



## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Getting connected: The effects of online political communication on citizens' political involvement

Kruikemeier, S.

**Publication date**  
2014

[Link to publication](#)

#### **Citation for published version (APA):**

Kruikemeier, S. (2014). *Getting connected: The effects of online political communication on citizens' political involvement*.

#### **General rights**

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

#### **Disclaimer/Complaints regulations**

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

# NEDERLANDSE SAMENVATTING

In dit proefschrift wordt onderzocht of het internet bijdraagt aan de politieke betrokkenheid van burgers. Veel mensen zijn zeer enthousiast over het vermogen van het internet. Wetenschappers vinden ook dat het internet allerlei voordelen biedt. Zo kunnen burgers, zonder tussenkomst van journalisten, direct in contact komen met partijen en politici via bijvoorbeeld Twitter en Facebook. Bovendien geeft het internet burgers tal van mogelijkheden om politiek actief te worden. Burgers kunnen politici mailen met vragen, online petitie invullen of zich aanmelden via een website om lid te worden van een partij. Ook politici en politieke partijen maken veelvuldig gebruik van het internet. Politici en politieke partijen begeven zich tijdens verkiezingen massaal op sociale media en hebben vaak eigen websites.

Sommige wetenschappers zijn echter 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 behalen. Politiek geëngageerde burgers gaan immers al naar de stembus en zijn al politiek actief.

Dit proefschrift draagt bij aan dit debat en onderzoekt de politieke consequenties van het internet. Dit wordt gedaan met behulp van onderzoek dat is uitgevoerd tijdens verkiezingscampagnes en onderzoek dat is uitgevoerd buiten verkiezingstijd. Daarnaast zijn verschillende onderzoeksmethoden gebruikt – longitudinaal vragenlijstonderzoek, inhoudsanalyse en experimenten. Uit dit onderzoek komen drie belangrijke conclusies naar voren en een aantal aanknopingspunten voor politici, partijen en burgers.

## **Politiek internetgebruik is laag, maar sommige activiteiten zijn populair.**

Ten eerste laat het eerste hoofdstuk van dit proefschrift zien dat relatief weinig mensen politiek actief zijn op het internet. Internetgebruik met politieke doeleinden is over het algemeen laag, maar sommige activiteiten zijn populair. Uit het onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat slechts drie procent van de Nederlanders in 2010 een politicus volgt op Twitter. Sommige vormen van internetgebruik zijn daarentegen juist wel populair. Meer dan een kwart – en in 2012 meer dan een derde – van de Nederlanders vult bijvoorbeeld een stembus in en bijna vijftien procent bezoekt wel eens een partijwebsite. 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 zij 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.

## **Het inzetten van online media tijdens verkiezingen heeft zin.**

Ten tweede laat het onderzoek zien dat 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 stembus raadplegen geven vaker aan te gaan stemmen dan mensen die geen stembus raadplegen. De effecten zijn, vergeleken met offline media zoals televisie, klein. Maar dat wil niet zeggen dat stemwijzers er niet toe doen. Ook een klein effect kan tijdens een verkiezing zeker een verschil maken.

## **Ook de wijze waarop politici en politieke partijen campagne voeren heeft effect.**

Ten derde 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 dit 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.

De conclusies van dit proefschrift bieden bruikbare aanknopingspunten voor politici, partijen en burgers. Het eerste belangrijke advies is dat politici en partijen een dialoog moeten aangaan met burgers. Dit ligt erg voor de hand, maar politici en partijen zijn soms terughoudend. Ze willen potentiële kiezers niet overladen met informatie, 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 dit onderzoek zien dat een interactieve en directe benadering werkt en dat een online gesprek wel degelijk resulteert in meer betrokkenheid bij burgers. Bovendien laat dit 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.

De laatste aanbeveling die ik wil geven richt zich tot slot op de burger. Burgers zijn uiteindelijk zelf verantwoordelijk om politiek actief te worden op het internet. Alleen als burgers zelf gebruikmaken van het internet, dan leidt dit tot meer politieke betrokkenheid. Of het internet bijdraagt aan de politieke betrokkenheid van burgers hangt dus grotendeels af van wat de burger er zelf mee doet.

Kortom: De resultaten van dit 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. Daarmee wil ik onderstrepen dat de onderzoeksvraag – in hoeverre draagt het internet bij aan de politieke betrokkenheid van burgers? – te algemeen is. Het antwoord is immers genuanceerd. Ik wil daarom toekomstige wetenschappers adviseren om zich te richten op specifieke vragen. Deze specifieke vragen geven beter inzicht in de politieke consequenties van het internet. Welke online platformen doen er toe en voor welke mensen? Zijn de effecten stabiel over de jaren heen of zal het internet nog drastisch veranderen? Uiteindelijk worden deze specifieke vragen belangrijker, met name omdat dit proefschrift laat zien dat de effecten er zeker toe doen.