



DOOR PAUL STEENHUIS
ILLUSTRATIE PAUL FAASSEN

HET VERSPLINTERDE WIJ-GEVOEL VOLGENS MARKTONDERZOEKER

FRITS SPANGENBERG

De bestuurlijke elite is

het zicht op de samenleving
verloren, zegt socioloog
Frits Spangenberg. Hij pleit
voor een nieuwe rol voor
de Eerste Kamer. Daar
zouden oplossingen
bedacht moeten worden
voor de morele en sociale
armoede in het land.

Samen met een aantal internationale bureaus heeft Spangenberg's bureau inmiddels gegevens verzameld van honderdduizenden mensen. Niet alleen van autochtone Nederlanders, ook van nieuwe Nederlanders. Op basis van begrippen als vrijheid/gebondenheid, individualiteit/collectiviteit en idealisme/materialisme worden ze ingedeeld in groepen. 'En die groepen hebben allemaal een eigen wij-gevoel, dat opgloeit in netwerken van mensen met dezelfde waarden. Zo kan de Oranje-gekte uitbreken bij voetbalwedstrijden.'

Zekerheden

Er zijn dus verschillende netwerken waarin mensen zich verbonden kunnen voelen. Een overzichtelijke, gezagsgetrouwe collectiviteit met rotsvaste zekerheden, zoals in de jaren vijftig, zal onze samenleving niet meer worden, verwacht Spangenberg. Is dat een probleem?

'Dat is vooral voor de overheid lastig. De samenleving is zo ingewikkeld geworden, gedemocratiseerd, geindividualiseerd, en 'gedemiaïseerd', dat beleidsmakers het gevoel hebben dat ze niet meer iedereen kunnen bereiken. Vroeger hadden ze dat gevoel veel minder, toen waren de mensen gezagsgetrouwer en volgzamer. Dat mensen nu minder plichtsbeseft hebben en eerder zeggen 'Dat bepaal ik zelf wel', die omslag, die mede door onze welvaart is ontstaan, daar worstelt de overheid mee. Want de overheid is er voor iedereen. En iedere burger is gelijk, in beginsel. Het probleem is natuurlijk dat we niet gelijk zijn. Wel gelijkwaardig, maar niet gelijk. Het bedrijfsleven worstelt minder met dat probleem. Bedrijven zoeken uit wat de verschillende doelgroepen zijn en leveren aan die speciale groepen.'

Met hun 'valse idealisme' veroorzaakt de politieke elite een deel van de problemen, zegt Spangenberg. Beleidsmakers en invloedrijke opiniemakers behoren voor een groot deel tot de groep van wat hij noemt 'post-materialistische, maatschappijkritische burgers'. Dat zijn mensen die zich informeren over de samenleving, een sterk solidariteitsgevoel hebben, geloven in individuele ontplooiing en een maakbare samenleving. >

'Het wij-gevoel is makkelijk oproepbaar. Doordat prinses Máxima zei dat de Nederlander niet bestaat, gebeurde dat. Niets is zo goed voor het wij-gevoel als een tegenstander. Maar ze heeft natuurlijk groot gelijk. De Nederlander bestaat niet. We zijn in één, twee generaties van een collectieve samenleving in een individuele samenleving veranderd. Niet meer 'wat wil de groep' bepaalt wat we doen, maar 'wat wil ik'. Maar dat betekent niet dat er geen wij-gevoel is. Er zijn verschillende wij-gevoelens. En daar zappen we af en toe doorheen.'

Dat zegt Frits Spangenberg. En hij kan het weten. Hij richtte als socioloog in 1984 een opinie- en marktonderzoeksbureau op, Motivaction in Amsterdam. Hij is sinds vorig jaar ook voorzitter van de wereldorganisatie voor marktonderzoeksbureaus, Esomar. Zijn hele werkende leven stelt hij mensen al vragen, over wie ze zijn, waarom ze doen wat ze doen, naar wat hun voorkeuren zijn, met wie ze zich verbonden voelen.

Dat heeft inzichten opgeleverd over groepen mensen die als consument en burger verschillende waarden erg belangrijk vinden. Grofweg onderscheidt Spangenberg vier typen burgers:

1. De traditionele, plichtsgetrouwe burgers.
2. De maatschappijkritische, interactieve burgers.
3. De pragmatische, op zichzelf gerichte burgers.
4. De buitenstaanders, die zich niet erkend en niet herkend worden. Zij voelen zich buitengesloten.

Iedereen herkent zich wel in twee van deze groepen, zegt Spangenberg. 'Waarmee ik maar zeggen wil: dat relativeert deze groepsindeling enigszins.'

De inzichten zijn ook gebaseerd op een internationaal onderzoekssysteem, het 'waardenstelsel', dat nu tien jaar bestaat, en dat Motivation toepast. Spangenberg legt uit welke filosofie eraan ten grondslag ligt. 'Wij zoeken in onze onderzoeken ook naar de achtergronden van de antwoorden. Wat mensen werkelijk belangrijk vinden kun je soms beter zien aan hoe ze alledaagse keuzes maken, dan door ze alleen een vragenlijst voor te houden. Een opinieonderzoek, zoals van Maurice de

Hond, kan alweer verouderd zijn op het moment dat het verschijnt. Mensen veranderen hun opinies vaak. Wij onderscheiden daar nog twee lagen onder. Op het niveau onder de opinies hebben mensen tegenwoordig verschillende leefstijlen. Mensen wisselen zo'n vier, vijf zes keer van leefstijl in hun leven. Dat hangt af van je levensfase; als student heb je bijvoorbeeld een andere leefstijl dan als jonge ouder. Vroeger was dat anders. Als volwassene hield je aan je lifestyle vast. Mijn goede vader had maar één lifestyle: hij was een heer. Het had hem veel moeite gekost dat te worden en daar hield hij aan vast. Hij ging ook in het pak, als heer, naar het strand.

'Het is iets van nu dat we verschillende leefstijlen hebben. Dat sluit meer aan bij onze individualistische samenleving. Onder die leefstijlen zit nog een laag. Ieder individu heeft ook waarden. Dus hoe belangrijk vind je familie of vriendschappen? En hoeveel waarde hecht je aan materialistische zaken, aan zelfontplooiing of solidariteit? Die set van waarden ontwikkel je in je jeugd, blijkt uit onze onderzoeken. Tot je twaalfde reproduceer je wat je ouders je voorhouden. Daarna kom je meer in contact met de wereld, ga je op onderzoek uit en ontwikkel je inzichten. Na je 25ste staan die waarden, die grotendeels je gedrag bepalen, min of meer vast. Die waardensets zijn voor de verschillende groepen voorspelbaar.'