

Interactief communiceren voor politici werkt

Sanne Kruikemeier

*“What a fascinating time for political communication researchers. Rarely do we get to witness the launch of a medium with such broad and sweeping potential to change significantly communication behavior”. (Tedesco, 2008, p. 507¹). Heeft online politieke communicatie een effect op de betrokkenheid van burgers? Dat is de grote onderzoeksvraag in mijn proefschrift *Getting connected, the effects of online political communication on citizens’ political involvement*, dat ik op 11 juni 2014 verdedigde voor mijn promotie aan de Universiteit van Amsterdam.*

Het is een vraag waar ook in de wetenschap nog verschillend op wordt geantwoord. Veel wetenschappers vinden dat internet allerlei voordelen biedt. Zo kunnen burgers, zonder tussenkomst van journalisten, direct in contact komen met partijen en politici via bijvoorbeeld Twitter en Facebook. Burgers kunnen politici mailen met vragen, online petitie invullen of zich aanmelden via een website om lid te worden van een partij.

Andere wetenschappers zijn minder optimistisch en waarschuwen dat het internet alleen voor politieke doeleinden wordt gebruikt door burgers met een grote politieke interesse. Volgens deze wetenschappers is bij deze burgers weinig winst te halen. Politiek geëngageerde burgers gaan immers al naar de stembus en zijn al politiek actief.

Mijn proefschrift draagt bij aan dit debat en onderzoekt de politieke consequenties van het internet. Het onderzoek is uitgevoerd tijdens verkiezingscampagnes en buiten verkiezingstijd. Uit het onderzoek komen drie belangrijke conclusies naar voren en een aantal aanknopingspunten voor politici, partijen en burgers.

Conclusie 1: politiek internetgebruik is laag, maar sommige activiteiten zijn populair

Relatief weinig mensen zijn politiek actief op het internet. Tijdens de verkiezingen van 2012 vonden we dat 6% van de respondenten één of meerdere politici volgt via Twitter. 2% Twitterde wel eens over een politiek onderwerp en 3% ontving retweets over de verkiezingscampagne.

Daartegenover staat dat meer dan een derde van de Nederlanders in 2012 een stemhulp invult bij de verkiezingen en bijna vijftien procent wel eens een

¹ Tedesco, J. C. (2008). Changing the channel: Use of the internet for communicating about politics. In L. L. Kaid (Ed.), *Handbook of political communication research* (pp. 507-528). New York: Routledge.

partijwebsite bezoekt. Bovendien leest een kwart van de Nederlanders wel eens reacties onder politieke nieuwsberichten.

Verder laat het onderzoek zien dat de mensen die politiek actief zijn op het internet vaker al zeer geïnteresseerd zijn in de politiek. Daarnaast zijn ze ook jonger. Dit is een interessante en hoopvolle bevinding. Zeker in een tijd waarin jongeren vaak als politiek ongeïnteresseerd worden bestempeld, kan het internet een belangrijke rol spelen in het betrekken van deze doelgroep bij de politiek en democratie.

Conclusie 2: het inzetten van online media tijdens verkiezingen heeft zin

Het inzetten van online media door politici en partijen leidt tot meer politieke betrokkenheid. Campagnevoeren op het internet heeft dus zeker zin. Zo blijkt uit het onderzoek dat het inzetten van Twitter door politieke kandidaten, tijdens de verkiezingen van 2010, leidt tot meer voorkeursstemmen. Daarnaast blijkt dat het invullen van een stemwijzer leidt tot hogere stemintenties: mensen die een stemhulp raadplegen geven vaker aan te gaan stemmen, dan mensen die geen stemhulp raadplegen. De effecten zijn, vergeleken met offline media zoals televisie, klein. Dat wil echter niet zeggen dat stemwijzers er niet toe doen. Ook een klein effect kan tijdens een verkiezing een verschil maken.

Conclusie 3: ook de wijze waarop politici en politieke partijen campagne voeren heeft effect

Als laatste blijkt dat het niet alleen uitmaakt of partijen en politici online campagne voeren, maar ook hoe zij dit doen. Uit de literatuur weten we dat online campagne voeren zich onderscheidt van traditioneel campagne voeren, het is interactief en persoonlijk.

Politici en partijen kunnen via online platformen een dialoog aangaan zonder de tussenkomst van journalisten. Daarmee is online campagne voeren meer interactief. Daarbij hebben politici steeds vaker een eigen Twitteraccount, Facebookpagina en websites. Zij treden dus relatief meer op de voorgrond dan de partij die zij vertegenwoordigen. Bovendien wordt op online platformen vaak privé-aangelegenheden van politici besproken. Daarmee is online campagne voeren zeer persoonlijk.

Onderzoek uit mijn proefschrift laat zien dat de politieke betrokkenheid van burgers wordt vergroot als partijen en politici een dialoog aangaan via het internet. Een dialoog aangaan kan verschillende vormen hebben. Dit kan bijvoorbeeld door op Twitter een gesprek aan te gaan of op websites “buttons” toe te voegen waarmee burgers geld kunnen doneren of lid kunnen worden van de politieke partij.

Een persoonlijke benadering is eveneens effectief. Wanneer de online communicatie persoonlijk is (dus niet de partij maar de politicus centraal staat), dan leidt dit tot meer politieke betrokkenheid bij burgers. Dit komt doordat een persoonlijke en interactieve wijze van online campagne voeren burgers het gevoel geeft dat de politiek dichtbij is. Wanneer politici dus zelf een dialoog aangaan met burgers, dan voelen burgers zich meer betrokken bij de politiek.

Adviezen aan politici

Het belangrijkste advies aan politici is dat ze de dialoog aan moeten gaan met burgers. Het ligt erg voor de hand, maar politici en partijen zijn soms terughoudend. Ze willen potentiële kiezers niet overladen met informatie. Een overvloed aan informatie kan immers afleiden. Daarnaast zijn politici en partijen bang om de controle te verliezen. Burgers kunnen bijvoorbeeld negatieve berichten plaatsen op sociale media die onderdeel worden van de online informatie die andere burgers weer tegenkomen.

Toch laat het onderzoek zien dat een interactieve en directe benadering werkt en dat een online gesprek wel degelijk resulteert in meer betrokkenheid bij burgers. Bovendien laat het onderzoek zien dat dit juist geldt voor burgers die een gesprek op het internet observeren en niet alleen voor burgers die deelnemen aan een dialoog. Er is dus sprake van een veel groter publiek dan alleen de persoon waarmee gecommuniceerd wordt. Daarmee is het bereik van het internet ook groter.

Ten tweede is het belangrijk dat politieke partijen en politici burgers persoonlijk benaderen. Een persoonlijke communicatiestijl, waarin de politicus zelf communiceert en persoonlijke informatie toevoegt, leidt tot meer politieke betrokkenheid bij burgers.

Het is daarentegen wel belangrijk om professioneel te blijven. Te veel informatie over het privéleven van de politicus kan namelijk afbreuk doen aan de professionaliteit van de politicus.

Conclusie

De resultaten van mijn proefschrift laten zien dat weinig mensen politiek actief zijn op het internet, maar als ze online actief zijn dan hebben *bepaalde vormen van online politieke communicatie* en *bepaalde online communicatiestijlen* een bescheiden effect op de politieke betrokkenheid van burgers.

Online communiceren op een interactieve manier werkt dus. Het maakt minder uit op welk platform gecommuniceerd wordt. Als Twitter verdwijnt, kan eenvoudig naar

een ander kanaal overgestapt worden. Het kanaal waarop gecommuniceerd wordt, is minder belangrijk, de manier waarop gecommuniceerd wordt des te meer. En juist interactief communiceren maakt online communicatie anders dan offline communicatie.

Bron

Dit artikel is gebaseerd op de samenvatting van het proefschrift van Sanne Kruikemeier:

Kruikemeier, S. (2014). *Getting Connected: The Effects of Online Political Communication on Citizens' Political Involvement* (Proefschrift). Amsterdam: Universiteit van Amsterdam

Over Sanne

Sanne Kruikemeier is Universitair Docent Politieke Communicatie aan de afdeling Communicatiewetenschap en de Amsterdam School of Communication Research (ASCoR) van de Universiteit van Amsterdam. Haar onderzoek concentreert zich voornamelijk op online communicatie in een politieke context.

@SKruikemeier

<http://www.uva.nl/over-de->

[uva/organisatie/medewerkers/content/k/r/s.kruikemeier/s.kruikemeier.html](http://www.uva.nl/organisatie/medewerkers/content/k/r/s.kruikemeier/s.kruikemeier.html)

Blog: <http://www.kennislink.nl/facesofscience/wetenschappers/sanne-kruikemeier>

