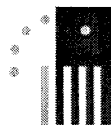




KATHOLIEKE
UNIVERSITEIT
LEUVEN



FEDERAAL WETENSCHAPSBELEID



Marc Hooghe & Sara Vissers

Wie bezoekt de websites van politieke partijen?

Een onderzoek naar de gebruikers van partijwebsites tijdens de campagne
voor de gemeenteraadsverkiezingen van oktober 2006

Interuniversitair Onderzoeksprogramma
'Politieke mobilisatie en nieuwe communicatietechnologie'

Antwerpen/Leuven
InterMob Paper 7
november 2006

Samenvatting

Het internet heeft de afgelopen jaren een belangrijke plaats verworven in verkiezingscampagnes. Politieke partijen besteden dan ook relatief veel aandacht aan het aanwezigheid op het internet. Toch weten we relatief weinig over wie er gebruik maakt van deze partijwebsites. Richten ze zich vooral tot de partijmilitanten, of eerder tot de ‘shoppende’ kiezer die alle partijen met elkaar wil vergelijken?

Om dit na te gaan organiseerden we in september 2006 een online-survey bij de gebruikers van partijwebsites. Elf partijen in ons land werkten mee aan dit onderzoek, enkel de MR en het Front National weigerden hun medewerking. In totaal vulden 4.218 internetgebruikers de vragenlijst in, waarvan 3.224 ook doorklikten tot op het einde.

Bij het profiel van de internetgebruikers valt op dat de *digital divide* inzake het politiek gebruik van internet nog volop aanwezig is: 75 procent van de respondenten zijn mannen en 2/3 heeft hoger onderwijs gevolgd. De respondenten vertonen een zeer hoge politieke interesse, ze zijn vaak partijlid en bijzonder actief op internet. Ze vertegenwoordigen dus geenszins een ‘doorsnee’ publiek. Deze groep gebruikt ook op een heel intensieve wijze internet voor het opzoeken van politieke informatie. Opvallend is dat bijna een kwart van de respondenten zegt dat het bezoek aan de website een grote of enige invloed heeft gehad op hun politieke opvattingen. De bezoekers blijken vooral geïnteresseerd in politieke informatie, minder in de interactieve mogelijkheden van het internet.

De kritische kiezer die zorgvuldig alle websites en partijprogramma's vergelijkt, blijkt eerder een marginaal verschijnsel. Van diegenen die al een voorkeur hebben voor de komende verkiezingen, zegt 70 procent op de partij te zullen stemmen van wie men de website bezoekt. Hoewel alle verbanden de komende maanden nog verder moeten onderzocht worden, lijkt het dus alsof partijwebsites vooral een functie vervullen in de communicatie naar de eigen (potentiële) achterban, en minder aangewend worden voor het mobiliseren van nieuwe kiezers.

© KU Leuven, Leuven 2006 (www.kuleuven.be/citizenship)

Deze working paper nr. 7 verschijnt in het kader van het Interuniversitair Onderzoeksproject 'Politieke mobilisatie en nieuwe communicatietechnologie' (InterMob), een samenwerkingsproject tussen de universiteiten van Antwerpen (prof. S. Walgrave), Leuven (prof. M. Hooghe), McGill University Montreal (prof. D. Stolle) en Washington (prof. W. Lance Bennett). Een woord van dank aan mevr. Céline Declaire die mee heeft gezorgd voor de Franse vertalingen. Dit onderzoeksprogramma wordt uitgevoerd in opdracht van het Federaal Wetenschapsbeleid.

Inleiding

In dit rapport brengen we verslag uit over het onderzoek *Internet en politieke partijen* (I&PP) dat in september-oktober 2006 werd uitgevoerd door de onderzoeksgroep Burgerschap en Democratie van de KU Leuven (prof. dr. Marc Hooghe als projectleider, Sara Vissers als wetenschappelijk medewerker). Het onderzoek is gestart op 1 september 2006 en afgerond de dag na de gemeenteraadsverkiezingen 9 oktober. Dit verslag heeft als doel de geïnteresseerde deelnemers op de hoogte te brengen van de eerste voorlopige enquête-resultaten. Wij willen graag de politieke partijen en niet te vergeten de webmasters van de partijen danken voor hun medewerking en de belangrijke informatie die zij ons in de loop van het onderzoek hebben gegeven. Daarnaast willen wij uiteraard ook de deelnemers aan het onderzoek hartelijk danken voor het invullen van de vragenlijst, zonder wie dit onderzoek natuurlijk niet mogelijk was.

De snelle opmars van het internet gaat niet onopgemerkt voorbij. Het World Wide Web verovert stilaan zijn plaats in alle geledingen van onze maatschappij, en ook in het politieke landschap. Zo gebruikte in 2005 33% van de Vlamingen of 52% van de Vlaamse volwassen *onliners* het internet voor het opzoeken van informatie en/of het volgen van het nieuws en politiek en voor het opzoeken van informatie of het contacteren van de overheid of politici (Hooghe & Vissers 2006). Zowel in de academische wereld als in politieke kringen zijn er sinds de opkomst van het internet verschillende scenario's geformuleerd over het democratisch potentieel van het internet. Sommigen hebben benadrukt dat gelet op het gedecentraliseerde karakter van het internet en de interactieve mogelijkheden van het medium, het politieke gebruik ervan zal leiden tot meer directere vormen van democratie en dit in het nadeel van de politieke partijen. Andere auteurs wijzen op de mogelijkheden van de nieuwe Informatie en Communicatie Technologieën (ICT) om de slabakkende politieke participatie terug nieuw leven in te blazen (Gibson, Lusoli & Ward 2005; Norris 2001; Bimber 2001). Het internet biedt voor politieke partijen en organisaties heel wat

nieuwe mogelijkheden om (online) burgers te mobiliseren, te engageren en te laten participeren aan het politieke gebeuren. Het is hier dat de websites van politieke partijen op het toneel verschijnen. Sinds het midden van de jaren '90 hebben steeds meer partijen over heel de wereld hun internet-aanwezigheid systematisch uitgebouwd. Dit evolueerde van simpele webpagina's waar de partij folders en brochures nu ook online beschikbaar stelde tot gesofisticeerde professionele websites. In het onderzoek naar de rol van politieke partijen op het internet is tot nu toe vooral aandacht besteed aan de aanbodzijde. Dankzij inhoudsanalyse van websites wordt duidelijk hoe partijen zich online profileren, hoe zij denken over dit nieuwe medium en wie er al dan niet succesvol is in de online wereld. Als we echter een volledig zicht willen krijgen op de impact van partijwebsites in een verkiezingscampagne is het belangrijk ook aandacht te schenken aan de *vraagzijde*, de bezoekers van deze sites. Wie bezoekt deze websites? Worden de partijwebsites enkel bezocht door de partijleden, door de sympathisanten of trekken zij ook een breder publiek aan? Is het '*preaching for the converted*' (preken voor de eigen kerk)?

Aangezien voor de studie van online-campagnevoering tot nu toe hoofdzakelijk de aanbodzijde werd onderzocht, hebben wij in navolging van het online onderzoek door Boogers en Voerman in 2003 in Nederland een online enquête georganiseerd bij de bezoekers van de Belgische partijwebsites tijdens de campagneperiode voor de gemeenteraadsverkiezingen 8 oktober 2006. Met dit onderzoek willen wij bijdragen aan het onderzoek naar de rol van partijwebsites in verkiezingscampagnes en nieuw inzicht leveren in de consumptie-zijde van het verhaal. We zijn ervan overtuigd dat deze data een belangrijke bron vormen om de achtergrond van de websitebezoekers te schetsen en te weten te komen waarom zijn een website van een politieke partij bezoeken. De vragenlijst laat ons toe te onderzoeken op welke manier en hoe deze websites kunnen zorgen voor een grotere betrokkenheid van de burgers, en of dit kan leiden tot bijkomende politieke participatie.

Na een korte toelichting over het verloop van de enquête en de methodologie zullen de (aller)eerste enquête resultaten worden gepresenteerd¹. Daarbij zal worden ingegaan op de algemene achtergrondkenmerken van de bezoekers en de redenen waarom zij partijwebsites bezoeken. Verder zal aandacht worden besteed aan het eerdere stemgedrag van de partijbezoekers en aan hun stemintenties voor 8 oktober 2006, de online mobilisatie en de politieke participatie van de partijsite-bezoekers.

Verloop van de enquête

Aangezien de onderzoekspopulatie in dit onderzoek bestaat uit de bezoekers van partijwebsites, hebben we geopteerd om te werken met een online *zelf-selectie* survey. Daarvoor hebben we aan de webmasters van de parlementaire politieke partijen gevraagd om de maand voor de gemeenteraadsverkiezingen een banner op (tenminste) de startpagina van de partijwebsite te plaatsen, vanwaar de bezoekers konden doorklikken naar de enquête-website en de vragenlijst. De online-enquête en de dataverzameling werd verzorgd door een extern ICT-bedrijf, KPsoft, dat over de nodige ervaring beschikt inzake online-surveys. Omdat het hier ging om gemeenteraadsverkiezingen hebben we aan de partijen gevraagd om, in de mate van het mogelijke, de banner eveneens te plaatsen op de lokale afdelingssites. Dit was voor sommige partijen praktisch moeilijk te organiseren. Uiteindelijk hebben vier partijen, SP.A, CD&V, VLD en Groen!, de banner zowel op de nationale als de lokale afdelingssites verspreid. Deze vier partijen werken met een content management systeem voor de lokale afdelingen, waardoor het gemakkelijk wordt informatie centraal ter beschikking te stellen.

Omwille van praktische redenen hebben we ons in dit onderzoek beperkt tot de parlementaire politieke partijen. Op dit moment zijn 13 politieke partijen

¹. We gaan in deze nota bewust niet in op de technische aspecten van het onderzoek. Voor de meer uitvoerige technische uitleg kan men terug in de nota *Internet and Political Parties. The September 2006 Web Survey in Belgium*. InterMob Paper 6, downloadbaar via www.kuleuven.be/citizenship.

vertegenwoordigd in een nationaal of regionaal parlement, waarvan slechts twee partijen, de Mouvement Réformateur en het Front National hebben geweigerd mee te werken aan dit onderzoeksproject. Tabel 1 geeft een overzicht van de partijen en hun websites, het gemiddeld aantal unieke bezoekers per dag tijdens de campagneperiode en het aantal respondenten dat de vragenlijst helemaal heeft ingevuld.

Tabel 1. Websites die deelnamen aan het onderzoek

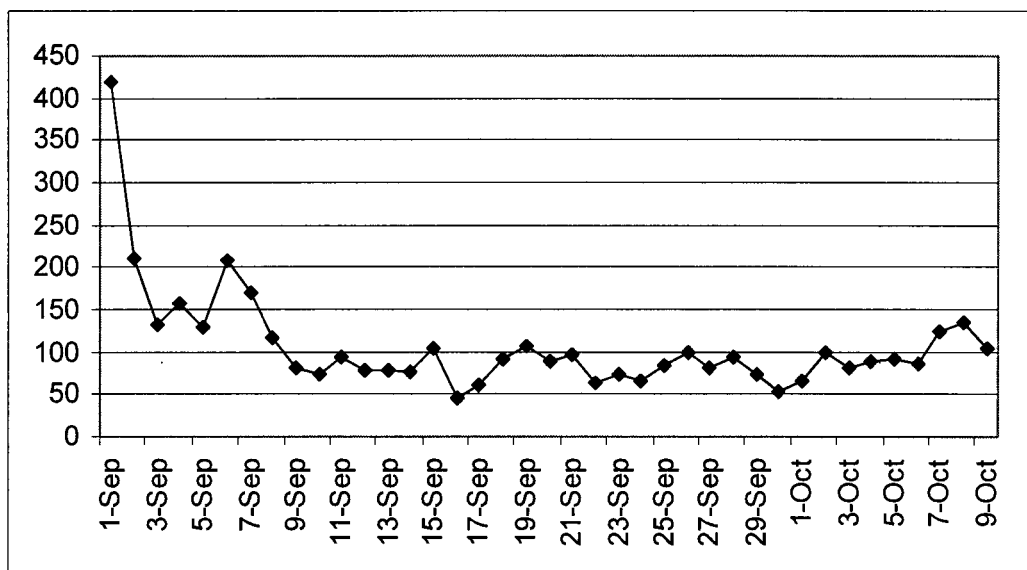
Naam	Taal	Website	unieke bezoekers/dag*	Respondenten
Website politieke partij				
SP.A	NL	s-p-a.be + lokale afdelingssites	4604	369
Spirit	NL	spirit.be	1060	136
CD&V	NL	cdenv.be + lokale afdelingssites	1600	354
N-VA	NL	n-va.be	2003	274
VLD	NL	vld.be + lokale afdelingssites	–	253
Vivant	NL/FR	vivant.be	-	30
Groen!	NL	groen.be + lokale afdelingssites	993	299
PS	FR	ps.be	6000	203
CdH	FR	lecdh.be	-	82
Ecolo	FR	ecolo.be	810	303
Andere websites/maillinglist				
Vlaams Belang Groen!	NL NL	Mailinglist nieuwsbrief	n.a.	724
Vlaams Belang	NL	Persoonlijke website kandidaat	n.a.	157
-	NL/FR	zoekmachines, blogs, and portaalsites	n.a.	39
Total				3224

*Gemiddeld aantal unieke bezoekers/dag gedurende de maand september 2006, bron: webmasters van de politieke partijen, interview september 2006 (verkiezingscampagne). Unieke bezoekers worden slechts één keer geteld, ongeacht het aantal keer zij de website per dag bezoeken. Unieke bezoekers worden geïdentificeerd aan de hand van het IP-nummer.

Tijdens de onderzoeksperiode hebben in totaal 4.218 respondenten de enquête ingevuld, waarvan 3.224 respondenten (of 76.4 %) de vragenlijst ook tot het einde heeft doorlopen. Dat is geen slechte score in vergelijking met eerder gedane web-surveys met een gemiddelde invulduur van 15 à 20 minuten (Best & Krueger 2004). Zoals uit Tabel 1 naar voor komt, hebben 920 respondenten, die op een andere manier dan via een nationale of lokale partij site komen, de vragenlijst ingevuld. 724

respondenten zijn via de e-nieuwsbrief van de partij op de vragenlijst terecht gekomen. Het Vlaams Belang had er immers voor gekozen de banner niet te plaatsen op de website zelf, maar wel op te nemen in de e-nieuwsbrief van de partij. Groen! heeft naast het plaatsen van de button op de nationale en lokale afdelingssites de banner eveneens verspreid via de e-nieuwsbrief. Later bleek dat nieuwsbrieven meer effectief zijn in het rekruteren van respondenten dan ‘gewoon’ een banner op de site (zie ook Figuur 1: het grootste aantal bezoekers kwam binnen op 5, 6 en 7 september, onmiddellijk na het verspreiden van de nieuwsbrieven). Omwille van de verschillende methodologie en het onevenwicht in de data hebben we geopteerd om voor bepaalde analyses de respondenten te weren die niet via een partij of kandidaat-website komen. Eenmaal men iets op het internet heeft geplaatst, bestaat er een kans (en dit is meteen ook de grote kracht van het internet) dat dit op verschillende manieren verspreid wordt en zo een eigen leven gaat leiden. Dit hebben we eveneens ondervonden voor onze internet survey. Negenendertig respondenten hebben hun weg naar de enquête gevonden via een blog, portaalsite of zoekmachine.

Figuur 1. Evolutie van het dagelijks aantal respondenten dat de enquête volledig heeft doorlopen (1 september- 1 oktober 2006)



Als we kijken naar de evolutie van het aantal respondenten dat de vragenlijst heeft beëindigd (Figuur 1), zien we de eerste dagen een echte respondenten *boost*. Dit heeft deels te maken met het feit dat de banner nieuw was op de websites, maar ook met de verspreiding van de elektronische nieuwsbrieven. Voor de rest zien we een relatief stabiele evolutie van het aantal respondenten met een gemiddelde van 80 à 100 deelnemers per dag, met zoals verwacht op het einde, tegen de verkiezingen aan, terug een lichte stijging.

Ten slotte willen we nog even benadrukken dat de resultaten van deze enquête niet kunnen worden doorgetrokken naar de volledige Belgische bevolking, noch naar de volledige online populatie. De onderzoeksgroep van deze survey omvat de bezoekers van de partijwebsites die de moeite hebben gedaan deel te nemen aan deze enquête en de gedane uitspraken gelden dan ook uitsluitend voor deze groep.

Resultaten

Algemene achtergrondkenmerken

Websites kunnen voor politieke partijen een belangrijk communicatie-instrument vormen. Het internet biedt aan partijen tal van mogelijkheden om burgers politiek te informeren, te mobiliseren en engageren. De vraag die niet alleen onderzoekers, maar ook de politieke partijen zelf bezighoudt en aanbelangt, is wie nu juist deze partij sites bezoekt. Slagen de partijen er in om via hun website nieuwe groepen aan te trekken die traditioneel minder in het politieke gebeuren betrokken zijn? In Tabel 2 wordt een overzicht gegeven van de achtergrondfactoren van de respondenten. Om inzicht te krijgen in de selectiviteit van deze groep maken we een vergelijking met de onliners die regelmatig het internet gebruiken voor politieke doeleinden. Daarvoor doen we een beroep op de Sociale en Culturele Verschuivingen (SCV) survey 2005². Deze enquête

². Meer informatie over deze jaarlijkse survey op:
http://aps.vlaanderen.be/survey/aps_survey/APS-survey.htm

wordt jaarlijks georganiseerd door de Administratie Planning en Statistiek van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap. In het kader van deze survey werden in het voorjaar van 2005, 1.524 respondenten tussen 18 jaar en 85 jaar face to face bevraagd. Deze data kunnen dan ook als representatief worden beschouwd voor de volwassen populatie van Vlaanderen. In Tabel 2 vergelijken we de resultaten van ons eigen onderzoek, met de groep SCV-respondenten die regelmatig het internet gebruik om politieke informatie op te zoeken. Het eerste wat opvalt is dat onder onze respondenten mannen en hoger geschoolden extreem oververtegenwoordigd zijn. Bijna drie kwart van onze respondenten is mannelijk, en ongeveer 2/3 heeft hoger onderwijs genoten. In vergelijking met de politieke gebruikers uit de SCV-survey zijn onder de bezoekers van partijwebsites meer 60+-ers en iets meer jongeren te vinden en dat zijn niet toevallig allebei groepen die over het algemeen meer vrije tijd hebben om op het internet te surfen.

Tabel 2. Respondenten in dit onderzoek en Vlaamse internetgebruikers

	Respondenten I&PP	Politieke internet-gebruikers
Geslacht		
Vrouw	24.3	44.3
Man	75.7	55.7
Leeftijd		
<30 jaar	32.5	32.6
30-44 jaar	31.9	34.4
45-59 jaar	23.4	25.4
>59 jaar	12.1	7.6
Opleidingsniveau		
Middelbare school of lager	37.0	47.7
Hoger onderwijs	62.9	50.1

Eenheden zijn percentages op totale groep. Resp.: respondenten in onderzoek Internet en Politieke Partijen survey (n=3.224), en respondenten in SCV survey 2005 die regelmatig het internet gebruiken voor politieke informatie en communicatie (n=503). Omwille van de vergelijkbaarheid werd bij de opdeling naar onderwijsniveau geen rekening gehouden met diegenen die nog studeren.

De bezoekers van partij websites behoren overduidelijk tot de fervente internetgebruikers (Tabel 3). 88% van de respondenten maakt dagelijks gebruik van het internet. Met het internetgebruik bedoelen we het gebruik van het internet thuis, op het werk, op de school, dus ongeacht de plaats van gebruik. Als we dit cijfer vergelijken met de algemene Vlaamse bevolking die gedurende de laatste drie

maanden het internet gebruikte, zien we dat ‘slechts’ 62% van deze onliners dagelijks een beroep doet op het internet (SCV-survey 2005).

Tabel 3. Frequentie van het internetgebruik

Dagelijks	88.3
Meerdere keren per week	9.9
Ongeveer één keer per week	0.9
Meerdere keren per maand	0.5
Ongeveer één keer per maand	0.3
Nooit of minder dan één keer per maand	0.2

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 (n=3.224; 49 ontbrekende antwoorden)

De frequentie van het internetgebruik hangt ook samen met de internetvaardigheden waarover men beschikt (Tabel 4). De bezoekers van de partijwebsites beschikken gemiddeld over meer internetvaardigheden dan de gemiddelde surfer. Zo heeft bijna 38 % van de respondenten al eens een webpagina gemaakt, voor de algemene onliners is dit slechts 15% (CSV survey 2005). De partij-bezoekers hebben ook vaker gebruik gemaakt van de interactieve mogelijkheden van het internet door berichten te versturen naar chatrooms, nieuwsgroepen of discussiefora (57 % vs. 27 %) en het telefoneren via het internet (74 % vs. 12 %).

Tabel 4. Internetvaardigheden

	Bezoekers partijwebsites				Alle internet-gebruikers
	Vaak	Af en toe	Zelden	Nooit	Ja
Een zoekmachine gebruiken om informatie te vinden	83.6	10.7	1.7	4.1	95.9
E-mails met toegevoegde bestanden (attachments) versturen	68.8	15.2	4.4	11.7	83.3
Berichten versturen naar chatrooms, nieuwsgroepen of naar online discussiefora	17.4	14.2	25.2	43.2	26.8
Via het internet telefoneren	10.9	32.8	30.5	25.8	11.9
Peer-to-peer file sharing om films, muziek,... uit te wisselen	9.9	10.1	12.6	67.5	16.6
Een webpagina maken	11.2	11.2	15.1	62.5	15.2
Een petitie ondertekenen	13.3	11.0	14.9	60.8	-

Eenheden zijn percentages. Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 (n= 3.224; 81 ontbrekende antwoorden). Internetgebruikers: uit SCV survey 2005, 956 regelmatige internetgebruikers. Vier antwoordmogelijkheden in I&PP; twee (ja/nee) in SCV.

Politieke interesse en participatie

De politieke interesse en participatie van de respondenten geven een extra inzicht in het profiel van de bezoekers van de partijwebsites. Voor het meten van de politieke interesse werd aan de respondenten gevraagd met een score van 0 tot 10 hun belangstelling voor politiek aan te geven.

Tabel 5. Politieke interesse

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0.8	0.4	0.7	1.0	1.0	2.9	4.1	10.8	21.5	23.5	33.3

Bron: Internet en Politieke Partijen 2006 (n=3.224; 61 ontbrekende antwoorden)

Tabel 5 toont duidelijk aan dat de online partij-bezoekers tot de meer politiek geïnteresseerden in de maatschappij behoren. Dat wordt ook bijzonder duidelijk als we kijken naar het lidmaatschap van politieke partijen (Tabel 6). Ongeveer 46 % van de respondenten geeft aan lid te zijn van een politieke partij, voor de algemene populatie is dit ongeveer 6 %. Deze resultaten wijzen er op dat de partijwebsites zich vooral richten op diegenen die al politiek geïnteresseerd zijn, en ook reeds politiek participeren.

Tabel 6. Lidmaatschap politieke partij

Ja, actief lid	34.1
Ja, passief lid	11.6
Geen lid	48.3
Geen lid meer	6.1

Bron: Internet en Politieke Partijen (n=2461; 38 ontbrekende antwoorden).

Opmerking: percentages ten opzichte van de totale groep respondenten die via een partij-site op de vragenlijst is terechtgekomen.

Bij de bevraging van de politieke participatie van de respondenten werd zowel gepeild naar de online als de offline participatie (Tabel 7). De offline of 'echte' politieke participatie blijkt hier nog altijd de overhand te hebben. Terwijl politieke partijen in bijvoorbeeld de Verenigde Staten of het Verenigd Koninkrijk heel actief financiële bijdragen of lidmaatschapsaanmeldingen ronselen via het internet, lijkt deze activiteit in België niet zo zeer voor te komen. De enige activiteit die online bijna even populair is als offline, is het contacteren van politici.

Tabel 7. Politieke participatie

	Online	Offline
Financiële steun aan politieke partij	5.4	18.9
Financiële steun aan een andere politieke organisatie of doel	3.4	10.6
Discussie politiek met vrienden, familie, collega's	12.6	67.7
Contact opgenomen met politici	23.3	26.0
Deelgenomen aan een stakingsactiviteit	-	7.0
Deelgenomen aan een betoging	-	20.3
Actief deelgenomen aan een campagne politieke partij	8.0	25.7
Deelgenomen aan een politieke bijeenkomst, demonstratie	-	36.6

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 (n=3.224; 88 ontbrekende antwoorden). Vraag: hebt u de afgelopen twaalf maanden deze activiteit verricht, ofwel via internet, ofwel in real life.

Volgen van het (politiek) nieuws

Willen we een zicht krijgen op de plaats en functie die internet en meer specifiek de websites van politieke partijen innemen in het informatie- en communicatieproces van de burgers, dan is het aangewezen een vergelijking te maken met de traditionele media. Vormen de politieke websites een nieuwe informatiebron of worden zij gebruikt als aanvulling op de traditionele media? Welke media vormen voor de bezoekers van partijwebsites de belangrijkste informatiebron voor de gemeenteraadsverkiezingen? Surfen online partij bezoekers als voorbereiding op de verkiezingen naar meerdere politieke (partij) websites of beperken zij zich tot één (favoriete) partij?

Tabel 8 toont aan dat de bezoekers van partijwebsites opvallend minder frequent naar het TV-journaal kijken dan het geval is voor de gemiddelde Vlaming. De online partij-bezoekers lezen dan weer vaker de krant dan de modale Vlaming. Dit kan vooral worden toegeschreven aan het gemiddeld hogere opleidingsniveau van de bezoekers van partijwebsites.

Tabel 8. Frequentie volgen van het nieuws op TV en het lezen van de krant

	TV		Krant	
	Bezoekers partijwebsites	Algemene bevolking	Bezoekers partijwebsites	Algemene bevolking
6 à 7 dagen per week	45.3	62.0	41.1	40.4
5 dagen per week	23.6	} 24.6	15.7	} 13.3
3 à 4 dagen per week	12.6		10.8	
1 à 2 dagen per week	9.6	5.8	14.2	12.5
Minder dan 1 dag per week	4.7	4.6	8.9	15.2
Nooit	4.3	3.0	9.4	18.5

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 (n=3.224).

Algemene bevolking: SCV surveys 2005 (n=1.524)

Maken we een onderscheid naar de gebruikte media voor het opzoeken van informatie over de gemeenteraadsverkiezingen, dan zien we dat de nationale televisie, het internet en de nationale kranten en weekbladen het meest frequent worden gebruikt (Tabel 9). Ondanks het feit dat het hier om lokale gemeenteraadsverkiezingen gaat, geeft 44 % van de respondenten aan gedurende de laatste maand geen beroep te hebben gedaan op de regionale TV of krant/magazine voor lokale verkiezingsinformatie. Verenigingen en organisaties zijn duidelijk het minst actief (of efficiënt?) in het doorgeven van verkiezingsinformatie, 61 % van de partij-bezoekers zegt nooit lokale verkiezingsinformatie te hebben verkregen via een organisatie waarvan men lid was. Als aan de respondenten wordt gevraagd welk medium het belangrijkste informatie kanaal vormt, plaatst 35 % van de partijbezoekers internet op de eerste plaats (Tabel 10), gevolgd door de nationale televisie (19 %) en de nationale krant of weekblad (16 %).

Tabel 9. Informatiekanaal gemeenteraadsverkiezingen 2006

	Nooit	Maandelijks	Wekelijks	Dagelijks
Regionale TV	44.05	13.55	16.97	15.44
Nationale TV	19.22	6.30	24.98	49.50
Nationale krant/ weekblad	24.86	6.65	25.99	42.50
Regionale krant/ magazine	44.33	14.49	28.54	12.63
Radio	34.88	8.13	17.17	39.82
Via familie, vrienden, collega's	35.41	14.56	32.26	17.77
Via Internet	11.18	11.06	33.71	44.05
Informatie van partijen (programma, brochures, ...)	22.40	21.17	37.68	18.75
Via een organisatie waarvan ik lid ben	61.50	10.78	15.53	12.19

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 (n=3.224).

Tabel 10. Belangrijkste informatiekanalen gemeenteraadsverkiezingen 2006

Internet	35.3
Nationale TV	18.6
Nationale krant/weekblad	16.5
Informatie van partijen	9.8
Vrienden, collega's, familie,...	6.5
Regionale TV	4.4
Regionale krant/weekblad	3.9
Radio	3.5
Organisatie waarvan ik lid ben	1.6

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 (n=3.224).

Partijwebsites zijn niet de enige online bron om informatie over de verkiezingen in te winnen, maar zij vormen voor de bezoekers van partijsites wel de belangrijkste digitale informatiebron (Tabel 11). De nationale website van de partij vanwaar men is doorgeklikt naar de vragenlijst is door 80% van de respondenten, die reeds een beroep heeft gedaan op internet voor verkiezingsinformatie, gebruikt geweest om verkiezingsinformatie op te zoeken. De lokale afdelingssites zijn daarentegen, ondanks het regionale karakter van de verkiezingen, een stuk minder populair. En ook hier zien we dat de partij-bezoekers zich niet uitsluitend beperken tot één partij, 36 % van de respondenten heeft voor het opzoeken van verkiezingsinformatie een beroep gedaan op de nationale website van een andere politieke partij en 24 % heeft dit gedaan voor een (of meerdere) afdelingssite(s) van een andere politieke partij.

Tabel 11. Opzoeken van online verkiezingsinformatie

Nationale website <i>deze</i> politieke partij	80.07
Website lokale afdeling <i>deze</i> politieke partij	41.60
Nationale website andere politieke partij	35.85
Website krant	29.89
Persoonlijke website kandidaat	27.42
Website lokale afdeling andere politieke partij	24.22
Website nieuwszender	24.00
Website overheid	12.65
Portaalwebsite (als Yahoo, Tiscali,...)	6.33
Andere website	2.25

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006, meer dan één antwoord mogelijk.

Opmerking: Percentages ten opzichte van de respondenten die reeds het internet hebben gebruikt voor het opzoeken van verkiezingsinformatie. (n=2869; 1494 ontbrekende antwoorden). Met *deze* partij bedoelen we de partij vanwaar men op de vragenlijst is terechtgekomen.

Naast de bezochte websites om informatie op te zoeken hebben we ook getracht het e-mail verkeer over de gemeenteraadsverkiezingen na te gaan (Tabel 12). Zo zien we dat er het meeste interactie is tussen de kiezers en de partijen, kandidaten en tussen familie, vrienden en collega's.

Tabel 12. E-mail verkeer omtrent de gemeenteraadsverkiezingen

	Ontvangen	Verzonden	Ontvangen én verzonden
Politieke partij	31.20	7.27	39.77
Kandidaat	18.50	6.72	36.25
Drukkingsgroep	12.70	2.22	11.59
Nieuwe organisatie	12.02	3.45	10.36
Familie, vrienden, collega's	9.93	8.63	34.22
Andere	5.67	1.60	13.01

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 n=3224, 1602 ontbrekende antwoorden.

Opmerking: Deze vraag heeft drie antwoordcategorieën. 'Ontvangen en verzonden' is dus niet de som van de eerste twee antwoordcategorieën.

Uit Tabel 13 blijkt dat het voor ongeveer 39 % van de respondenten de eerste keer was dat de partijwebsite werd bezocht. Bij de overige 60% was de site reeds eerder bezocht. Als we aan de respondenten vragen of het bezoeken van de partijwebsite invloed heeft gehad op hun politieke voorkeur, zegt 43 % van de respondenten een zekere invloed te hebben ervaren. Dit is opvallend hoger dan het geval is bij onderzoek naar TV en kranten, waar steeds slechts een kleine minderheid bekend enige invloed te ervaren. Als we de frequentie van het partijbezoek kruisen met de invloed op de politieke voorkeur zien we dat de respondenten die de site voor de eerste keer bezoeken aangeven het minst politiek te zijn beïnvloed. 71% van de eerste-keer-bezoekers zegt dat het bezoek aan de partijsite geen invloed heeft gehad op hun politieke voorkeur, maar bij de regelmatige bezoekers is dit 51%.

Tabel 13. Deze website reeds eerder bezocht?

Nee	38.6
Ja, af en toe	27.4
Ja, regelmatig	34.1

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 n=3224

Tabel 14. Invloed van website op politieke voorkeur

Geen invloed	57.01
Nauwelijks invloed	19.97
Enige invloed	16.64
Grote invloed	6.38

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 n=3224

Belangrijkste redenen voor het bezoeken van de partijwebsite

Een belangrijk deel van het onderzoek naar de rol van internet in verkiezingscampagnes verwijst naar de interactieve mogelijkheden van het internet. Dit nieuwe medium geeft politieke partijen en andere (politieke) organisaties de mogelijkheid om burgers op een nieuwe manier te betrekken in het politieke gebeuren. Naast het louter verspreiden van informatie biedt het WWW heel wat nieuwe interactieve toepassingen zoals het gebruik van e-mail, blogs, chat rooms, discussiefora,... In onderzoek naar de inhoud van partijwebsites wordt meestal gewezen op het top-down karakter van partijwebsites en het feit dat partijen niet optimaal gebruik maken van deze nieuwe internettoepassingen. De vraag die zich hier opdringt, is of burgers nu wel echt op zoek zijn naar interactie. Zo blijkt dat de bezoekers van partij websites hoofdzakelijk op zoek zijn naar informatie, en niet naar interactie met de partij, politici of andere kiezers (Tabel 15). Het zoeken van informatie over de partijstandpunten, de verkiezingscampagne, kandidaten en de politieke partij in het algemeen vormen de belangrijkste redenen voor het bezoeken van partij websites.

Tabel 15. Belangrijkste redenen voor bezoek website

Informatie over de partijstandpunten	53.8
Informatie over de verkiezingscampagne	35.7
Informatie over kandidaten	34.2
Informatie over de politieke partij	30.2
E-mailen politieke partij	9.2
Deelnemen aan politieke discussies	9.2
E-mailen politicus	3.1
Aanmelden of afmelden als lid van een partij	2.3
Andere redenen	7.2

Bron: Internet en Politieke Partijen survey 2006 n=3224

Opmerking: De som van de percentages is niet 100, maar bijna 200, omdat we de twee belangrijkste redenen waarom de respondenten partij websites bezoeken, hebben opgeteld.

Om een zicht te krijgen op de tevredenheid van de bezoekers werd aan de respondenten gevraagd de partij website te beoordelen aan de hand van een rapportcijfer van 1 tot 10. De gemiddelde score komt neer op 6.9/10. Dit is geen slechts score, maar dit cijfer laat duidelijk plaats voor verbetering en aanpassing van de huidige partijwebsites. Anderzijds kunnen we er ook van uit gaan dat we hier blijkbaar te maken hebben met een eerder kritisch publiek.

Stemgedrag

Zowel voor academici als voor de politieke partijen zelf is het belangrijk een idee te hebben van wie juist partij websites bezoekt. Het informeren van de leden en de partij aanhangers is één belangrijke doelstelling van partijsites, maar deze kunnen daarnaast ook een belangrijke rol spelen in het werven en informeren van nieuwe kiezers en de nog 'twijfelende burgers'. De overgrote meerderheid (83.7%) van de bezoekers stelt reeds besloten te hebben op welke partij men zou stemmen tijdens de verkiezingen van 8 oktober 2006. 16.3 % had op het moment van het invullen van de vragenlijst nog geen beslissing genomen. 71 procent van diegenen die al een voorkeur hebben (of die althans willen kenbaar maken) stemt ook op de partij wier website men bezoekt. Wanneer men dat omrekent naar het totaal aantal bezoekers dan kan men besluiten dat 60 procent ook van plan is op die partij te stemmen; 24 procent wil op een andere partij stemmen en 16 procent weet het nog niet of wil dit nog niet meedelen. Partijwebsites blijken zich in de praktijk dus vooral te richten op diegenen die reeds van plan waren voor die bepaalde partij te stemmen.

Het antwoord op de vraag voor wie men dan zou stemmen vinden we (voor de Nederlandstalige partijen) in Tabel 16. We vinden hier een vrij normale verdeling met de hoogste scores voor CD&V en SP.a., gevolgd door Vlaams Belang, N-VA en Groen! De score van de VLD ligt duidelijk lager dan de echte stembusuitslag. Ook als

we vragen naar het stemgedrag in het jaar 2000 blijken de (toenmalige) CVP en SP de favoriete partijen. Hoewel ons onderzoek zeker niet representatief is, kunnen we dan ook besluiten dat de meeste Vlaamse partijen wel degelijk vertegenwoordigd zijn in onze steekproef. Enkel de VLD blijft ondervertegenwoordigd.

Tabel 16. Partijvoorkeur (Nederlandstalig)

	2000	2006
Agalev/Groen!	12.4	13.0
CVP/CD&V	16.3	18.9
ID21	0.7	-
Pvda	0.3	-
SP(.A)	15.5	18.5
Vlaams Blok	11.7	13.9
VLD	12.0	10.9
VU	8.5	--
N-VA	--	13.1
Spirit	--	3.5
Vivant	--	1.3
Andere partij	3.2	4.1
Blanco/niet stemmen	0.9	--
Vertel ik liever niet	--	2.8
Mocht (nog) niet stemmen	15.2	--
Weet het niet meer	3.4	--

Enkel respondenten die afkomstig zijn van partijwebsite, in 2006 enkel diegenen die al een partijvoorkeur hebben. Voor 2000: n=1874; voor 2006: n=1537.

Aan Franstalige kant kregen we geen medewerking van MR, en dat betekent dat de verdeling van de respondenten hier veel minder optimaal is. Er is een bijzonder grote oververtegenwoordiging van Ecolo-kiezers. PS scoort matig en CDH en MR blijven sterk ondervertegenwoordigd (Tabel 17). Ondanks onze inspanningen blijkt de Franstalige steekproef dus verre van representatief.

Tabel 17. Partijvoorkeur (Franstalig)

	2000	2006
Ecolo	33.0	43.3
FDF	0.7	0.6
Front National	0.5	0.8
Parti communiste	0.4	0.2
PRL /MR	8.6	7.3
PS	25.2	25.9
PSC / CDH	7.9	12.3
PTB	0.9	0.6
Vivant	0.2	--
Andere partij	2.6	3.6
Blanco	1.0	--
Ging niet stemmen	2.1	--
Mocht (nog) niet stemmen	11.1	--
Weet het niet meer	5.9	--
Vertel ik liever niet	--	5.0

Enkel respondenten die afkomstig zijn van partijwebsite, in 2006 enkel diegenen die al een partijvoorkeur hebben. Voor 2000: n=587; voor 2006: n=496.

Voorlopig besluit

Zoals we eerder hebben aangehaald, willen we met deze survey de rol van partijwebsites nagaan in verkiezingscampagnes. Worden deze websites hoofdzakelijk gebruikt om te communiceren met de traditioneel meer geïnteresseerde burgers, partijleden en partij-aanhangers? Of kunnen de partijen met hun websites nieuwe groepen uit de populatie bereiken? Bereiken ze kiezers die oorspronkelijk niet de intentie hadden om voor deze partij te stemmen en de traditioneel minder politiek geïnteresseerden? De analyses nodig om een volledig en genuanceerd antwoord op deze vragen te formuleren zal waarschijnlijk nog een aantal maanden in beslag nemen. Gegeven de eigenschappen van de respondenten in de survey lijkt het ons nu reeds heel onwaarschijnlijk dat partij websites een goed communicatiemedium vormen om zich specifiek te richten op de burgers met een lagere opleiding en diegenen met weinig politieke interesse. We zien hier nogmaals dat dergelijk politiek gebruik van website blijkbaar vooral een zaak is van mannen en van hoog opgeleide, politiek geïnteresseerde burgers. Als dusdanig kunnen we stellen dat politiek internetgebruik

zich in de praktijk richt tot één specifiek segment van de bevolking, zeker niet tot de volledige bevolking.

De centrale vraag in dit onderzoek is of de website van politieke partijen zich vooral richten op de geïnteresseerde kiezer, dan wel op de eigen achterban. In de praktijk lijkt dit tweede fenomeen toch te overheersen: ongeveer 60 procent van de bezoekers weet nu al dat ze op die bepaalde partij zal gaan stemmen. Opvallend is wel dat een groot gedeelte van de respondenten aangeeft beïnvloed te zijn geworden door het bezoek aan de website, terwijl in het algemeen kan worden gesteld dat deze respondenten voor hun politieke informatie heel sterk afhankelijk zijn van het internet.

Als we deze voorlopige resultaten vergelijken met die van een eerder onderzoek (Hooghe & Stouthuysen 2001) bij de verkiezingen van het jaar 2000, dan kunnen we enkel stellen dat het internet nu een veel belangrijker rol heeft verworven in het hele campagneproces. In het jaar 2000 ging het duidelijk om een nog eerder marginaal fenomeen dat slechts door enkele pioniers werd gebruikt, en dan nog op een weinig gecoördineerde wijze. Anno 2006 stellen we vast dat het internet een centraal campagne-instrument is geworden, dat in de praktijk vooral lijkt gebruikt te worden voor de communicatie met de eigen achterban.

Mede dankzij alle webmaster en respondenten die aan dit onderzoek hebben meegewerkt, beschikken we nu over een unieke meting van het politieke internetgebruik in de campagne van 2006. De komende maanden zullen we deze gegevens verder analyseren om na te gaan of onze voorlopige besluiten ook in de praktijk bewaarheid worden. Deze verdere analyses verschijnen de volgende maanden op onze website www.kuleuven.be/citizenship.

Bibliografie

- Best, Samuel & Krueger, Brian (2004). *Internet Data Collection*. Thousand Oaks: Sage.
- Bimber, Bruce (2001). Information and Political Engagement in America: the Search for Effects of Information Technology at the Individual level. *Political Research Quarterly*, 54(1), 53-67.
- Boogers, Marcel & Voerman, Gerrit (2003). Surfing citizens and floating voters: Results of an online survey of visitors to political web sites during the Dutch 2002 General Elections. *Information Polity*, 8(1), 17-27.
- Gibson, Rachel & McAllister, Ian (2006). Does Cyber Campaigning Win Votes? Online Communication in the 2004 Australian Election. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 16(3), 243-264.
- Gibson, Rachel, Lusoli, Wainer & Ward, Stephen. (2005). Online participation in the UK: Testing a 'Contextualised' Model of Internet Effects. *Political Studies Association*, 7, 561-583.
- Hooghe, Marc & Stouthuysen, Patrick (2001). Het politiek gebruik van internet naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen van 8 oktober 2000. *Res Publica*, 43(4), 507-528.
- Hooghe, Marc & Teepe, Wouter (2007). Party Profiles on the Web. An Analysis of the Log Files of Nonpartisan Interactive Political Internet Sites in the 2003 and 2004 Election Campaigns in Belgium. *New Media and Society*, 9, accepted.
- Hooghe, Marc & Vissers, Sara (2006). Internet and Political Parties. The September 2006 Web Survey in Belgium. Leuven: KU Leuven en Antwerpen: Universiteit Antwerpen (InterMob Paper 6).
- Hooghe, Marc & Vissers, Sara (2007). Websites as a Campaign Tool for Belgian Political Parties. A Comparison between the 2000 and 2006 Local Election Campaigns. In: R. Davis, D. Owen, D. Taras, & S. Ward (Eds.), *Making a Difference: A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*. Lanham: Lexington Books.
- Lusoli, Wainer (2005). The internet and the European Parliament elections: Theoretical perspectives, empirical investigations and proposals for research. *Information Polity*, 11, 153-163.
- Norris, Pippa (2001). *Digital divide? Civic engagement, Information Poverty & the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa (2003). Preaching to the Converted? Pluralism, Participation and Party Websites. *Party Politics*, 9(1), 21-46.
- Pedersen, Karina & Saglie, Jo (2005). New Technology in Ageing Parties. Internet Use in Danish and Norwegian Parties. *Party Politics*, 11(3), 359-377.
- Römmele, Andrea (2003). Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies. *Party Politics*, 9(1), 7-20.
- Vissers, Sara & Hooghe, Marc (2006). Ongelijkheden in het internetgebruik in Vlaanderen, 2001-2005. Leuven: KU Leuven en Antwerpen: Universiteit Antwerpen (InterMob Paper 4).