

@Gemeente, kunt u mij helpen? #dienstverlening via Twitter

Door: Miklós Kuijper

In dit onderzoek is de invloed van de inzet van sociale media op de waardering van dienstverlening door burgers onderzocht. Het sociale medium dat hierbij centraal stond is Twitter. Het doel van het onderzoek was om meer inzicht te krijgen in de effecten van sociale media in de relatie tussen de gemeente en haar burgers. Door het toenemende gebruik van sociale media en de wil van gemeenten om sociale media meer in te zetten in hun dienstverlening is meer kennis hierover relevant.

Rijkheid van het medium

In het onderzoek speelt de rijkheid van een medium een belangrijke rol. Daft en Lengel (1984) beschrijven mediarijkheid als “de mogelijkheid van informatie om te zorgen voor begrip binnen een bepaalde tijd”. Hoe eerder een medium tot begrip leidt en tot minder manieren om informatie te interpreteren en minder gevoel van onzekerheid bij de ontvanger; des te rijker het medium.

Zo is een gesprek van persoon tot persoon een rijke manier van communiceren door de mogelijkheid om te reageren op elkaar, het natuurlijk gebruik van taal en het gebruik van lichaamstaal (non-verbale communicatie). Een interpretatie van een boodschap kan gemakkelijk worden gecontroleerd. Een sms is een voorbeeld van een zeer arme manier van communiceren door een gebrek aan het geven van directe feedback, minder natuurlijk gebruik van taal en minder visuele cues die kunnen bijdragen aan het interpreteren van de boodschap.

Om beide voorbeelden tegen elkaar af te zetten; om een boodschap van gelijke complexiteit over te brengen kost een gesprek van persoon tot persoon minder tijd dan wanneer deze boodschap per sms wordt overgebracht. Zo zal het afstemmen van werkzaamheden met een collega bijvoorbeeld minder tijd kosten bij afstemming in een face-to-face gesprek dan bij het afstemmen per e-mail.

Hoe verschillen sociale media dan ten opzichte van traditionele ICT zoals websites? Vooral door de grotere mate van interactiviteit. Sociale media faciliteren door deze grotere mate van interactiviteit een dialoog. De interactiviteit zorgt ervoor dat op verschillende ‘kenmerken’ van communicatie hoger kan worden gescoord. Hierbij

gaat het, zoals eerder genoemd om (1) de mogelijkheid om feedback te geven, (2) het aantal beschikbare kanalen en cues¹, (3) natuurlijk gebruik van taal en (4) de persoonlijke focus (Daft & Lengel, 1984). Sociale media scoren hoger op deze kenmerken van communicatie en zorgen zo voor nieuwe kansen in de dienstverlening van gemeenten.

Strategieën om relaties te onderhouden

Naast deze kenmerken van communicatie zijn twee 'strategieën om relaties te onderhouden' van Kelleher en Miller (2006) in het onderzoek geïntegreerd. Deze strategieën betekenen dat medewerkers van een organisatie betrokkenheid tonen (*communicated relational commitment*) in het contact met de burger en op natuurlijke en menselijke wijze het gesprek aangaan waarbij de organisatie openstaat voor dialoog en feedback geeft (*conversational human voice*).

De casus

Alle respondenten (n=74, allen studenten van de Universiteit van Amsterdam) is gevraagd zich in te leven in de situatie dat hij/zij binnen enkele dagen naar Barcelona vertrekt. Het paspoort blijkt verlopen en de persoon betwijfelt of hij/zij het paspoort tijdig kan verlengen. Eén groep (n=35) is gevraagd via de website van de gemeente Amsterdam uit te zoeken wat er moet worden gedaan om binnen drie dagen het paspoort te verlengen. De andere groep (n=39) heeft een fictieve Twitterdialoog te zien gekregen waarin een medewerker van de afdeling burgerzaken van de gemeente Amsterdam deze vraag beantwoordt. Voorafgaand aan het opzoeken van de informatie op de website of het zien van het Twitterdialoog is de waardering van dienstverlening gemeten en achteraf is opnieuw de waardering van de dienstverlening gemeten.

Resultaten

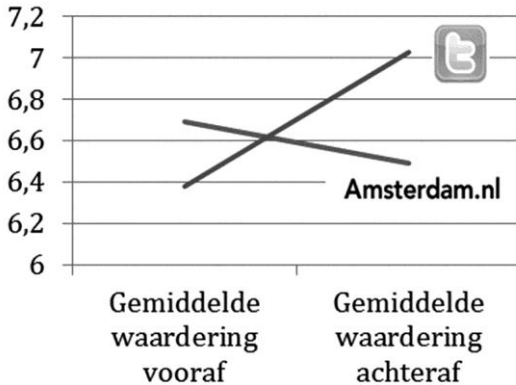
Uit het onderzoek blijkt dat de inzet van Twitter leidt tot een betere waardering van de dienstverlening. Daarbij spelen de kenmerken van communicatie een rol bij de inzet van Twitter. De mogelijkheid om feedback te geven (dus de mogelijkheid om te reageren op informatie van de gemeente), en het natuurlijk gebruik van taal (het op menselijke en natuurlijke wijze het gesprek aangaan) blijken de waardering van dienstverlening deels te verklaren.

¹ het aantal beschikbare kanalen en cues is niet meegenomen in dit onderzoek omdat op dit kenmerk van communicatie geen verschillen werden verwacht tussen een website en Twitter.

Het blijkt echter ook dat als de mogelijkheid om feedback te geven toeneemt de waardering van dienstverlening afneemt. Dit in tegenstelling met de verwachting vooraf. Een mogelijke verklaring kan zijn dat de burger geen zin heeft om feedback te geven zolang het niet nodig is. Alleen wanneer zaken onduidelijk zijn willen zij dit kunnen doen.

Het geven van persoonlijke aandacht (waarbij betrokkenheid bij de situatie van de burger wordt getoond) verklaart in dit onderzoek de waardering van de dienstverlening niet. Wel blijkt dat met betrekking tot de inzet van Twitter het natuurlijk gebruik van taal en het geven van persoonlijke aandacht door de gemeente sterker worden ervaren bij het gebruik van Twitter dan bij het gebruik van traditionele elektronische communicatie.

De betrokkenheid van de gemeente bij de situatie van de burger en het op menselijk en natuurlijke wijze het gesprek aangaan worden meer ervaren bij de inzet van Twitter dan bij het gebruik van traditionele elektronische media. De mogelijkheid om feedback te geven en dus te reageren op informatie van de gemeente wordt niet sterker ervaren bij het gebruik van Twitter.



Figuur 5: De gemiddelde waardering van dienstverlening (rapportcijfer op schaal van 1 tot en met 10) voor en na communicatie via website of Twitter.

Literatuur

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information richness: a new approach to manager information processing and organization design, In B. Staw & L. L. Cummings (Eds.), Research in organizational behavior (pp. 191-233). Greenwich: JAI Press.

Kelleher, T., & Miller, B. M. (2006). Organizational blogs and the human voice: relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 395-414.



Miklós Kuijper (MSc)

Dit is een samenvatting van de scriptie van Miklós. De scriptie is geschreven onder supervisie van de directeur van de Amsterdamse Rekenkamer en gastdocent aan de Universiteit van Amsterdam dr. J.A. de Ridder. Indien u de gehele scriptie wenst te ontvangen kunt u met hem contact opnemen.

Twitter: @KuijpM

E-mail: miklos.kuijper@gmail.com