

PARLEMENTAIRE COMMUNICATIE: HET SPEELVELD VERPLAATST ZICH - HOEVER BEWEEGT DE GRIFFIER MEE?

Luuk van Luijk en Nettie Engels
(Redactie Jaarboek)

14

Van de hoofdredacteur

Jaarboekredacteurs Nettie Engels en Luuk van Luijk spraken met communicatieadviseurs op nationaal, provinciaal en lokaal niveau.

Onderwerp van gesprek: digitale communicatie over de politiek en politieke besluitvorming naar buiten toe. Wat is er veranderd door social media, hoe ga je om met de snelheid waarmee communicatie tegenwoordig gaat en hoe trek je als communicatieadviseur in dienst van Kamer, Staten of raad de grens tussen politieke berichtgeving en 'institutionele' berichtgeving over de besluitvorming?

We zitten bij de Eerste Kamer met uitzicht op de Hofvijver en voldoende koffie en koekjes om de ochtend door te komen. Aan tafel zitten vijf collega's werkzaam voor de vier parlementen die Nederland rijk is; de waterschappen laten we als uitvoeringsinstantie even buiten beschouwing. Zij brengen het werk van gemeenteraden, Provinciale Staten, Eerste Kamer en Tweede Kamer over het voetlicht. Het wordt een boeiend gesprek over het werken op de vijf griffies en de onderlinge verschillen. We benoemen een aantal relevante ontwikkelingen die de communicatie door de griffies beïnvloeden, waarbij de opkomst van de sociale media centraal staat en de grijze zone tussen institutionele en politieke berichtgeving wordt verkend. Iedereen ervaart dat het speelveld zich aan het verplaatsen is, maar de grote vraag is hoever je daar als griffie in meebeweegt.

Gesprek met:

Barbara Goossen, communicatieadviseur Tweede Kamer

David Kok, communicatieadviseur raadsgriffie Almere

Barbara Belder, communicatieadviseur, raadsgriffie Apeldoorn

Gert Riphagen, voorlichter Eerste Kamer

Suheyla Tunc, communicatieadviseur statengriffie Gelderland

Tussen zenden en ontvangen: online influencers en issue-analyses

We openen het gesprek met de bespreking van belangrijke ontwikkelingen in de berichtgeving over de politieke arena op alle niveaus. Los van alle technologische ontwikkelingen is de teloorgang van de regionale en lokale media van groot belang voor provincies en gemeenten. Daarnaast zijn in die beide bestuurslagen sinds 2002 respectievelijk 2003 griffiers en griffies een belangrijke nieuwe speler. Raadsgriffies en statengriffies zijn verantwoordelijk om hun inwoners te informeren wat er in hun volksvertegenwoordiging gebeurt, en hoe de politieke arena en de buitenwereld met elkaar in contact kunnen komen.

”

Waarom plaatsen we social media-ontwikkelingen zo vaak in de problemensfeer? Ze bieden juist kansen voor gemeenteraden!

Barbara Belder

Barbara Belder (raadsgriffie Apeldoorn) ziet een verschuiving van communicatieactiviteiten vanuit het instituut van de gemeenteraad. De 39 raadsleden communiceren steeds meer via hun eigen kanalen. Al die activiteiten gezamenlijk vormen volgens haar meer dan de som der delen. Het is alleen nog onduidelijk hoe die gedeelde som eruit zou kunnen zien.

Daarnaast verplaatst het speelveld zich: zgn. online influencers krijgen een grotere rol waardoor het debat een extra laag krijgt. Online vindt men elkaar tegenwoordig makkelijker dan voorheen. Het is bijvoorbeeld niet ongewoon dat landelijke actievoerders helpen om lokale issues op de kaart te zetten. Dat heeft niet alleen betekenis in de besluitvormende fase van een raadsvergadering, maar begint al bij de beleidsvoorbereiding.

De Apeldoornse griffie werkt inmiddels met een tool die issue-analyses genereert: een digitale knipselkrant die beschikbare informatie op sociale media screent, en in een handzaam overzicht plaatst, als een extra handreiking aan raadsleden.

Zie ook de bijdrage van Belder en Kok elders in het jaarboek.



Twitter geeft real time inzicht in wat er speelt bij politici, journalisten en andere volgers en is een mooi podium om je boodschap breder te verspreiden. Niet iedere tweet is een call to action. Niet reageren is ook een reactie.

Suheyra Tunc

Suheyra Tunc (statengriffie Gelderland) vult aan dat de provinciale organisatie met omgevingsanalyses werkt, zogenaamde tamtams. Een tamtam is een beknopte weergave van het mediabeeld over 24 uur. Hierin wordt informatie opgenomen uit de traditionele en de sociale media. Zo is er meer inzicht in het gesprek van de dag en het bereik van een bericht, bijvoorbeeld het aantal volgers van iemand die een bericht retweet. De tamtams geven inzicht in wat zich openbaar afspeelt.

Betrouwbare informatie verschaffen: kernactiviteit van de griffie

In de politiek gaat het naast inhoud ook over emoties en beeldvorming, en de veel hogere omloopsnelheid van nieuws heeft in dat opzicht een grote impact gehad op de politiek. Tussen alle beeldvorming en framing wordt het verstrekken van feitelijke en zakelijke informatie een steeds belangrijkere taak van griffies.



Zonder raadscommunicatie krijgt de gemeenteraad geen positie.

David Kok

David Kok (raadsgriffie Almere) uit zijn zorg dat veel griffies de communicatiefunctie niet of heel beperkt hebben ingevuld. Geregeld verschijnen berichten over de raad die niet correct zijn en daarmee niet bijdragen aan een goed beeld van de positie van de raad. Hij noemt het voorbeeld van een wethouder die twittert dat een coalitieakkoord is aangenomen door de raad terwijl het alleen ter bespreking op de agenda stond. Dat lijkt een detail, maar het draagt niet bij aan helderheid bij burgers wie waar over gaat. Hoewel 'de gemeente' voor inwoners vaak één entiteit is, is het volgens hem wezenlijk om het onderscheid tussen de uitvoerende en controlerende/kaderstellende macht te blijven maken. Aangezien de colleges over het algemeen over een fikse afdeling voorlichting beschikken, is het des te belangrijker dat de griffie beter communiceert over de raad.

Daarnaast is communicatie een vak. Iedereen heeft er een mening over, maar niet iedereen is er goed in. Het is dan ook verstandig om je als raad daarin te laten ondersteunen. Hij helpt raadsleden bijvoorbeeld ook bij de voorbereiding van interviews. De profilering van individuele volksvertegenwoordigers komt immers ten goede van de hele raad. Voor andere deelnemers is dat een brug te ver; die vinden dat een taak van partijen.



Communicatie van @2ekamertweets naar buiten betekent inzicht en informatie bieden, niet het mengen in of sturen van politieke overtuigingen.

Barbara Goossen

Barbara Goossen (Tweede Kamer) stelt aan de orde dat de fracties in de Tweede Kamer tegenwoordig via tweets het stemgedrag van andere partijen duiden en in een bepaald frame zetten. Bij deze tweets wordt dan wel eens gebruik gemaakt van een screenshot uit DebatDirect, een door de Tweede Kamer ontwikkelde app die sinds 2016 actief is. Brengt dit de Stafdienst Communicatie in een grijze zone tussen institutionele en politieke berichtgeving? Barbara denkt uiteindelijk van niet. De app voorziet in een behoefte aan objectieve en betrouwbare informatie - de app is een hit die al 80.000 keer is gedownload - en dat is de taak van de communicatie-mensen in de Tweede Kamer. De fracties in de Tweede Kamer gaan over hun eigen communicatie en beeldvorming, en maken daarbij gebruik van het instrument. Een voorbeeld is deze recente tweet over het CDA en de kwestie van meer geld voor veiligheid: het in de app getoonde stemgedrag is een feit, maar het CDA zal het ongetwijfeld heel anders duiden dat SP-Kamerlid Leijten doet in haar tweet. Dat onderscheid moet wel worden gemaakt.

Naast het beschikbaar stellen van de parlementaire procesinformatie, zoekt de Tweede Kamer de kiezer ook steeds meer actief op. Zo is de Kamer te vinden op Twitter, Facebook, LinkedIn en Instagram. Ook worden er dagelijks omgevingsbeelden gemaakt om goed in te kunnen spelen op de informatiebehoefte van de buiten- én binnenwereld. Van Open Data Portaal tot commissie-webinars, het is juist de uitdaging om op neutraal terrein alle mogelijkheden en middelen te onderzoeken. Het is de kunst om met de uitingen aan het publiek duidelijk te maken dat er een verschil is tussen het neutrale instituut van de Tweede Kamer, en de mening van Kamerleden.

De communicatie vanuit de Staten in Gelderland gebeurt vooral vanuit het collectief, vertelt Suheyla Tunç, 'Alle fracties zijn mij even dierbaar'. De griffie beschouwt het als haar taak om de communicatie tussen inwoners en de fracties te faciliteren. De inhoud moet feitelijk zijn. Sociale media geven de mogelijkheid van real time communiceren. Zo doet ze live verslag van de commissie- en Statenvergaderingen via Twitter. Statenleden maken er veelvuldig gebruik van door ze te retweeten, waardoor deze berichten een groot bereik hebben. Haar ervaring is dat het aantal volgers fluctueert, afhankelijk van het onderwerp, een typisch kenmerk van de netwerksamenleving. Een andere observatie is dat de communicatie vanuit de politiek meer individueel is dan vroeger. Vooral nu de Statenverkiezingen van maart 2019 naderen, zie je dat versterkt terug. Voor de griffie betekent dat bijvoorbeeld dat ze ruimte biedt aan individuele statenleden om statements op te nemen in filmpjes over het Statenwerk. Het doel blijft evenwel om de zichtbaarheid van de Staten als geheel te verhogen.



We proberen met de sociale media een soort huiskamerfunctie te vervullen met ruimte voor kennisoverdracht, een goed gesprek, af en toe wat 'ontspanning' en waar nodig een knipoog

Gert Riphagen

Gert Riphagen (Eerste Kamer) geeft aan dat de Eerste Kamer sociale media vooral gebruikt om kennis te delen en de betrokkenheid bij het werk van de Eerste Kamer te vergroten. De website is voor de Eerste Kamer de basis waar vanuit sociale media naar wordt gelinkt. Op die manier wil de Eerste Kamer bezoekers kennis laten nemen van onderliggende dossiers. Sociale media vormen dan vooral de toegangspoort naar de inhoud. Dat sluit aan bij de rol van de Eerste Kamer waarbij de werkzaamheden primair zijn gericht op de beoordeling van wetgeving. De agenderende en controlerende rol van raden, Staten en de Tweede Kamer is nauwelijks aan de orde in de Senaat en dat heeft zijn weerslag op de communicatie vanuit het instituut. Voor die kennisdeling staat de griffie als beeld een 'huiskamer voor gebruikers' voor ogen, waar men elkaar kan treffen - ook op de inhoud. In de tijd dat de Donorwet werd behandeld in 2018, ontstond naast een enorme brievenstroom via de mailbox ook een inhoudelijke discussie via twitter die real time het debat becommentarieerde. Lees ook het interview met Pia Dijkstra en andere volksvertegenwoordigers.

Gert Riphagen en zijn collega's retweeten Kamerleden alleen als het gerelateerd is aan het instituut; politiek-inhoudelijke bijdragen vanuit de fracties over wetsvoorstellen laat de griffie links (of rechts) liggen, tenzij ze gaan over het proces en daarmee een bijdrage leveren aan de platformfunctie die de griffie wil bieden.

Institutionele communicatie: een voorbeeld

Enige jaren gelden schaften Provinciale Staten in één van de provincies de eigen berichtgeving over commissie- en Statenvergaderingen af, onder meer vanuit de gedachte dat de Statenfracties hier prima individueel over konden communiceren. Maar in praktijk bleek dat dat een deel van de fracties dat niet deed, en de fracties die het wél deden, niet altijd hetzelfde beeld hadden van de uitkomst van een vergadering. Toen Provinciale Staten een besluit namen waar een budget van ruim 800 miljoen euro mee was gemoeid, werd dat via een persbericht van de verantwoordelijke gedeputeerde wereldkundig gemaakt. Kort daarna pakte de griffie de communicatiefunctie op omdat de Staten inmiddels inzagen dat zij als instituut ook een rol hebben te vervullen om over hun eigen werkzaamheden te communiceren.

Gaat de journalistiek de informatiebubbel oplossen?

Het gesprek komt op de bezorgdheid dat we allemaal steeds meer in onze eigen informatiebubbel leven. Waar vroeger de verzuiling de maatschappij op een tamelijk overzichtelijke wijze indeelde met eigen informatiestromen, hebben de huidige informatiebubbels een vergelijkbaar effect, in die zin dat men vooral kennis neemt van de informatie die het eigen standpunt bevestigt. Het is dus geen volledig nieuw verschijnsel, maar het wordt met de huidige technologie gemakkelijker om je af te sluiten van andere denkbeelden.

Barbara Belder verwacht dat de journalistiek de informatiebubbel niet gaat oplossen; vanuit het perspectief van de griffie vindt ze belangrijk dat raadsleden weerbaar zijn - of worden getraind - tegen nepnieuws en trolgedrag. Bubbels - voorheen zuilen - zijn van alle tijden, alleen is de verschijningsvorm nu anders en kan iedereen meedoen. Als voorbeeld komt opnieuw de Donorwet ter sprake, en ook het recente verzoek om een referendum over die wet. Hierover zijn veel inhoudelijke debatten gevoerd op sociale media die zich parallel aan het parlementaire debat voltrokken, nog naast de honderden brieven die hierover zijn verstuurd.

David Kok beschrijft het raadspanel in Almere waarop zo'n 2000 inwoners hun reactie kunnen geven over actuele onderwerpen. Fracties zouden ook zelf reacties kunnen achterlaten op het raadspanel, maar in de praktijk hebben ze daar gewoon de tijd niet voor. Een andere bron van informatie in Almere is de wekelijkse krantenpagina gevuld met raadsnieuws. De selectie van de onderwerpen wordt verdeeld over de fracties, zodat het nieuws zo gevarieerd en neutraal mogelijk blijft.

De raadspagina wordt overigens steeds vaker de belangrijkste informatiebron bij de verdere teloorgang van lokale en regionale media. Rijk en provincies geven nauwelijks nog geld uit aan deze media, terwijl er voldoende reden is om lokale en provinciale dossiers te volgen - nog los van serieuze onderzoeksjournalistiek om majeure issues te onderzoeken. Los van de impact van social media ziet iedereen een belangrijke rol weggelegd voor de meer traditionele journalistiek van schrijvende pers en radio en tv. De democratie heeft behoefte aan kennis, ook vanuit de onderzoeksjournalistiek, in plaats van louter meningen die via social media worden geuit, vaak binnen de eigen bubbel.

Elke klacht is een gratis advies: meer waardering voor de boze twitteraar

Barbara Belder stelt dat de social media-ontwikkelingen vaak als problematisch worden geduid, maar ze vindt dat deze ook kansen bieden. De kritische geluiden worden beter en sneller zichtbaar, en bieden de mogelijkheid om beter naar elkaar te luisteren. Zo is de 'boze twitteraar' eigenlijk geen goede kwalificatie; immers 'elke klacht is een gratis advies'.

Bovendien is er ook een zeker zelfreinigend vermogen. Het venijn in de sociale media is wel zorgelijk, onder meer omdat het debat wordt vereenvoudigd tot de stelling dat in een democratie 'de meerderheid beslist' en er niet meer naar elkaar wordt geluisterd. De toekomst ligt er mogelijk in om social media als instrument gestructureerd aan de voorkant van het beleidsproces in te bouwen, en daarin alle bubbels mee te nemen. Dan kan de politiek de verschillende bubbels tegenover elkaar zetten ten behoeve van de inhoudelijke discussie.

Tot slot

Na bijna twee uur praten moeten we het gesprek afronden. We hadden nog best even door willen praten over welke doelgroepen je bereikt en mist met verschillende sociale media, en de privacydiscussie rondom Facebook. Hoewel we nu meer weten over het communicatiewerk op de griffies van onze gesprekspartners, zijn we niet tot een succesformule gekomen hoe je als griffie het beste om kunt gaan met (de ontwikkelingen rond) social media. De verschillen tussen de bestuurslagen in de wijze waarop de communicatie over de volksvertegenwoordiging wordt ingevuld, zijn daarvoor te groot. Dat heeft te maken met de omvang van de griffies (menskracht), maar ook met de rolverdeling tussen de politiek en griffie. De ruimte bij sommige raads- en statengriffies om gericht ondersteuning aan volksvertegenwoordigers te bieden is groter dan bij beide Kamers, waar de communicatie vooral gericht is op het informeren van de buitenwacht over de werkzaamheden van het instituut en de uitkomsten van de besluitvorming. Wat wel overeenkomt, is het belang dat alle deelnemers hechten aan het verstrekken van behapbare, feitelijke en zakelijke informatie. En dat is niet irrelevant in een wereld waar het woord 'informatie' op Google 271 miljoen *hits* oplevert, 'kennis' 41 miljoen, en 'wijsheid' 5,2 miljoen.