

E-politici: getwitter in het nieuws

Inhoud

Inleiding.....	2
Wie Twittert en hoeveel volgers hebben zij?.....	2
Twitterende politici & de media.....	2
Tweets in het nieuws.....	3
De kloof tussen politici en burger.....	3
E-politiek in het nieuws.....	4
Twitter in de berichtgeving.....	4
Twitterende politici in het nieuws.....	4
Welke partij wordt het meest geassocieerd met twitter?.....	5
Wie is de E-politicus volgens de <i>traditionele</i> media?.....	6
Twitterend de campagne door?.....	7

Nel Ruigrok

Joep Schaper

Maurits Denekamp

Kasper Welbers

Amsterdam, maart 2010



Inleiding

Het internet is inmiddels ook prominent aanwezig in de Nederlandse politiek. Naast de websites van de politieke partijen en de blogs van de politici hebben zij inmiddels ook de weg gevonden naar het nieuwste medium: Twitter. Inmiddels grijpt het twitervirus in rap tempo om zich heen. Maxime Verhagen manifesteert zich sinds 2008 nadrukkelijk op twitter, als een van de eerste politici. Inmiddels is hij in breed gezelschap en vliegen de Haagse tweets ons om de oren. De kabinetscrisis zorgde voor een enorme toename aan tweets en de crisis werd begeleid door twitterende kamerleden ‘Al twitterend het kabinet zien vallen’ (Trouw, 20 februari 2010). De politici vormden een aanvullende bron van informatie voor de journalisten in de lange uren waarin het kabinet vergaderde en zij op nieuws stonden te wachten. RTL Nieuws journalist Frits Wester betrok de twitteraars ook actief bij de berichtgeving door hen de kans te geven vragen te sturen die hij kon voorleggen aan zijn gasten.

Met dit in het achterhoofd kunnen we uitzien naar een interessante campagne. Op welke manier gaat twitter zich als medium manifesteren in de komende maanden? En hoe gaan politici deze extra tool gebruiken om de kiezer voor zich te winnen? De Nederlandse Nieuwsmonitor zal dit op haar digitale nieuwsmonitor nauwlettend in de gaten houden. In deze rapportage alvast een voorproefje.

Wie Twitert en hoeveel volgers hebben zij?

De onbetwiste twitterkoningin is Femke Halsema. Met ruim 36.000 volgers ligt ze inmiddels voor op de starter van de twittercampagne Maxime Verhagen (ruim 33.000 volgers). Beide liggen een straatlengte voor op de andere politici zoals Pechtold (ruim 21.000), Wouter Bos (ruim 15.000 volgers) en Jan Peter Balkenende (bijna 15.000 volgers). Gemiddeld stuurden zij tussen 27 februari 2010 en 11 maart zo’n 318 tweets de wereld in per dag, afhankelijk van de gebeurtenissen¹.

Twitterende politici & de media

Politici gebruiken het nieuwe medium als alternatief voor het persbericht. Tijdens deze campagne zullen politici twitter gebruiken als directe persberichten om zo de media-agenda te bepalen. De politicus die erin slaagt ‘zijn’ onderwerpen –mogelijk via twitter- in de traditionele media te krijgen, zal daar in de verkiezingsuitslag van profiteren.

Op veel fronten proberen de politici dit voor elkaar te krijgen. Zo valt Harry van Bommel van SP demissionair minister van landbouw Gerda Verburg aan op haar Glossy: “Minister Verburg gaat de glossy 'Gerda' maken op staatskosten. Dat is schandalig. Krista en ik vinden dat het CDA dit maar zelf moet betalen” (tweet Harry van Bommel 9 maart 2010). Boris van der Ham twitterde over bestuurlijke vernieuwing een link naar persbericht op 10 maart: “Kamer moet lead nemen bij de formatie, niet koningin <http://bit.ly/ca4L1P>.” Maar meestal wordt er politiek minder inhoudelijk getwitterd. Jack de Vries, demissionair staatssecretaris van defensie: “Leuke presentatie van boek over spindoctoring vanmiddag. Titel ‘u draait en u bent niet eerlijk’. Nu CDA-overleg.”

¹ Bron: <http://www.ministerievanwitter.nl>

Ook kunnen zij het medium gebruiken om hun reactie op nieuwsfeiten wereldkundig te maken. Zo reageerde twitterkoningin Femke Halsema 5 minuten na Frits Wester het nieuws via twitter had verspreid dat Eurlings uit de Haagse politiek stapt met een tweet. Binnen de kortste keren was Twitter.com uit de lucht door de vele reacties die er gaande waren. Een dergelijke ontwikkeling zagen we ook een paar uur later, toen bekend werd dat Hans van Mierlo was overleden. Binnen enkele uren kwamen er meer dan 20 tweets van politici die hun reactie gaven op de dood van de D66 voorman. En na het terugtreden van Wouter Bos als partijleider van de PvdA bestookten de politici hun volgers direct met hun eerste reacties. Zo twitterde Rita Verdonk: “Waarom gaan al die vaders NU opeens aan hun gezin denken?!”

Tweets in het nieuws

Twitter is een nieuw medium maar vindt zijn weg ook naar de traditionele media. Zo proberen politici hun reacties zo te formuleren dat een dergelijk tweet als nieuwswaardig kan worden gezien. Afgelopen week zagen we hiervan een duidelijk voorbeeld: Geert Wilders tweette eerder deze week in reactie op de laatste peiling van Maurice de Hond: “Laatste peiling de Hond bewijst: tweestrijd met Wouter Bos. Verkiezingen gaan tussen hem en mij, tussen PVV en PvdA. Ik ben er klaar voor!” Deze reactie werd opgepikt door Geen Stijl, het ANP en dagbladen. In de landelijke dagbladen werd het nieuws vooral op de internetsites gepubliceerd, in de regionale dagbladen werd het tevens in de kranten gepubliceerd. Opvallend hierbij was dat de letterlijke quote van Wilders veelal terug te vinden was in de berichtgeving. Hierbij werd vermeld dat het ging om een reactie van Wilders, niet om een tweet van Wilders.

Journalisten volgen de politici blijkbaar niet alleen in de kamer maar ook op twitter. Hiermee lijkt twitter een nieuwe vorm van persberichten te worden. Met korte boodschappen kunnen politici journalisten bestoken en hun reacties in het nieuws terug zien komen. Op deze manier kan het mediagezag van een politicus danig toenemen. Immers, als je vaker direct je tweets geciteerd ziet in de media, neemt je gezag toe.

De kloof tussen politici en burger

Sterker nog, niet alleen bereiken de politici middels hun tweets direct de journalisten, maar ook hun duizenden volgers. Is dit een overbrugging van de kloof tussen politici en kiezer? Vreemde overgang Deze overbrugging werkt ook de andere kant op. Zo zocht politiek verslaggever van RTL4, Frits Wester, expliciet contact met zijn publiek. Wester riep hen op om suggesties voor vragen in te sturen een interview wat hij zou hebben met Agnes Kant. Op deze manier wordt de kloof tussen de burger en de politiek via de media minder groot. Voorbeeld al genoemd, stukje schrappen en direct naar politieke interesse van de twitteraars? De vraag blijft natuurlijk in hoeverre de kloof daadwerkelijk gedicht kan worden. Immers, de kloof bestaat vooral tussen de politiek aan de ene kant en groepen burgers aan de andere kant die niet politiek actief of geïnteresseerd (meer) zijn. De kans dat zij politici opeens wel volgen op twitter is klein.

Uit het ArbeidsGedragOnderzoek uitgevoerd door Intelligence Group blijkt dat de gemiddelde twitteraar een bovengemiddelde interesse heeft nieuws en actualiteiten. Mensen op twitter bezoeken vaak nieuwssites als nu.nl en nos.nl. Daarnaast lezen ze kranten als NRC Next, Dagblad de Pers en NRC Handelsblad². Uit een opiniepeiling van *twtpoll.com* waar ruim 5000 mensen aan meededen, blijkt dat twitteraars tijdens de afgelopen gemeenteraadsverkiezingen in

² <http://www.intelligence-group.nl>

meerderheid op GroenLinks hebben gestemd (22%), gevolgd door D66 (20%) en PvdA (17%). Deze gegevens duiden erop dat twitter door een bovengemiddeld politiek geïnteresseerd en links georiënteerd deel van het electoraat wordt gevormd. Of het politiek cynisme kan bestrijden en de kloof tussen politiek en burger kan verkleinen is dus nog maar de vraag.

E-politiek in het nieuws

Deze ontwikkelingen volgend doet de vraag rijzen in hoeverre de verschillende politieke partijen nu eigenlijk in het nieuws komen met hun tweets, danwel met het feit dat zij twitteren. In de komende paragrafen gaan we daar op in. We kijken allereerst in hoeverre de media berichten over Twitter in het algemeen en over twitterende politici in het bijzonder. Vervolgens kijken we in hoeverre de partijen worden geassocieerd met het nieuwe medium en gaan we in op de verschillende politici die twitteren.

Twitter in de berichtgeving

We hebben gekeken naar de berichtgeving in de volgende dagbladen en websites: de Volkskrant, NRC Handelsblad, De Telegraaf, Trouw, Algemeen Dagblad, Splts (website) en NU.nl (website). In Tabel 1 geven we een overzicht van de mate waarin deze media hebben geschreven over twitter vanaf 1 augustus vorig jaar tot en met 12 maart 2010.

Tabel 1. Artikelen waarin Twitter genoemd wordt in de berichtgeving per maand.

	VK	NRC	TEL	TRW	AD	Spits	NU.nl	Totaal
Aug 2009	19	20	4	14	0	9	0	66
Sep 2009	27	22	5	13	12	19	2	100
Okt 2009	31	16	10	9	28	19	2	115
Nov 2009	21	17	8	18	18	15	3	100
Dec 2009	37	22	9	21	20	14	3	126
Jan 2010	34	35	15	27	28	15	1	155
Feb 2010	33	44	11	28	32	22	4	174
Mrt 2010	12	18	6	12	12	5	4	69
Totaal	214	194	68	142	150	118	19	905

Over het algemeen lijken de afgelopen maanden de berichten over Twitter toe te nemen. Met uitzondering van november 2009 zien we een stijgende lijn in het aantal artikelen over twitter in de berichtgeving. De meeste berichten zien we in de Volkskrant, gevolgd door NRC Handelsblad en Algemeen Dagblad. Opvallend is het lage aantal artikelen over Twitter in De Telegraaf en op NU.nl.

Twitterende politici in het nieuws

Naast het algemene nieuws over twitter kijken we in dit onderzoek specifiek naar de politieke partijen die met twitter in de berichtgeving voorkomen. Deze gegevens staan vermeld in Tabel 2. Naast het totaal overzicht van artikelen over twitter geven we ook de artikelen weer waarin wordt gerefereerd aan een politieke partij. In de laatste kolom staat het percentage artikelen weergegeven waarin sprake is van een twitterende politieke partij.

Tabel 2. Artikelen over Twitter en Twitterende politici

Dagblad	Artikelen over Twitter	Artikelen over twitter en politiek	% artikelen over politiek en twitter
de Volkskrant	214	65	30,4
NRC Handelsblad	194	109	56,2
De Telegraaf	68	18	26,5
Trouw	142	47	33,1
Algemeen Dagblad	150	10	6,7
Splits	118	13	11
Nu.nl	19	10	52,6
Totaal	905	272	30,1

Leesvoorbeeld: in NRC Handelsblad vinden we 194 artikelen waarin twitter wordt genoemd. In 109 van deze artikelen wordt tevens een politieke partij genoemd, oftewel in 56,2% van de artikelen.

In bijna een op de drie artikelen over twitter is sprake van een twitterende politicus of politieke partij. Media houden de twitterende politici goed in de gaten. Vooral in NRC Handelsblad zien we dit terug. Ruim de helft van de artikelen over Twitter in dit dagblad noemt ook een politieke partij of politicus. In Splits daarentegen wordt in ruim een op de tien artikelen over twitter een politieke partij genoemd.

Welke partij wordt het meest geassocieerd met twitter?

Een volgende vraag die zich opdringt is de vraag welke van de politieke partijen vooral worden geassocieerd met twitter. In deze paragraaf gaan we hierop in.

Methode: associatieve framing

We kijken hierbij naar alle artikelen waarin men spreekt over twitter. Vervolgens berekenen we de kans dat er in dat artikel ook gesproken wordt over een van de politieke partijen. Deze methode is gebaseerd op de conditionele waarschijnlijkheid, waarbij we kijken naar de mate van waarschijnlijkheid dat als concept A, in dit geval “twitter, tweet etc.” genoemd wordt, ook concept B, in dit geval een politieke partij, genoemd wordt³.

Het gevolg van deze manier van kijken naar het voorkomen van twitter en de partijen is dat we alleen kijken naar de *associatie* tussen twitter en een partij, niet of de partij daadwerkelijk als twitteraar in het nieuws wordt genoemd⁴. Het kan voorkomen dat er vooral wordt getwitterd over bijvoorbeeld het CDA zonder dat de partij zelf tuitert. Dan nog haalt het CDA de hoogste associatiescore. We hanteren deze methode van associatieve framing omdat het een eerste indicatie is voor de mate waarin de politieke partijen met twitter worden geassocieerd in de berichtgeving.

In Tabel 3 is duidelijk te zien dat vanaf december 2009 de politieke partijen pas echt worden genoemd waar het gaat om twitterberichtgeving. Voor die tijd kwamen zij nauwelijks voor in

³ Zie voor verdere toelichting op deze methode www.nieuwsmonitor.net/methode

⁴ In een vervolg van ons verkiezingsonderzoek zullen we hier wel specifiek naar kijken.

het nieuws over twitter. Vanaf december 2009 wordt twitter dus steeds meer beschouwd als een politiek medium en minder als een nieuwe gadget.

Tabel 3. Associaties tussen twitter en politieke partijen

	CDA	CU	D66	GL	PVDA	PVDD	PVV	SGP	SP	TON	VVD
Aug 2009	1,9	0	0	0	3,9	0	3,1	0	0	0	0,8
Sept 2009	5,7	2,5	1	1,7	4,2	0	4,6	0	1,6	1	1,4
Okt 209	3,9	2,4	2,6	2,2	9,3	1,4	6,1	0,6	3,2	0,8	2,4
Nov 2009	2,8	0,7	4	4,6	3,8	0	8,6	0	1,5	0,7	7,7
Dec 2009	11,8	1,1	3,3	1,9	10,6	2,1	3	1,2	2,9	1,5	5,6
Jan 2010	12,5	6,1	4,7	7,7	12,2	1,1	9,7	1,8	5	1,5	6,9
Feb 2010	15,2	2,6	6,7	8,6	15,3	1	7,3	1,5	6,6	3,5	6
Mrt 2010	13,4	2,8	8,5	7,7	17,5	0,9	15,6	0	10,7	2,6	8,7

Leesvoorbeeld: in de artikelen waarin Twitter of tweets worden besproken in de maand maart 2010 vinden we in 13,4% van de artikelen ook het CDA terug.

Het CDA neemt hierbij het voortouw. Zij worden vanaf december 2009 in ruim een op de tien artikelen over Twitter ook genoemd. Het CDA wordt gevolgd door de PvdA en de PVV. Interessant is overigens dat in februari en maart 2010 de berichtgeving over Twitter zich sterker concentreert op de PvdA dan op het CDA. In maart is de focus vooral gericht op de PvdA en de PVV. Deze laatste partij is vooral genoemd in de berichtgeving naar aanleiding van de tweet van Geert Wilders over de strijd om het premierschap dat volgens hem tussen hem en Bos zou gaan (zie hierboven).

Wie is de E-politicus volgens de *traditionele media*?

Zoals we eerder zagen zijn Halsema en Verhagen de meest actieve politici wat twitteren betreft. De vraag is in hoeverre zij met hun twittergedrag ook in de media komen. In deze paragraaf kijken we naar de mate waarin de verschillende politici persoonlijk worden genoemd als twitteraars in de berichtgeving.

Tabel 4. Associaties tussen twitter en politici

	Balkenende	Bos	Halsema	Kant	Koenders	Rutte	Verdonk	Verhagen	Wilders
Aug 2009	1,8	0	0	0	0,8	0	0	0,8	3
Sept 2009	1,4	1,8	0,9	0	0,7	0	0,9	1	2,2
Okt 2009	2	3,8	1,2	0,8	0	0	0,8	2,8	4,4
Nov 2009	0,7	0,7	2,3	0	0	3,2	0,7	2,6	6,2
Dec 2009	4	3,7	1,2	0,7	4,6	4,5	1,2	7,2	1,3
Jan 2010	8,5	2,6	4	2,4	2,2	1,2	1,1	2,8	8
Feb 2010	10,2	4,9	3,9	2,9	2,7	2,9	2,7	6,1	5,4
Mrt 2010	5,2	4,1	3,1	9,3	0	1,9	1,3	1,9	13,1

Leesvoorbeeld: in de artikelen waarin Twitter of tweets worden besproken in de maand maart 2010 vinden we in 5,2% van de artikelen ook Balkenende terug.

We zien grote verschillen over tijd. Wederom richten de media pas vanaf december 2009 hun aandacht op twitterende Kamerleden. In deze maand is het vooral minister Verhagen die twitter weet te vinden. Zo schrijft Bert Wagendorp in de Volkskrant over de discussie in het kabinet over Afghanistan: “Maxime Verhagen van Buitenlandse Zaken zat er steeds doorheen te twitteren dat we in Uruzgan moeten blijven.” In de eerste maanden van het nieuwe jaar wordt Balkenende veel geassocieerd met twitter, maar dit is vooral in de passieve zin, wanneer er wordt gesproken over de val van het kabinet Balkenende en de twitterende politici die bij de debatten voorafgaande aan de val veelvuldig zaten te twitteren. In maart is er vooral aandacht voor de eerdere tweet die we bespraken van Wilders. Opvallend is dat de grootste twitteraars, Halsema en Verhagen in deze laatste weken niet veel het nieuws weten te vinden met hun tweets.

Twitterend de campagne door?

Het is de vraag in hoeverre de politici twitter verder gaan inzetten tijdens de campagne. Een substantieel deel van de kiezers kunnen ze ermee bereiken, maar zoals we zagen zijn deze kiezers eigenlijk al politiek geëngageerd en lezen zij ook andere media. Veel meer zal twitter gebruikt worden door politici om hun standpunten naar voren te brengen. Deze acties dienen een tweeledig doel. Allereerst kan men op deze manier proberen het publieke debat te sturen. Hoe meer er over de thema's van een partij gesproken of getwitterd wordt, des te beter. Een bepaalde tweet kan ook direct nieuws tot gevolg hebben. Daarnaast kunnen politici door zich actief op twitter te begeven mensen bewegen op hen te stemmen in plaats op de andere partijen en de eigen achterban te mobiliseren. Niet alleen door de inhoudelijke standpunten maar ook door de menselijke kant van de politici die via twitter makkelijk te benadrukken is. Tenslotte is het voordeel van de 140 tekens dat twitter gebruikt kan gaan worden om sound bites in het nieuws te krijgen.

Aan de andere kant is het de vraag hoe de journalisten om zullen gaan met de alom twitterende politici. In hoeverre zullen we de tweets terugvinden in de berichtgeving. Hebben bepaalde journalisten voorkeur voor bepaalde politici en in hoeverre worden de tweets in de dagbladen gepubliceerd als zodanig of als ‘reactie’.

De ontwikkelingen zoals we die nu zien laten een interessante trend zien in de huidige wisselwerking tussen (nieuwe)media en politiek, die uitnodigt tot verder onderzoek tijdens de komende campagne.