- 2005 *Jongerenorganisaties van politieke partijen boekten in 2004 winst (persbericht).* Groningen: Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen.

- Duck, J.M., M.A. Hogg & D.J. Terry
 1995 Me, us and them. Political identification and the third-person effect in the 1993 Australian federal election. *European Journal of Social Psychology*, 25, 195-215.
- Edwards, L.
 2001 *Politics not parties. Young people and political engagement. Findings from a series of discussion groups with young people*. London: Institute for Public Policy Research.
- Eijk, C. van der
 2001 *De kern van de politiek*. Amsterdam: Spinhuis.
- Eliasoph, N.
 1998 *Avoiding politics. How Americans produce apathy in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Emler, N. & E. Frazer
 1999 Politics. The education effect. *Oxford Review of Education*, 25 (1-2), 251-273.
- Enzlin, R.
 1998 Het uiterlijk van politici in de ogen van kiezers. In: J. van Holsteyn & G.A. Irwin (red.), *De wilde frisheid van limoenen. Studiën over politici in de ogen van kiezers* (pp. 65-86). Leiden: DSWO.
- E-Online
 2001 *Jackson's new: 'We are the world'*. WWW-document, opgehaald op 13 december 2001 van www.eonline.com.
- Finifter, A.D.
 1974 The friendship group as a protective environment for political deviants. *American Political Science Review*, 68 (2), 607-625.
- Fontana, A. & J.H. Frey
 1998 Interviewing. The art of science. In: N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (eds.), *Collecting and interpreting qualitative materials* (pp. 47-78). Thousand Oaks: Sage.
- Fox
 2001 *America. A Tribute to Heroes*. WWW-document, opgehaald op 13 december 2001 van www.fox.com.
- Fox, W.S. & J.D. Williams
 1974 Political orientation and music preferences among college students. *Public Opinion Quarterly*, 38, 352-371.
- Frazer, E.
 1999 Introduction. The idea of political education. *Oxford Review of Education*, 25 (1-2), 5-22.
- Frith, S.
 1987 Towards an aesthetic of popular music. In: R. Leppart & S. McClary (eds.), *Music and society. The politics of composition, performance and reception* (pp. 133-149). Cambridge: Cambridge University Press.
- Frith, S. & J. Street
 1992 Rock against Racism and Red Wedge. From music to politics, from politics to music. In: R. Garofalo (ed.), *Rockin' the boat. Mass music and mass movements* (pp. 67-80). Boston: South End.

- Furnham, A. & B. Stacey
1991 *Young people's understanding of society*. London: Routledge.
- Galston, W.A.
2001 Political knowledge, political engagement and civic education. *Annual Review of Political Science*, 4, 217-234.
- Gamson, W.A.
1992 *Talking politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Garofalo, R.
1992 Understanding mega-events. If we are the world, then how to change it? In: R. Garofalo (ed.), *Rockin' the boat. Mass music and mass movements* (pp. 15-35). Boston: South End.
- Gauntlett, A. & A. Hill
1999 *TV living. Television, culture and everyday life*. London: Routledge.
- Gemmeke, M.
1995 Onderzoek naar politieke socialisatie. De stand van zaken. *Acta Politica*, 30 (1), 75-101.
1998 *Politieke betrokkenheid van kinderen op de basisschool*. Amsterdam: Thesis Publishers.
- Gianos, P. L.
1998 *Politics and politicians in American film*. Westport, Connecticut: Praeger.
- Giesen, P.
1998 Politiek moet snel en leuk zijn. *De Volkskrant* (4 maart).
- Gilsing, R.
1999 *Lokaal jeugdbeleid. Een inventariserend onderzoek*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Glaser, B.G.
1992 *Emergence vs forcing. Basics of grounded theory analysis*. Mill Valley: Sociology Press.
- Glaser, B.G. & A.L. Strauss
1967 *The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research*. New York: Aldine.
- Graber, D.
2001a Adapting political news to the needs of twenty-first century Americans. In: W.L. Bennett & R.M. Entman (eds.), *Mediated politics. Communication in the future of democracy* (pp. 433-452). Cambridge: Cambridge University Press.
2001b *Processing politics. Learning from television in the internet age*. Chicago: University of Chicago Press.
2003 The media and democracy. Beyond myths and stereotypes. *Annual Review of Political Science*, 6, 139-160.
2004 Mediated politics and citizenship in the twenty-first century. *Annual Review of Psychology*, 55, 545-571.
- Greef, P. de
2002 Niet-stemmers gehoord. De interviews. In: P. Dekker (red.), *Niet-stemmers. Een onderzoek naar achtergronden en motieven in enquêtes, interviews en focusgroepen* (pp. 63-107). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

- Greenstein, F.I.
1970 A note on the ambiguity of 'political socialization'. Definitions, criticisms and strategies of inquiry. *Journal of Politics*, 32 (4), 969-978.
- Habben Jansen, E.M.
1994 *De jonge liberalen. Een geschiedenis van de JOVD 1949-1994*. Amsterdam: JOVD.
- Habermas, J.
1989 *The structural transformation of the public sphere. An inquiry of a category of bourgeois society*. Cambridge: MIT Press.
- Hageman, E.
2002 Hun tegen ons. *Trouw* (22 oktober).
- Hagen, I.
1994 The ambivalences of TV news viewing. Between ideals and everyday practices. *European Journal of Communication*, 9, 193-220.
- Harrison, L. & W. Deicke
2000 Capturing the first time voters. An initial study of political attitudes among teenagers. *Youth and Policy*, 67, 26-40.
- Hart, R.P.
1999 *Seducing America. How television charms the modern voter*. Thousand Oaks: Sage.
- Hart, J. de
1990 *Levensbeschouwelijke en politieke praktijken van Nederlandse middelbare scholieren*. Kampen: J.H. Kok.
- Hart, J. de & K. Breedveld
2001 Maatschappelijke participatie. Deelname aan vrijwilligerswerk en onbetaalde hulpverlening. In: K. Breedveld, et al. (red.), *Trends in de tijd. Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordering* (pp. 65-74). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Hart, J. de & J. Jansen
1991 De betekenis van jeugdstijlen voor de politieke meningsvorming van jongeren. *Sociologische Gids*, 38 (3), 372-395.
- Hartman, J.K.
1999 Penn State University's president promotes newspapers to students. *Newspaper Research Journal*, 20 (3), 48-57.
- Hazekamp, J.L., J. van der Gaauw & J. Nutjens
1993 *Jongeren doen mee aan beleid. Verslag van een onderzoek naar politieke participatie van jongeren op lokaal niveau*. Alphen aan de Rijn: Samson Sijthoff.
- Hees, C. van, W. Bombeeck, J. Terpstra & C. Velema
2002 *Jong betrokken. Jongerenparticipatie op lokaal niveau*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Hees, C. van & H. Sniijders
2002 *Drank, brommers en dus ook stemmen! Een onderzoek naar de haalbaarheid en wenselijkheid van het stemrecht voor zestienjarigen*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Heide, J. van der, J. Olthof, R. Post, B. Slager & H. Venema
1998 *In de kantlijn. 20 jaar Jonge Socialisten in de PvdA 1978-1998*. Groningen: Holmsterland/SKF.

- Hoedeman, J. & R. Kemper
 2002 Katja en Bridget? *De Volkskrant* (21 september).
- Holbert, R.L., O. Pillion, D.A. Tschida, G.G. Armfield, K. Kinder, K.L. Cherry, et al.
 2003 The West Wing as endorsement of the U.S. presidency. Expanding the bounds of priming in political communication. *Journal of Communication*, 53 (3), 427-443.
- Hollander, B.
 1995 The new news and the 1992 presidential campaign. Perceived vs. actual political knowledge. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72, 786-798.
- Holsteyn, J. van
 2000 De kiezer verklaart. Over redenen van de partijkeuze in heden en verleden. In: J. Thomassen, K. Aarts & H. van der Kolk (red.), *Politieke veranderingen in Nederland 1971-1998. Kiezers en de smalle marges van de politiek* (pp. 107-120). Den Haag: SDU.
- Hooghe, M., D. Stolle & P. Stouthuysen
 2004 Head start in politics. The recruitment function of youth organisations of political parties in Belgium (Flanders). *Party Politics*, 10 (2), 193-212.
- Huggins, R.
 2001 The transformation of the political audience? In: B. Axford & R. Huggins (eds.), *New media and politics* (pp. 127-150). London: Sage.
- Huygen, M.
 2002 Alcohol drinken voor kinderen. *NRC Handelsblad* (19 maart).
- Huysmans, F. & J. de Haan
 2001 Media en ICT: omgaan met een overvloedig aanbod. In: K. Breedveld, et al. (red.), *Trends in de tijd. Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordering* (pp. 75-95). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- IPP
 1997 *Participeren doe je niet alleen. Over participatie van jeugdigen in gemeentelijk beleid*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Jackson, D.J.
 2002 *Entertainment and politics. The influence of pop culture on young adult political socialization*. New York: Peter Lang.
- Jaffee, L.
 1987 The politics of rock. *Popular Music and Society*, 11 (4), 19-30.
- Jennings, M.K. & R.G. Niemi
 1968 The transformation of political values from parent to child. *American Political Science Review*, 62 (1), 169-184.
- Jensen, K.B.
 1990 The politics of polysemy. Television news, everyday consciousness and political action. *Media, Culture and Society*, 12, 57-77.
- Jeugdraad
 2004a *Bert Koenders en Boris van der Ham vallen in de prijzen. Nationale Jeugdraad reikt Klare Taalprijs en Zwetsprijs uit aan politici (persbericht 19 mei)*. Utrecht: Nationale Jeugdraad.

- 2004b *Jargonbrigade nomineert zwetsende politici. Maxime Verhagen maakt grootste uitglidders (persbericht 30 september)*. Utrecht: Nationale Jeugdraad.
- Johnson, T.J., M.A.M. Braima & J. Sothirajah
1999 Doing the traditional media sidestep. Comparing the effects of the internet and other nontraditional media with traditional media in the 1996 presidential campaign. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76, 99-123.
- Jones, J.P.
2005 *Entertaining politics. New political television and civic culture*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Jonge Socialisten
2005 *Activiteiten*. WWW-document, opgehaald op 10 januari 2005 van www.js.nl.
- JOVD
2005 *Activiteiten. Vorming en scholing*. WWW-document, opgehaald op 10 januari 2005 van www.jovd.nl.
- Kalse, E.
1998 PvdA reikt via pop en podium naar jeugd. *NRC Handelsblad* (2 maart).
2002 TV-babes Katja en Bridget veroveren het Torentje. *NRC Handelsblad* (30 september).
- Kelle, U. (ed.)
1995 *Computer-aided qualitative data analysis. Theory, methods and practice*. London: Sage.
- Kelle, U.
1997 Theory building in qualitative research and computer programs for the management of textual data. *Sociological Research Online*, 2 (2).
- Kim, J., R.O. Wyatt & E. Katz
1999 News, talk, opinion, participation. The part played by conversation in deliberative democracy. *Political Communication*, 16 (4), 361-385.
- Kimberlee, R.H.
2002 Why don't British young people vote at general elections? *Journal of Youth Studies*, 5 (1), 85-98.
- Knack, S.
1997 The reappearing American voter. Why did turnout rise in '92? *Electoral Studies*, 16 (1), 17-32.
- Koopmans, R.
1994 Paal en perk aan een bezweringsformule. Naar een empirische invulling van de civil society. In: P. Dekker (red.), *Civil society. Verkenningen van een perspectief op vrijwilligerswerk* (pp. 283-311). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Kox, W.
1987 *Jeugd, religie en politiek. Een literatuur-onderzoek naar het toetreden van jongeren tot religieuze en politieke groeperingen*. Utrecht: Vakgroep Ontwikkeling en Socialisatie, Universiteit Utrecht.
- Lakatos, I.
1982 *The methodology of scientific research programmes. Philosophical papers: volume 1*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Landsheer, C. de
 2004 Uiterlijk en de perceptie van politieke geschiktheid. Mannen en vrouwen in Nederland en Vlaanderen. In: C. de Landsheer (red.), *Politiek impressiemanagement in Vlaanderen en Nederland* (pp. 125-149). Leuven: Acco.
- Lauber, A. & D. Hajok
 2000 Freizeit und Politisches. Interessen Jugendlicher. In: B. Schorb & H. Theunert (hg.), *'Ein bisschen wählen dürfen...' Jugend - Politik - Fernsehen. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformation durch 12- bis 17-jährige* (s. 37-59). München: Kopäd Verlag.
- Lauf, E.
 2001 The vanishing young reader. Sociodemographic determinants of newspaper use as a source of political information in Europe. *European Journal of Communication*, 16 (2), 233-243.
- Leeuw, K. de, S. Hoitsma, I. de Jager & P. Schonewille
 2000 *Jong! Jongerencultuur en stijl in Nederland 1950 - 2000*. Zwolle: Waanders.
- Lenders, J.
 1991 Maatschappelijke ontwikkelingen en jeugdcultuur vanaf 1945. *Jeugd en Samenleving*, 21 (2-3), 100-118.
- Liebes, T. & E. Katz
 1990 *The export of meaning. Cross-cultural readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Lijphart, A.
 1992 *Verzuiling, pacificatie en kentering in de Nederlandse politiek (negende druk)*. Haarlem: H.J.W. Becht.
 1997 Unequal participation. Democracy's unresolved dilemma. *American Political Science Review*, 91 (1), 1-14.
- Linden, F. van der
 1990 *Groot worden in een klein land. Feiten en cijfers uit het onderzoek naar de leefwereld van jongeren tussen 12 en 21 jaar*. Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen.
- List, G. van der
 2002 Publiek gekkenhuis. *Elsevier*, 58 (13 april), 104.
- Livingstone, S. & P. Lunt
 1992 Expert and lay participation in television debates. An analysis of audience discussion programmes. *European Journal of Communication*, 7, 9-35.
 1994 *Talk on television. Audience participation and public debate*. London: Routledge.
- Lunt, P. & S. Livingstone
 1996 Rethinking the focus group in media and communications research. *Journal of Communication*, 46 (2), 79-98.
- Manin, B.
 1997 *The principles of representative government*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Martinez, T.A.
 1997 Popular culture as oppositional culture. Rap as resistance. *Sociological Perspectives*, 40 (2), 265-286.

- Matthews, H.
 2001 Citizenship, youth councils and young people's participation. *Journal of Youth Studies*, 4 (3), 299-318.
- Matthews, H., M. Limb, L. Harrison & M. Taylor
 1998 Local places and the political engagement of young people. Youth councils as participatory structures. *Youth and Policy* (62), 16-30.
- Mayer, I., J. Edelenbos & R. Monnikhof
 2002 Stormram of stut? Democratische dilemma's van interactieve beleidsontwikkeling. In: J. van Holsteyn & C. Mudde (red.), *Democratie in verval?* (pp. 83-104). Amsterdam: Boom.
- McDonnell, J.
 1992 Rap music. It's role as an agent of change. *Popular Music and Society*, 16 (3), 89-107.
- McLeod, D.M., W.P. Eveland & A.I. Nathanson
 1997 Support for censorship of violent and misogynic rap lyrics: an analysis of the third-person effect. *Communication Research*, 24 (2), 153-174.
- McLeod, J.M., Z. Guo, K. Daily, C.A. Steele, H. Huang, E. Horowitz, et al.
 1996 The impact of traditional and nontraditional media forms in the 1992 presidential election. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73 (2), 401-416.
- Michael, G.
 2002 *Shoot the Dog (songtekst)*. WWW-document, opgehaald op 25 februari 2003 van www.georgemichael.com.
- Mik, K. de
 2001 Kruisocht tegen ranzige jongerenbladen. *NRC Handelsblad* (30 mei).
- Molloy, D., C. White & N. Hosfield
 2002 *Understanding youth participation in local government. A qualitative study*. Engeland: DTLR.
- Naaijkens, E.
 2002 Jeugd komt vooral voor muziek op Futurefestival in 013. Jongeren en politiek, een moeizame relatie. *Brabants Dagblad* (4 maart).
- Neuman, W.R., M.R. Just & A.N. Crigler
 1992 *Common knowledge. News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.
- Neve, B.
 2000 Frames of presidential and candidate politics in American films of the 1990s. *Javnost / The Public*, 7 (2), 19-32.
- Newman, B.I. & R.M. Perloff
 2004 Political marketing. Theory, research and applications. In: L.L. Kaid (ed.), *Handbook of political communication research* (pp. 17-43). Mahwah: LEA.
- Niemi, R.G. & M.A. Hepburn
 1995 The rebirth of political socialization. *Perspectives on Political Science*, 24 (1), 7-16.
- Noomen, E.
 2002 Bridget over troebel water. 'Pim Fortuyn is ook geweldig'. *Nieuwe Revu* (27 maart), 36-40.

Norris, P.

- 1999 Conclusions. The growth of critical citizens and its consequences. In: P. Norris (ed.), *Critical citizens. Global support for democratic governance* (pp. 257-272). Oxford: Oxford University Press.
- 2000 *A virtuous circle. Political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

Nova

- 2005 *Mohammed Cheppib*. WWW-document, opgehaald op 4 januari 2005 van www.novatv.nl.

NRC Handelsblad

- 2001a Concert popband Zyklon afgelast. *NRC Handelsblad* (8 mei).
- 2001b Geen ophef Zyklon. *NRC Handelsblad* (10 mei).
- 2002 Politiek moet sexy zijn. *NRC Handelsblad* (11 maart).

Nuus, M.

- 2002 *Scholieren over politiek. Een onderzoek naar politieke oriëntaties van scholieren in 2002*. Amsterdam: Instituut voor Publiek en Politiek.

OC&W

- 2004a *Examenprogramma Geschiedenis en staatsinrichting VMBO*. WWW-document, opgehaald op 15 juli 2004 van www.eindexamen.nl.
- 2004b *Examenprogramma Geschiedenis HAVO*. WWW-document, opgehaald op 15 juli 2004 van www.eindexamen.nl.
- 2004c *Examenprogramma Geschiedenis VWO*. WWW-document, opgehaald op 15 juli 2004 van www.eindexamen.nl.
- 2004d *Examenprogramma Maatschappijleer HAVO*. WWW-document, opgehaald op 15 juli 2004 van www.eindexamen.nl.
- 2004e *Examenprogramma Maatschappijleer II VMBO*. WWW-document, opgehaald op 15 juli 2004 van www.eindexamen.nl.
- 2004f *Examenprogramma Maatschappijleer VMBO*. WWW-document, opgehaald op 15 juli 2004 van www.eindexamen.nl.
- 2004g *Examenprogramma Maatschappijleer VWO*. WWW-document, opgehaald op 15 juli 2004 van www.eindexamen.nl.

Olshansky, E.F.

- 1996 Theoretical issues in building a grounded theory. Application of an example of a program of research on infertility. *Qualitative Health Research*, 6 (3), 394-405.

O'Toole, T., M. Lister, D. Marsh, S. Jones & A. McDonagh

- 2003 Tuning out or left out? Participation and non-participation among young people. *Contemporary Politics*, 9 (1), 45-61.

O'Toole, T., D. Marsh & S. Jones

- 2003 Political literacy cuts both ways. The politics of non-participation among young people. *Political Quarterly*, 74 (3), 349-360.

Parool, Het

- 2002 Lijst Nul zonder premier. *Het Parool* (28 oktober).

Patterson, T.E.

- 2003 The search for a standard. Markets and media. *Political Communication*, 20 (2), 139-143.

- Perloff, R.M.
1999 The third-person effect. A critical review and synthesis. *Media Psychology*, 1 (4), 353-378.
- Peterson, J.B. & P.G. Christenson
1987 Political orientation and music preference in the 1980s. *Popular Music and Society*, 11 (4), 1-17.
- Poorthuis, F.
2002 Lijsttrekkers voelen zich clowns in variétéact. *De Volkskrant* (29 april).
- Postman, N.
1985 *Amusing ourselves to death. Public discourse in the age of show business*. London: Heineman.
- Praag, P. van
2000 De professionalisering van campagnes. Vastberaden maar met mate. In: P. van Praag & K. Brants (red.), *Tussen beeld en inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998* (pp. 16-35). Amsterdam: Spinhuis.
- Prins, B.
2004 *Voorbij de onschuld. Het debat over integratie in Nederland (tweede druk)*. Amsterdam: Van Gennep.
- Prinsky, L.E. & J.L. Rosenbaum
1987 'Leer-ics' or lyrics. Teenage impressions of rock 'n roll. *Youth and Society*, 18 (4), 384-397.
- Prior, M.
2003 Any good news in soft news? The impact of soft news preference on political knowledge. *Political Communication*, 20 (2), 149-171.
- Putten, J. van
1994 *Politiek. Een realistische visie*. Utrecht: Aula.
- Qrius
2003 *Jongeren 2003. Niets willen missen*. Amsterdam: Qrius.
2005 *Jongeren 2005. Het speelveld verandert*. Amsterdam: Qrius.
- Raeymaeckers, K.
2000 DeMix. Een marketingtool voor krantenleesgedrag bij jongeren? *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 28 (3), 214-229.
2002 De stoeve relatie tussen jongeren en kranten als uitdaging voor uitgevers. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 30 (3), 212-231.
- Raymzter
2002 *Kut Marokkanen??!* (songtekst). WWW-document, opgehaald op 3 maart 2003 van www.raymzter.nl.
- Reichert, T., J.E. Mueller & M. Nitz
2003 Disengaged and uninformed. 2000 presidential election coverage in consumer magazines popular with young adults. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80 (3), 513-527.
- RMO
2003 *Medialogica. Over het krachteveld tussen burgers, media en politiek*. Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling.

- Roberts, S.L. & C. Lundin
2001 *College students, comedy and campaigns. Where American undergraduates get their political news and views*. Paper gepresenteerd op de 54e WAPOR-conferentie in Rome.
- Robertson, D.
1986 *The penguin dictionary of politics*. Harmondsworth: Penguin.
- Rombouts, R.
2002 Nu het bijzaak is, wil Katja wel de begeerlijkste zijn. *Het Parool* (15 mei).
- Rosenberg, S.W., L. Bohan, P. McCafferty & K. Harris
1986 The image and the vote: the effect of candidate presentation on voter preference. *American Journal of Political Science*, 30 (1), 108-127.
- Rosenberg, S.W., S. Kahn, T. Tran & M. Le
1991 Creating a political image. Shaping appearance and manipulating the vote. *Political Behavior*, 13 (4), 345-367.
- Rubin, H.J. & I.S. Rubin
1995 *Qualitative interviewing. The art of hearing data*. Thousand Oaks: Sage.
- Rucinski, D. & C.T. Salmon
1990 The 'other' as the vulnerable voter. A study of the third-person effect in the 1988 U.S. presidential election. *International Journal of Public Opinion Research*, 2 (4), 345-368.
- Russell, A., E. Fieldhouse, K. Purdam & V. Kalra
2002 *Voter engagement and young people*. London: The Electoral Commission.
- Salwen, M.B.
1998 Perceptions of media influence and support for censorship. The third-person effect in the 1996 presidential election. *Communication Research*, 25 (3), 259-285.
- Samethini, D.
2002a *Een brug tussen jongeren en politiek. Lijst Nul*. Amsterdam: scriptie Communicatiewetenschap, Universiteit van Amsterdam.
2002b *Interview met de eindredacteur van Lijst Nul, Mark Zegeling*. Mei 2002.
- Sandler, L.
2000 *Political (de)generation. MTV and America's youth vote*. WWW-document, opgehaald op 5 september 2001 van www.mediachannel.org.
- Sap, J.W., W. Scholten & H. van den Born (red.)
1999 *Grenzeloos: 10 jaar CDJA 1981-1991*. Franeker: Van Wijnen.
- Schlagheck, C.
1998 Newspaper reading choices by college students. *Newspaper Research Journal*, 19 (2), 74-87.
- Schoenbach, K., E. Lauf, J.M. McLeod & D.A. Scheufele
1999 Distinction and integration. Sociodemographic determinants of newspaper reading in the USA and Germany, 1974-96. *European Journal of Communication*, 14 (2), 225-239.

- Schorb, B. & H. Theunert
 2000 Jugend - Politik - Fernsehen: Einführung und Fragestellung. In: B. Schorb & H. Theunert (hg.), *‘Ein bisschen wählen dürfen...’ Jugend - Politik - Fernsehen. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformation durch 12- bis 17-jährige* (s. 13-35). München: KoPäd Verlag.
- Schudson, M.
 1998 *The good citizen. A history of American civic life*. New York: Free Press.
 2000 Good citizens and bad history: today's political ideals in historical perspective. *The Communication Review*, 4 (1), 1-19.
- Scott, I.
 2000 *American politics in Hollywood film*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- SCP
 1999 *Sociale en culturele verkenningen*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Sherman, B.L. & J.R. Dominick
 1986 Violence and sex in music video's. TV and rock 'n' roll. *Journal of Communication*, 36 (1), 79-93.
- Sigel, R.S.
 1995 New directions for political socialization research. Thoughts and suggestions. *Perspectives on Political Science*, 24 (1), 17-22.
- Silverman, D.
 2001 *Interpreting qualitative data. Methods for analysing talk, text and interaction (second edition)*. London: Sage.
- Simon, J. & B.D. Merrill
 1998 Political socialization in the classroom revisited. The KidsVoting program. *The Social Science Journal*, 35 (1), 29-42.
- SKO
 2002 *Kijkcijfers*. WWW-documenten, opgehaald van www.kijkonderzoek.nl.
 2003 *Kijkcijfers*. WWW-documenten, opgehaald van www.kijkonderzoek.nl.
- Smillie, D.
 1992 Madonna, the Red Hot Chili Peppers... and Bill Clinton. In: M. Fitzsimon & E.C. Pease (eds.), *The homestretch. New politics, new media, new voters?* (pp. 21-29). New York: Freedom Forum Media Studies Center.
- Smillie, D. & M. McKay
 1992 MTV News and 'Choose or Lose'. In: M. Fitzsimon & E.C. Pease (eds.), *The homestretch. New politics, new media, new voters?* (pp. 30-35). New York: Freedom Forum Media Studies Center.
- Sparks, C.
 2000 Introduction. The panic over tabloid news. In: C. Sparks & J. Tulloch (eds.), *Tabloid tales. Global debates over media standards* (pp. 1-40). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Sprinthall, N.A. & W.A. Collins
 1995 *Adolescent psychology. A developmental view*. New York: McGraw-Hill.
- Stapleton, K.R.
 1998 From the margins to mainstream. The political power of hip-hop. *Media, Culture and Society*, 20 (2), 219-234.

- Stevenson, R.L.
 1994 The disappearing reader. *Newspaper Research Journal*, 15 (3), 22-31.
- Stone, G.C. & T. Boudreau
 1995 1985, 1994, Comparison of reader content preferences. *Newspaper Research Journal*, 16 (4), 13-28.
- Storm, J.
 2002 Bridget for president. *Algemeen Dagblad* (8 maart).
- Strauss, A. & J. Corbin
 1990 *Basics of qualitative research. Grounded theory procedures and techniques*. Newbury park: Sage.
- Street, J.
 1997 *Politics and popular culture*. Cambridge: Polity.
 2000 'Prime time politics'. Popular culture and politicians in the UK. *Javnost / The Public*, 7 (2), 75-90.
 2001 *Mass media, politics and democracy*. New York: Palgrave.
 2002 Bob, Bono and Tony B. The popular artist as politician. *Media, Culture and Society*, 24, 433-441.
- Stuyvenberg, M. van
 2002 Hoezo, politiek is saai? *Veronica Magazine* (9 maart), 6-8.
- Taibbi, M.
 2004 *Has Rocking the Vote missed the Boat?* WWW-document, opgehaald op 2 juni 2005 van www.youthvote.org.
- Tapper, J., E. Thorson & D. Black
 1994 Variations in music videos as a function of their musical genre. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 38 (1), 103-113.
- Tetzlaff, D.
 1994 Music for meaning. Reading the discourse of authenticity in rock. *Journal of Communication Inquiry*, 18 (1), 95-117.
- Thijn, E. van
 1994 *Retour Den Haag. Dagboek van een minister*. Amsterdam: Van Genneep.
- Tonn, B.E. & C. Petrich
 1998 Everyday life's constraints on citizenship in the United States. *Futures*, 30 (8), 783-813.
- Torney-Purta, J., R. Lehmann, H. Oswald & W. Schulz
 2001 *Citizenship and education in twenty-eight countries. Civic knowledge and engagement at age fourteen*. Amsterdam: IEA.
- Trendbox
 2005 *Een kwart van de 65-plussers is wekelijks op internet te vinden*. WWW-document, opgehaald op 5 november 2005 van www.trendbox.nl.
- Trouw
 1994 Op zijn minst naief. *Trouw* (26 april).
 2002 Poldermodellen trekken Lijst o. *Trouw* (9 maart).
- Ullestad, N.
 1992 Diverse rock rebellions subvert mass media hegemony. In: R. Garofalo (ed.), *Rockin' the boat. Mass music and mass movements* (pp. 37-53). Boston: South End.

- Valentino, N.A. & D.O. Sears
 1998 Event-driven political communication and the preadult socialization of partisanship. *Political Behavior*, 20 (2), 127-154.
- VARA
 2001 Discussie over computerspel 'Hooligans bestormen Europa' onder leiding van Paul Witteman. *Barend en Witteman*, 1 november 2001.
- Verburg, G.
 2002 Een brug tussen jeugd en politiek. *Spits* (29 maart).
- Vermaas, P.
 2001 De PvdA is ziek. *De Groene Amsterdammer*, 125 (11), 26-29.
- Viacom
 1999 *MTV launches Choose or Lose 2000*. WWW-document, opgehaald op 2 januari 2002 van www.viacom.com.
- Vis, J.C.P.M.
 1995 *Politieke kennis en politieke vorming. Een studie naar de parate kennis van docenten geschiedenis en staatsinrichting en docenten maatschappijleer van politieke zaken*. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Visser, E. de
 1994 Housen en wellicht nog 's denken aan Groen Links. *De Volkskrant* (25 april).
- Volkskrant
 2002 Televisie. *De Volkskrant* (2 april).
- Vollebergh, W.
 1991 *The limits of tolerance*. Utrecht: proefschrift Universiteit Utrecht.
- Vreese, C.H. de
 2003 *Framing Europe. Television news and European integration*. Amsterdam: Aksant.
- Vrij Nederland
 2001 VN Enquête Student en Politiek. *Vrij Nederland* (15 september).
- Vromen, A.
 2003 'People try to put us down...' Participatory citizenship of 'Generation X'. *Australian Journal of Political Science*, 38 (1), 79-99.
- Wagg, S.
 1998 'They already got a comedian for governor'. Comedians and politics in the United States and Great Britain. In: S. Wagg (ed.), *Because I tell a joke or two. Comedy, politics and social difference* (pp. 244-272). London: Routledge.
- Wahl-Jorgensen, K.
 2001 Coping with the meaninglessness of politics. Citizenspeak in the 2001 British general elections. *Javnost / The Public*, 9 (3), 65-82.
- Wansink, H.
 2004 *De erfenis van Fortuyn. De Nederlandse democratie na de opstand van de kiezers*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Ward, I.
 1992 Rich, wrinkly and rowdy politicians. Is this how teenagers 'read' television news? *Australian Journal of Political Science*, 27, 213-229.

- Ward, S., R.J. Gibson & W. Lusoli
 2003 Online participation and mobilisation in Britain. Hype, hope and reality. *Parliamentary Affairs*, 56 (4), 652-668.
- Watts, M.W.
 1999 Are there typical age curves in political behavior? The 'age invariance' hypothesis and political socialization. *Political Psychology*, 20 (3), 477-499.
- Weaver, D. & D. Drew
 1995 Voter learning in the 1992 presidential election. Did the 'nontraditional' media and debates matter? *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 72 (1), 7-17.
- Wel, F. van
 1993 Een cultuurkloof tussen generaties? Cultuurstijlen onder jongeren en hun persoonlijke netwerk. *Boekmancahier*, 17, 306-327.
- Wermuth, M.
 2002 *No sell out. De popularisering van een subcultuur*. Amsterdam: Aksant.
- Wester, F.
 1991 *Strategieën voor kwalitatief onderzoek*. Bussum: Coutinho.
- Wetherell, M., S. Taylor & S.J. Yates (eds.).
 2001 *Discourse theory and practice. A reader*. London: Sage.
- Wijfjes, H.
 2002 Haagse kringen, haagse vormen. Stijlverandering in politieke journalistiek. In: J. Bardeel, C. Vos, F. van Vree & H. Wijfjes (red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 19-34). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Wit, J. de, G. van der Veer & N.W. Slot
 1995 *Psychologie van de adolescentie*. Baarn: Intro.
- Wittebrood, K.
 1992 Zijn jongeren werkelijk zo ongeïnteresseerd in politiek? In: P. Dekker & M. Konings-Van der Snoeck (red.), *Sociale en culturele kennis. Hoe bevalt de Nederlandse vrouw? En 44 andere vragen beantwoord* (pp. 92-95). Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
 1995 *Politieke socialisatie in Nederland. Een onderzoek naar de verwerving en ontwikkeling van politieke houdingen van HAVO- en VWO-Leerlingen*. Amsterdam: Thesis Publishers.
- Wittebrood, K. & S. Keuzenkamp (red.)
 2000 *Rapportage jeugd 2000. Trajecten van jongeren naar zelfstandigheid*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Zaaijer, A.
 2002 Lijst o? *De Volkskrant* (31 januari).
- Zaller, J.
 2003 A new standard of news quality. Burglar alarms for the monitorial citizen. *Political Communication*, 20 (2), 109-130.
- Zeijl, E.
 2003 Politieke en maatschappelijke participatie. In: E. Zeijl (red.), *Rapportage jeugd 2002* (pp. 103-124). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Zoonen, L. van

- 1995 Haagse geheimen? Politiek en politici in de populaire pers. In: K. Renckstorf, P. Hendriks Vettheen, Y. Need & L. van Snippenburg (red.), *Communicatiewetenschappelijke bijdragen 1994-1995* (pp. 119-140). Nijmegen: Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen.
- 1998a A day at the zoo. Political communication, pigs and popular culture. *Media, Culture and Society*, 20 (2), 183-200.
- 1998b 'Finally I have my mother back'. Politicians and their families in popular culture. *Harvard International Journal of Press and Politics*, 3 (1), 48-64.
- 1999 De maatschappelijke betekenissen van populaire cultuur. In: J. van Cuilenburg, P. Neijens & O. Scholten (red.), *Media in overvloed (boeknummer bij Mens en Maatschappij 1999)* (pp. 67-82). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- 2000a De talkshow: personalisering als strategie. In: P. van Praag & K. Brants (red.), *Tussen beeld en inhoud. Politiek en media in de verkiezingen van 1998* (pp. 154-173). Amsterdam: Spinhuis.
- 2000b Popular culture as political communication. An introduction. *Javnost / The Public*, 7 (2), 5-18.
- 2003 *Identiteit en burgerschap in populaire cultuur (rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt van hoogleraar communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam op 3 september 2003)*. Amsterdam: Vossiuspers UvA.
- 2004 Imagining the fan democracy. *European Journal of Communication*, 19 (1), 39-52.
- 2005 *Entertaining the citizen. When politics and popular culture converge*. Boulder, Colorado: Rowman and Littlefield.

Zwart, R. de

- 1990 *Scholierenonderzoek 1990. Een eerste rapportage van de belangrijkste resultaten*. Den Haag: NIBUD.

Zwol, C. van

- 1994 Groen Links gelaten over pilletjes op eigen feestje. *NRC Handelsblad* (25 april).