

Burgerschap of entertainment?

Het effect van Facebook op politieke participatie van jongeren

Yannis Theocharis en Ellen Quintelier

SAMENVATTING VAN

Theocharis, Y. & Quintelier, E. (2016). Stimulating Citizenship or Expanding Entertainment? The Effect of Facebook on Adolescent Participation. *New Media & Society*, 18(5), 817-836.

Sociale netwerken zoals Facebook, Twitter en Snapchat kennen heel veel actieve gebruikers, die aan de wereld laten zien wat ze doen en hoe ze denken. Ook heel veel politici zitten vandaag op sociale netwerken om te weten wat er leeft, in de hoop mensen te overtuigen van hun visie, hen aan te moedigen voor hen te stemmen en/of zelfs lid te worden van hun partij. Tegelijkertijd is er een trend naar minder interesse voor politiek, politieke participatie en politiek vertrouwen. Deze dalende trend geldt vooral voor geïnstitutionaliseerde politiek. Niet-geïnstitutionaliseerde politiek is juist populairder geworden, vooral bij jongeren. Daarom zijn de afgelopen jaren onderzoekers – tegelijk met politici – op zoek gegaan naar manieren om jongeren toch bij politiek te betrekken. Het internet, en meer specifiek sociale media, lijkt hiervoor het middel bij uitstek: een forum waarop veel jongeren

actief zijn en dat het toelaat ideeën uit te wisselen en mensen te engageren.

Rekening houdend met het feit dat jongeren zoveel tijd online spenderen en rekening houdend met de trend in verschuivende vormen van participatie, hebben we de vragen gesteld: “Kunnen sociale medianetwerken jongeren aanzetten tot online en offline politieke participatie?” en “Leidt online/offline participatie tot grotere sociale netwerken online of leidt een groter online sociaal netwerk tot meer online/offline participatie?”.

In ons artikel gaan we uitgebreid in op de wijdverspreide literatuur rond het dalende niveau van politieke participatie, vooral van jongeren en vooral bij geïnstitutionaliseerde vormen van politieke participatie. Daarbij laten we zien dat ‘nieuwe’ vormen van participatie wel aan populariteit winnen. De opkomst van internet heeft deze trend nog versterkt naar

meer *individualized* en naar meer expressieve vormen van participatie.

Facebook, de meest populaire socialenetwerkwebsite, biedt constant nieuwe informatie aan over onderwerpen die jongeren interesseren. Hoewel de meeste inhoud niet-politiek gericht is, toont onderzoek aan dat er ook aandacht gaat naar de gemeenschap en naar politiek. Het meeste onderzoek toont aan dat er drie manieren zijn om jongeren en mensen aan te zetten tot engagement. Eerst door het aanbieden van informatie aan mensen: die informatie kan iemands interesse en engagement voor een bepaald doel aanwakken. Ten tweede kan, zoals een sociaal experiment recent aantoonde, een post die participatie aanmoedigt (bv. dat men gestemd heeft in verkiezingen), aanmoedigen om zelf te participeren. Ten derde is het internet erop gericht om discussie te stimuleren: door een bepaalde opinie te geven, moedig je anderen aan om je gelijk te geven (likes) of er tegen in te gaan.

Om de relatie tussen politieke participatie en het gebruik van sociale media na te gaan, maken we gebruik van een paneldataset van jongeren in Vlaanderen. De jongeren werden op 15- (2012) en 16-jarige (2013) leeftijd bevroegd in 59 scholen in Vlaanderen. In totaal 2.772 adolescenten (80,9% van de initiële steekproef) namen deel in beide golven. Op basis van deze data werden vier schalen samengesteld: één voor online politieke participatie, één voor offline politieke participatie, één voor lidmaatschap van verenigingen en één voor online entertainment. Gebruik van sociale netwerken werd gemeten op drie manieren, namelijk het hebben van een

Facebook-account (10% in 2012), hoeveel vrienden men online heeft (gemiddeld 345 in 2012) en hoe vaak men sociale media gebruikt (71% elke dag in 2012). Voor de analyse van de gegevens gebruikten we regressie en structural equation-modellen.

Er werden in het onderzoek vier hypothesen getest. De hypothese dat Facebook-gebruik gelinkt is met participatie wordt deels ondersteund. Facebook-gebruik is ook gelinkt met lidmaatschap van verenigingen en andere online entertainment activiteiten, maar niet met online en offline politieke participatie. Meer Facebook-vrienden hebben is ook gelinkt met meer lidmaatschappen van verenigingen. Verder is meer tijd op Facebook gelinkt met meer online entertainment-gerichte vormen van participatie. Enkel het hebben van een Facebook-account heeft geen effect.

Onze resultaten tonen aan dat socialemedianetwerken een grotere invloed hebben op lidmaatschap van verenigingen en online entertainment-gerichte vormen van participatie dan op politieke participatie. De data maken het mogelijk een indicatie te geven van de richting van dit effect. Daarbij hebben we vooral gekeken naar lidmaatschap van verenigingen en online entertainment-gerichte vormen van participatie, omdat die een significante link hebben met sociale-mediagebruik. We vinden dat lidmaatschap van verenigingen tot meer Facebook-gebruik leidt en ervoor zorgt dat men meer vrienden op Facebook heeft. Aan de andere kant leidt meer Facebook-gebruik tot meer entertainment-gericht gebruik van het internet over tijd.

BURGERSCHAP OF ENTERTAINMENT?

De resultaten geven een tegenindicatie aan het voordeel dat verwacht werd in de literatuur van sociale media: voor een revival van geïnstitutionaliseerde participatie moeten we niet op Facebook zijn, zelfs niet voor online participatie, althans niet

bij adolescenten. Verschillende studies hebben wel bij volwassenen een verband aangetoond (bv. bij verkiezingen) en lijken erop te wijzen dat Facebook een effect heeft op politieke interesse en andere politiek-relevante houdingen.