

## DE WEBSITES VAN DE NEDERLANDSE POLITIEKE PARTIJEN, 1994-1998

G. Voerman en J.D. de Graaf

De campagne voor de Tweede-Kamerverkiezingen van mei 1998 luidde een nieuw tijdperk in de geschiedenis van de strijd om de kiezersgunst in. In navolging van de Amerikaanse en Britse politieke partijen voerden de Nederlandse partijen niet alleen campagne op straat, in de krant en op de beeldbuis, maar ook in *cyberspace*, dat wil zeggen in de virtuele wereld van Internet. Vrijwel allemaal openden ze zogeheten *websites* - een eigen locatie op het Internet waar uiteenlopende informatie over de partij wordt aangeboden.

De meeste van deze sites waren niet geïnstalleerd vanwege de kamerverkiezingen. GroenLinks en de PvdA begonnen al met een site in 1994; andere partijen volgden na enige tijd. In dit artikel wordt een overzicht gegeven van deze eerste stappen van de in de Tweede Kamer vertegenwoordigde partijen op de elektronische snelweg.<sup>1</sup> De sites van de verschillende partijen zullen hier tamelijk uitvoerig worden weergegeven, omdat dit tot nog toe niet is gebeurd.<sup>2</sup> Deze beschouwing heeft daardoor een meer beschrijvend en inventariserend dan een analyserend karakter gekregen.<sup>3</sup> De in dit artikel vermelde gegevens hebben betrekking op de periode 1994 - begin 1998.

Dit overzicht van de sites van de politieke partijen is zeker niet volledig. Bovendien is het wat betreft de erin vermelde actuele gegevens deels al weer achterhaald wanneer dit artikel in druk verschijnt. Eén van de kenmerken van de virtuele werkelijkheid is immers dat deze zeer snel van aanzien verandert. Het was dan ook niet mogelijk - en eigenlijk ook niet nodig - om alle wijzigingen van de sites van de partijen in het onderstaande vast te leggen. Geprobeerd is om de hoofdlijnen van de ontwikkeling van de sites te reconstrueren, aan de hand van interviews met de *webmasters* (de site-beheerders) van de partijen, berichtgeving in de partijbladen en op basis van systematische observaties van de sites (waarmee in 1997 werd begonnen).

In het onderstaande wordt eerst een korte schets gegeven van de opkomst van Internet en de mogelijkheden die dit medium biedt. Vervolgens wordt nagegaan wat Internet en met name websites in theorie voor partijen kunnen betekenen, en wat de schaduwzijden kunnen zijn. Daarna komt het ontstaan van de sites van de partijen aan bod en wordt de ontwikkeling geschetst die zij hebben doorgemaakt. Dit wordt gevolgd door een paragraaf over het interactieve karakter

van de sites. Aan het slot wordt de blik op de toekomst gericht: wat voor functie zullen de websites voor partijen gaan vervullen?

## 1. Internet

Internet (*International Network*) is het wereldwijde netwerk van computernetwerken. Het ontstond in de Verenigde Staten als (geheim) computernetwerk voor de Amerikaanse defensie-industrie. Via Internet kunnen bestanden van de ene computer naar de andere worden overgebracht. Het nieuwe medium nam aan het einde van de jaren tachtig een grote vlucht, toen de introductie van glasvezelkabels een snellere overdracht van grotere hoeveelheden data mogelijk maakte. In die tijd verdubbelde Internet zich jaarlijks. Waren er begin 1992 circa één miljoen computers wereldwijd op het Internet aangesloten, medio 1995 werd dat aantal op zes miljoen geschat. In Nederland waren in 1993 pakweg 20.000 Internet-aansluitingen, vier jaar later waren dat er meer dan 700.000.<sup>4</sup>

Het meest gebruikersvriendelijke en toegankelijke deel van Internet is het *World Wide Web* (WWW of kortweg Web). Dit is het grafische en multimediale deel van Internet. Het Web bestaat uit *websites*: een verzameling 'pagina's' met informatiebestanden, die kunnen bestaan uit teksten, audio- of videomateriaal. De eerste pagina (het eerste beeldscherm) van een site heet de 'welkomspagina' of *homepage*. De verschillende pagina's zijn aan elkaar gekoppeld via zogeheten *hyperlinks* of kortweg *links*. Deze vormen ook de verbinding tussen de verschillende sites. Door het aanklikken van de speciaal gemarkeerde *links* springt men van pagina naar pagina, of van site naar site.<sup>5</sup>

Het WWW is zeer populair. Het aantal sites steeg van circa 3.000 in 1993 tot rond de 500.000 in 1997. Vele bedrijven, instellingen, overheden maar ook particulieren hebben zich een plek op het Web verworven. Op vele sites worden naast allerhande informatie vaak ook uiteenlopende elektronische communicatiemogelijkheden aangeboden die deel uitmaken van Internet. In de eerste plaats *e-mail* (elektronische post): het via het netwerk verzenden en ontvangen van boodschappen. Deze faciliteit opent de mogelijkheid tot deelname aan een *mailinglist* - een openbare 'maildiscussie' over een bepaald thema waarvoor deelnemers zich eerst moeten aanmelden (abonneren) bij een moderator (beheerder). Iedereen die is toegelaten kan meedoen; alle adressen die op de lijst staan, ontvangen de elektronische discussiebijdragen. Discussiëren kan ook in nieuwsgroepen (*newsgroups*) binnen *Usenet* (een bepaald soort elektronisch conferentiesysteem). De aanduiding 'nieuwsgroep' is wat misleidend: het gaat hier niet om nieuws of actualiteiten maar om discussieplatforms op een bepaald terrein. Het heeft wat weg van de mailinglists, zij het dat de discussiebijdragen niet per e-mail aan de deelnemers worden toegezonden: zij moeten deze met een speciaal programma zelf van het 'prikbord' haken. Directe, simultane (*real time*) communicatie is mogelijk met *Internet Relay Chat*, een elektronische babbelbox waarbij twee of meer deelnemers al typende converseren.<sup>6</sup>

## 2. Internet en politiek

Internet en met name de websites bieden politieke partijen een aantal voordelen.<sup>7</sup> In de eerste plaats de hoeveelheid informatie die kan worden aangeboden. Technisch gezien zijn er in feite geen beperkingen gesteld aan wat partijen op hun sites willen zetten. Verkiezingsprogramma's, periodieken, brochures, nota's, persberichten, boeken - in beginsel is er voldoende ruimte, wanneer er maar genoeg geld beschikbaar is (voor de aanschaf van de benodigde apparatuur of voor de huur van ruimte op de *server* van een *provider*). Bovendien kan deze informatie in verschillende - multimediale - vorm worden getoond: niet alleen als tekst, maar ook als beeld (plaatjes, foto's, video) of geluid (gesproken woord, muziek).

Een tweede voordeel is de snelheid waarmee de informatieprocessen op Internet verlopen, en de decentrale wijze waarop gegevens kunnen worden opgevraagd. Bezoekers van de site kunnen achter hun eigen pc gezeten in een oogwenk grote bestanden opvragen, waarbij het amper uitmaakt hoever zij in geografisch opzicht verwijderd zijn van de server waarop de site is genstalleerd. De gebruikers hebben daarbij de mogelijkheid om op eenvoudige wijze de gevonden informatie te 'verwerken': zij kunnen deze printen of *downloaden*, dat wil zeggen overhalen naar hun eigen pc.

Niet alleen aan de vraagzijde, ook aan de aanbodkant wordt van de snelheid van het medium geprofiteerd. Partijen kunnen in een mum van tijd hun website aanpassen om hun achterban op de hoogte te brengen van bepaalde informatie. De boodschap kan bestemd zijn voor een breed publiek (*broadcasting*), maar partijen kunnen er ook voor kiezen om bijvoorbeeld via e-mail op gerichte, speciaal afgestemde wijze informatie te verstrekken aan bepaalde doelgroepen (kader of leden; jongere of vrouwelijke kiezers) - '*narrowcasting*' geheten.

Een groot pluspunt voor de partijen is dat zij op hun websites hun standpunten voor het voetlicht kunnen brengen zonder de bemiddeling van de selecterende en interpreterende media als pers en televisie. Hiermee doemt voor hen de mogelijkheid van '*unmediated politics*' op, dat wil zeggen een nieuwe manier van politieke communicatie zonder de traditionele journalistieke zeef. Zonder tussenkomst van derden kunnen partijen op hun sites hun achterban informeren.

Naast al deze voordelen biedt Internet de partijen nog een laatste attractie: de mogelijkheid van directe, actieve, massale interactie. Op veel sites kunnen bezoekers reageren op de informatie waarvan zij kennis hebben genomen. Partijen kunnen hen ook expliciet de gelegenheid bieden op gepresenteerde partijstandpunten onmiddellijk commentaar te geven. Zo zouden zij deze standpunten eerst kunnen uittesten, bijvoorbeeld door stellingen op de site te plaatsen waarop iedereen kan reageren. Op deze wijze kan een zekere *fine-tuning* van politieke stellingnames plaatsvinden.

Al met al lijken deze toepassingen van Internet de partijen op het lijf geschreven -

temeer omdat de kosten van de installatie en het beheer van een site betrekkelijk laag zijn, zeker vergeleken met bijvoorbeeld het kopen van ruimte voor reclame in de traditionele media. Toch is het niet alles goud wat er aan dit nieuwe medium blinkt: aan het gebruik van Internet kleven ook substantiële, onderling sterk uiteenlopende nadelen.<sup>8</sup>

Om te beginnen is een groot manco de nog altijd tamelijk beperkte en in sociaal opzicht scheve verspreiding van de toegangsmogelijkheden tot Internet. Een groot deel van de bevolking heeft zich nog nooit op Internet vertoond. Degenen die zich wel in *cyberspace* begeven vormen geen betrouwbare afspiegeling van het electoraat. Uit onderzoek dat werd verricht in de zomer van 1997 bleek dat 8% van de Nederlandse bevolking ouder dan zestien jaar wekelijks Internet gebruikte. Deze groep van frequente Internet-gebruikers was overwegend man (74%), jonger dan 35 jaar (68%) en bovenmodaal verdienend (65%).<sup>9</sup>

Partijen moeten zich er dus van bewust zijn dat hun boodschap via het nieuwe medium slechts bij een selectief deel van het publiek terecht komt - als die tenminste hun sites bezoeken. Zo bleek uit onderzoek dat van de Amerikaanse Internet-gebruikers in 1996 maar een kwart een politieke website bezocht. Van deze groep zei slechts 4% dat de op deze sites aangeboden informatie hun mening had beïnvloed.<sup>10</sup> Internet mag dan in principe *unmediated politics* mogelijk maken, maar als Internet-gebruikers geen trek hebben om de politieke sites te bezoeken omdat zij deze bijvoorbeeld teveel op digitale propagandazuilen vinden lijken, dan schieten de partijen er nog niets mee op. De door de overheid aan de partijen ter beschikking gestelde zendtijd is in dit opzicht illustratief. Deze faciliteit stelt partijen eveneens in staat hun boodschap zonder journalistieke filter op radio en televisie te brengen, maar dit aantrekkelijke aspect wordt behoorlijk getemperd door de bijzonder lage aantallen kijkers die deze programma's trekken.

Het is bovendien zeer de vraag of de partijen en hun kiezers wel gediend zijn met het verdwijnen van de stroomlijnende, richtinggevende werking van de oude media op het politieke debat (als dit ooit al zou gebeuren). Met hun selectie van thema's uit de veelheid van nieuws dragen deze media bij tot een heldere en overzichtelijke politieke agenda. Het enorme, alles overspoelende informatie-aanbod op Internet daarentegen kan de fragmentarisering van het politieke discours in de hand werken, wat de taken voor partijen niet eenvoudiger maakt.<sup>11</sup>

Ook de kiezer is er niet mee gebaat: het is een illusie te verwachten dat zijn politieke oriëntatie gebaseerd zal zijn op een speurtocht op Internet waarbij alle partij-sites worden aangedaan.

De veel geroemde interactiviteit kent eveneens een minder aantrekkelijke keerzijde. Zo kan deze optie ontaarden in ordinaire scheldkannonades. Een serieuzer minpunt is dat de mogelijkheden van direct contact tussen de achterban en de partij (en haar vertegenwoordigers) ook kunnen worden benut om onbehoorlijke druk uit te oefenen, waardoor de makelaarsfunctie van partijen (het afweging van belangen en wensen) wordt aangetast. De communicatiemogelijkheden op Internet maken het immers betrekkelijk

eenvoudig om binnen en zo nodig buiten de landsgrenzen een ad hoc-pressiegroep te vormen die langs digitale weg de opstelling van een partij in een bepaalde aangelegenheid poogt te beïnvloeden.

Met het beginsel van interactiviteit worden partijen dan ook in zekere zin meer kwetsbaar. Dit geldt eveneens voor hun positie als zodanig binnen het politieke bestel. Wanneer interactiviteit op dit niveau op grote schaal zou worden toegepast, zou de representatieve democratie waarin de partijen een spilfunctie vervullen wellicht uiteindelijk moeten wijken voor een directe, elektronische variant zonder partijen.

Dit doemscenario voor de politieke partijen zal voorlopig nog geen werkelijkheid worden. Dichter bij huis gelegen zijn de technische gevaren die hun kunnen wachten wanneer zij het Internet op gaan. Deze hebben betrekking op de veiligheid op Internet, waarmee het vaak droevig gesteld is. *Spoofing* (adresvervalsing) is een mogelijkheid: dit kan onder meer inhouden dat iemand van anderen e-mailadres gebruik maakt. Een ander risico is dat *hackers* (digitale inbrekers) een website 'verbouwen'. Dit overkwam de Britse *Labour Party* in december 1996: haar site werd gekraakt en vol met politieke leuzen tegen Labour en pornografische afbeeldingen gezet.<sup>12</sup> De site van de Centrumdemocraten werd in oktober 1997 ook het slachtoffer van een inbraak, kennelijk van een aanhanger van de CP'86. Op de CD-site plaatste deze een foto van partijvoorzitter J.G.H. Janmaat met een aantal Surinamers en de tekst 'Stem vooral geen CD uit zelfverdediging, maar stem op CP'86'.<sup>13</sup>

### 3. Websites van de partijen

Deze risico's hebben partijen er niet van weerhouden websites te installeren. In deze paragraaf worden de sites van de partijen gepresenteerd in volgorde van hun verschijning op Internet vanaf 1994. Hierbij zal een algemeen beeld worden gegeven van de sites zoals deze er in de eerste maanden van 1998 uitzagen, en van hun ontwikkeling voor die tijd, voorzover daarover althans nog gegevens beschikbaar zijn. Het aspect van de interactiviteit, een van de essentiële kenmerken van Internet, wordt grotendeels uit deze algemene beschrijving gelicht en apart behandeld.

In het algemeen kan worden gesteld dat het gebruik van websites zich van links naar rechts in het politieke bestel heeft verspreid. Kennelijk waren de partijen links van het midden meer ontvankelijk voor het nieuwe medium. GroenLinks nam het voortouw met een site in 1994. Later dat jaar volgde de PvdA. Daarna kwamen achtereenvolgens D66, CDA, SP en VVD. In februari 1998 opende het GPV zijn site. Daarna kwam nog Senioren 2000 ([www.cistron.nl/~s2000](http://www.cistron.nl/~s2000)). De RPF is voorlopig de laatste in de rij: de Federatie kwam in maart met een site ([www.rpf.nl](http://www.rpf.nl)), nadat een paar partijafdelingen er al in 1997 mee hadden geëxperimenteerd.<sup>14</sup>

Twee partijen vormen een uitzondering op de hier gesignaleerde trend van links

naar rechts. In de eerste plaats de CD ([www.xs4all.nl/~centrumd](http://www.xs4all.nl/~centrumd)), die betrekkelijk vroeg op Internet kwam, maar waarvan de site na de hierboven vermelde inbraak al weer geruime tijd voor het grootste deel 'wegens werkzaamheden gesloten' is.<sup>15</sup> Verder ontbreekt de SP in de linkse groep van vroege starters.

De SGP houdt zich vooralsnog verre van het Internet. Het hoofdbestuur stelde in mei 1996 een commissie in die moest nagaan of de partij 'haar doelstellingen mede wil verwezenlijken door gebruik te maken van het middel Internet'.<sup>16</sup> De uitkomsten hiervan waren in april 1998 nog niet bekend. Wel is duidelijk dat het gebruik van het nieuwe medium in de bevindelijk-gereformeerde wereld - de achterban van de SGP - omstreden is.<sup>17</sup>

### *GroenLinks*

Van de in de Tweede Kamer zitting hebbende partijen was zoals gezegd GroenLinks de eerste die een site op Internet startte.<sup>18</sup> In januari 1994 maakte de partij haar opwachting. Het initiatief hiertoe kwam niet van het partijbestuur, maar van H. Verkerk, persoonlijk medewerker van Europarlementariër N. van Dijk. Toen met het uitbrengen van een nieuwe versie van de *browser* Netscape (een programma waarmee op het WWW informatie gezocht kan worden) de mogelijkheid tot het maken van *frames* ontstond, was GroenLinks een van de eersten om daarmee een overzichtelijke, meer interactieve structuur aan de website te geven. Op het hoofdscherm verscheen het beeldmerk van de partij bij de Tweede-Kamerverkiezingen van 1994, de rode en groene pepers. In het frame kon men doorklikken naar rubrieken met aanduidingen als Landelijk, Kamer, Europa, Actueel, Hotlist, English, Feedback, Mailing List en Helling, het opinieblad van het wetenschappelijk bureau van de partij. Op de homepage was een teller geplaatst die vanaf 1 september 1995 het aantal bezoekers registreerde. Begin 1998 bleken dat er bijna 25.000 te zijn geweest, wat neerkomt op een dagelijks gemiddelde van 27 bezoekers. De vaart was na verloop van tijd echter wel uit het bezoek gegaan: zo kwamen er in de periode van eind mei tot begin oktober 1997 per dag niet meer dan één à twee bezoekers.<sup>19</sup>

Toen de site van GroenLinks in 1994 *online* ging, zag deze er zeer modern en *up to date* uit. Het ontbrak de partij echter aan de middelen om de site te onderhouden. Bovendien was de Tweede-Kamerfractie weinig toeschietelijk met het aanleveren van materiaal.<sup>20</sup> GroenLinks werd zo het slachtoffer van de wet van de remmende voorsprong: na zijn debuut op Internet kwamen andere partijen met sites die veel moderner waren. Met het oog op de Tweede-Kamerverkiezingen van 1998 paste GroenLinks zijn site geheel aan, waarbij een professioneel bureau werd ingeschakeld. Begin maart 1998, vlak voor de gemeenteraadsverkiezingen, was de *face-lift* voltooid.

De huidige site van GroenLinks ([www.groenlinks.nl](http://www.groenlinks.nl)) heeft een overzichtelijk, modern vormgegeven uiterlijk. Bovenaan op elke pagina bevindt zich een knoppenbalk waarmee men van rubriek naar rubriek (Verkiezingen, Nieuws, Visie,

Partij, Discussie, Lidmaatschap en Post) kan navigeren. In de in geel uitgevoerde achtergrond zijn gerasterde foto's zichtbaar van personen, landschappen en vergaderzaaltjes. Audio- en videofragmenten biedt de site niet: het enige beeldmateriaal bestaat uit foto's. Inhoudelijk staat de site in het teken van de kamerverkiezingen van mei 1998: zo zijn het verkiezingsprogram en de campagnenieuwsbrief en -agenda opgenomen. Verder worden de speerpunten van GroenLinks in de verkiezingen (milieu, sociale rechtvaardigheid en 'betrouwbare zorg') toegelicht, en de kamerkandidaten - met foto - gepresenteerd. De suboptie 'FAQ' (*Frequently Asked Questions*) heeft ook geheel betrekking op de verkiezingen.

Opvallend is de afwezigheid van artikelen uit de partijperiodieken, die op sommige andere partijsites in uitbundige mate voorkomen. Daarentegen biedt GroenLinks op haar site wel het tweewekelijkse elektronische magazine *GroeneLinks* aan, bestemd voor leden en belangstellenden. Dit 'E-zine' is toegesneden op het nieuwe medium en heeft vooral een signaleringsfunctie: het bevat korte artikelen die verwijzen naar andere sites op het Internet.

*Figuur 1. Homepage GroenLinks-site, april 1998*

### *PvdA*

GroenLinks mocht dan wel de eerste politieke partij zijn geweest die een site opende, de PvdA was de eerste partij die zich op de elektronische snelweg begaf. Eind 1989 begonnen de sociaal-democraten gebruik te maken van het *Bulletin Board System* (BBS). Dit is een computersysteem waarmee gebruikers met behulp van een modem per telefoonlijn contact kunnen leggen om bijvoorbeeld elektronische post (e-mail) te versturen. Aanvankelijk benutte de PvdA het BBS uitsluitend voor interne doeleinden, zoals het verzenden van elektronische bestanden van partijpublicaties naar de drukker en het toegestuurd krijgen van kopij voor partijbladen. Later groeide het uit tot een databank met actuele informatie over de PvdA, en werd de mogelijkheid van elektronische gegevensuitwisseling ook gebruikt voor de interne communicatie binnen de partij. Partijvoorzitter F. Rottenberg en premier W. Kok kregen e-mailadressen en leden kregen de gelegenheid om deel te nemen aan discussies of om via de chatbox onderling informatie uit te wisselen.<sup>21</sup>

De PvdA deed haar best om haar achterban voor het nieuwe communicatiesysteem warm te krijgen. Begin 1994 werd in het partijblad het 'PvdA Bulletin Board System' in lyrische bewoordingen aangeprezen: 'Wilt u elektronische post sturen aan Wim Kok? Wilt u snel over relevante politieke informatie beschikken? Wilt u een discussie openen met velen tegelijk op het moment dat u dat uitkomt? Of bent u lokaal campagneleider en wilt u alle mededelingen en politiek nieuws heet van de naald hebben? Dat kan allemaal zonder dat u daarvoor de deur uit hoeft. Sterker, u kunt rustig achter uw beeldscherm blijven zitten. Want van nu af aan kunt u elektronisch communiceren via het PvdA Bulletin Board System.'<sup>22</sup>

Het BBS van de PvdA trok echter geen groot publiek, wat ongetwijfeld ook met het minder gebruikersvriendelijke karakter ervan te maken zal hebben gehad. In november 1994 opende de PvdA een site op Internet. Deze werd voor het grootste deel onderhouden en beheerd door vrijwilligers, hetgeen de kosten ervan behoorlijk drukte. Na twee jaar, in het najaar van 1996, volgde een aanpassing. Op de qua vormgeving wat saaie, in rode en grijze tinten uitgevoerde site werd op uitgebreide wijze informatie aangeboden in de rubrieken Actualiteiten ('het laatste nieuws, agenda en *Vlugschrift*'), Receptie ('met allerlei informatie over praktische aangelegenheden'), Forum (electronisch discussieplatform), De Partij ('bibliotheek en standpunten, het parlement, de vereniging' - dat laatste wilde zeggen de partijorganisatie en de neveninstellingen), Den Haag ('informatie van en uit het parlement') en De Digitale Wereld ('andere organisaties, interessante *links*').<sup>23</sup> Een selectie van het aangeboden materiaal konden bezoekers van de site automatisch ontvangen wanneer zij hun e-mailadres opgaven. Verder werd er een redactie geformeerd die de informatievoorziening zo actueel mogelijk moest houden.<sup>24</sup> Na de komst van de site poogde de PvdA het gebruik van Internet binnen de eigen organisatie te bevorderen. De partij bood haar leden een abonnement op Internet voor vijftig gulden per jaar aan.<sup>25</sup>

In verband met de Tweede-Kamerverkiezingen van 1998 startte de PvdA in de

herfst van 1997 een grondige vernieuwing van de site, waarvoor een ontwerp bureau werd ingeschakeld. Deze renovatie had nogal wat voeten in de aarde. Twee medewerkers die van het begin af aan bij de PvdA-site waren betrokken, toonden zich weinig ingenomen met het inhuren van expertise van buitenaf. Op de PvdA-site gaven zij aan hun onvrede uiting. Hun boodschap werd echter verwijderd en vervangen door een mededeling van de directeur van het partijbureau, die verklaarde dat het beheer van de site in handen van de PvdA bleef. De beide medewerkers staakten hun werkzaamheden.<sup>26</sup>

In het voorjaar van 1998 was de vernieuwde en uitgebreide, 'flitsende' verkiezingssite gereed ([www.pvda.nl](http://www.pvda.nl)), uitgevoerd in de kleuren donkerrood, donkerblauw en okergeel met hier en daar wat donkergroen tegen een wit-grijze achtergrond. Affiches met foto's van de bekende fotograaf A. Corbijn verwelkomen de bezoeker. Deze heeft vervolgens de keuze uit een 'eenvoudige beleving van de PvdA-website' of het bekijken van een enerverende 'flash-versie'. Voor deze laatste optie moet eerst het programma *Shockwave Flash* genstalleerd worden. Dit programma maakt het mogelijk 'om zeer snelle schermvullende animaties met interactie en geluid te tonen'. Het downloaden duurt enkele minuten; daarna schuiven de rubrieken over het scherm.

*Figuur 2. Homepage PvdA-site, april 1998*

De nieuwe opzet beoogde primair twee doelen te verwezenlijken, aldus L. Booij,

lid van het campagneteam van de PvdA: 'We willen de mensen aan het woord laten en een continue nieuwsvoorziening brengen die dagelijks wordt ververst. Zonder tussenkomst van journalisten.'<sup>27</sup> Op de homepage van de PvdA staat het meest recente nieuws uit de partij letterlijk centraal. Daaromheen gegroepeerd staan bloksgewijs rubrieken als Partij (partijorganisatie, Tweede-Kamerfractie en partijgeschiedenis), Agenda (met overzichten van spreekbeurten en verkiezingsmanifestaties), Verkiezingen (met de vier centrale thema's van de campagne - werk, veiligheid, zorg en onderwijs - de kandidaten, uitslagen en het verkiezingsprogramma), en Meninge. Deze laatste rubriek biedt onder meer de partijstandpunten en interactieve discussiemogelijkheden. Ook is hier het 'Straatforum' te vinden. Dit forum bestaat uit diverse Nederlanders die door de PvdA zijn gevraagd 'om frank en vrij' hun standpunt te geven over actuele onderwerpen, bijvoorbeeld belastingen en het softdrugsbeleid, en over de vier verkiezings-thema's. 'Dat is hun persoonlijke mening, deze opvattingen komen niet persé overeen met die van de PvdA. Dit geeft de PvdA en uzelf een goed beeld van wat er leeft onder de bevolking van dit land'. Dit beeld lijkt echter gezien de sociale samenstelling van het Straatforum bepaald niet representatief. De lagere sociale strata zijn in het gezelschap niet vertegenwoordigd. Het overgrote deel is witteboordenwerker: enkele beleidsmedewerkers, een predikant, een account-manager, een management-consultant. Van de groep maken ook het VVD-Tweede-Kamerlid A.L. van der Stoel en de schrijver R. Giphart deel uit.

De rubriek Podium is gereserveerd voor het multimedia-deel van de site: hier zijn 'audio-rapportages' oproepbaar. Het gaat hier om geluidsfragmenten van de toespraak die partijleider Kok op het partijcongres in januari 1998 heeft gehouden en om een verkiezingsspot van de PvdA op de radio. Er is ook een tv-spot te bekijken, en verder wordt er hier een online persconferentie met Kok aangekondigd en een Webcam-uitzending, een soort Internet-televisie waarmee bij voorbeeld live een debat of andersoortige manifestatie via de site te volgen is. De bezoekers dienen dan overigens wel vooraf de benodigde *software* en *plug-ins* op de (hoogwaardige) computer te installeren.

De laatste rubriek is een vergaarbak, 'Rozentuin' geheten. In de 'Affiche Galerie' worden de posters getoond waarvan de PvdA en haar voorgangster de SDAP gebruik maakte bij de Tweede-Kamerkiezingen sinds 1913. De verkiezingsaffiches van 1998 zijn als ansicht per e-mail te versturen. Bezoekers van de PvdA-site kunnen hier ook een digitale roos plukken om deze op hun eigen homepage te installeren. In de 'Winkel' is een groot aantal merchandisingproducten aan te schaffen, variërend van een baseball-cap tot een fietsbel, een regenjack en een *mousepad*, allemaal voorzien van het verkiezings- of partijlogo. Overigens moet men dan wel eerst de prijs van het artikel op ouderwetse wijze overmaken op een gironummer. In het Dagboek verschijnt iedere week een nieuw verslag van de belevenissen van een Tweede-Kamerlid. Onder het motto 'Iedereen speelt' kan in de vorm van een dartspeel geprobeerd worden de roos (in de vuist) te raken. 'Vooral doorgaan', 'Niet zo raak' en 'Probeer het nog maar eens een keer'

verschijnt bij een mislukte poging in beeld.

De PvdA-site is van alle partijsites het drukst bezocht. In september 1996 kwamen er bijna 4.300 bezoekers.<sup>28</sup> In 1997 werd de site dagelijks zo'n 200 à 300 keer bezocht (ongeveer 7.500 keer per maand). Nadat de partij haar site begin 1998 met het oog op de verkiezingen had aangepast, steeg het aantal bezoekers tot circa 500 per dag.<sup>29</sup>

#### *D66*

Na GroenLinks en de PvdA was D66 de volgende partij die met een eigen site kwam. Medio 1995 werd deze geopend. D66 beoogde de communicatie binnen de partij te verbeteren en de betrokkenheid te vergroten door 'snelle verspreiding van nieuwe standpunten, actuele meningspeilingen en eenvoudig toegankelijke partij-informatie'.<sup>30</sup> Alhoewel de site in de eerste maanden van 1996 'ingrijpend vernieuwd' werd, bleef zij nog altijd erg sober van vorm.<sup>31</sup> De menubalk kende drie hoofdopties met de allitererende aanduidingen: Mensen (over de personen in de partij: de samenstelling van de besturen op de verschillende niveaus binnen de partij en van de fracties in de deelgemeenteraden tot en met het Europees Parlement), Meningen (partij- en fractiestandpunten, verkiezingsprogramma en dergelijke) en het wat raadselachtige 'Meer' (partijgeschiedenis en organisatiestructuur, besluitvorming binnen de partij, neveninstellingen, agenda). De site bracht overwegend gedrukte informatie; de interactieve mogelijkheden waren beperkt tot de 'Speakers Corner'. In september 1996 werd de D66-site ongeveer 1.000 keer bezocht.<sup>32</sup>

Al met al was de site van de democraten niet echt aantrekkelijk en overzichtelijk. In het najaar van 1997 werd zij dan ook ingrijpend gewijzigd ([www.d66.nl](http://www.d66.nl)). De structuur van de in de partijkleur groen vormgegeven site werd verbeterd door de introductie van vijf rubrieken: Visie (programma's voor de Tweede Kamer en de Europese verkiezingen, partijstandpunten), Over D66 (samenstelling fracties en besturen, partijstructuur), Opinie (partijbladen), Interactief ('digitale discussie'), agenda en *Links*. Wat echter bleef was de gerichtheid op tekst, ogenschijnlijk meer dan bij andere partijsites. De driekoloms-presentatie op de site doet denken aan een dagblad, wat een wat curieuze indruk maakt: het nieuwe medium Internet dat de vorm aanneemt van het oude medium krant.

De vernieuwing leidde op deze wijze nog niet tot een meer enerverende site. Dat gebeurde pas toen het zogeheten 'D66 Nieuwe Media Team' zijn opwachting maakte. Dit team zorgde voor een uitgebreide live-verslaggeving op de D66-site van het verkiezingscongres in februari 1998 in Noordwijkerhout (eerder was dit op meer bescheiden schaal gebeurd met het partijcongres in oktober 1997 in Emmen). Op de speciale congrespagina's konden bezoekers zich op allerlei - ook interactieve - wijzen informeren over wat er op deze partijbijeenkomst plaatsvond (wanneer ze tenminste de benodigde software konden downloaden): bijvoorbeeld door geluids- en videofragmenten van het congres te bekijken of door te *chatten* met enkele aanwezige Tweede-Kamerleden (zoals fractievoorzitter Th.C. de

Graaf). Verder was er ook de 'eerste echte virtuele wandelgang ter wereld'. Internet-bezoekers die een vraag hadden voor een prominent D66-er, konden deze per e-mail aan de op het congres rondlopende 'razende reporter' sturen. Deze correspondent ging dan vervolgens op zoek naar de betreffende politicus om hem de vraag te stellen. De reacties werden op video opgenomen en konden na het congres op de site worden bekeken.

Met de komst van het 'D66 Nieuwe Media Team' kreeg de homepage van de democraten een meer dynamisch karakter. Deze eerste pagina van de site kwam in het teken van de verkiezingscampagne te staan. Zij werd regelmatig aangepast om de bezoeker te verrassen, zoals bijvoorbeeld met een 'postercampagne' waarin de verkiezingsaffiches van de PvdA, VVD, GroenLinks en SP op speelse wijze waren omgevormd tot D66-posters. Op de homepage wordt ook de meest actuele en belangrijke informatie aangeboden. De 'vaste' onderdelen van de D66-site bleven daarentegen vrijwel ongewijzigd.

*Figuur 3. Homepage D66-site, april 1998*

## CDA

Op 1 juli 1995, in de tijd dat D66 haar site opende, kreeg het CDA aansluiting op het Internet, zij het voorlopig alleen met een e-mailadres. Daarvoor maakte het CDA gebruik van 'CDAtel', een videotextdienst die kon worden geraadpleegd via een pc met modem of via een videotextterminal. De partij presenteerde dit nieuwe medium bij haar twaalfjarig bestaan in oktober 1992. Evenals de PvdA met haar BBS verwachtte het CDA veel van deze faciliteit: 'CDAtel houdt u dagelijks op de hoogte van de actuele ontwikkelingen in politiek Den Haag en in Europa. Het geeft informatie over de activiteiten die het CDA organiseert en over spreekbeurten die in het land worden gehouden. U vindt in CDAtel standpunten over actuele politieke onderwerpen en een wekelijkse column van fractievoorzitter Brinkman [en] partijvoorzitter Van Velzen... CDAtel gebruikt u ook als "Groene Gids" met alle gegevens om in contact te komen met mensen en organisaties binnen het CDA. Daarnaast kunt u in CDAtel informatie aanvragen, meningen geven en vragen stellen aan CDA-politici.<sup>33</sup> De prijs zal het gebruik van CDAtel niet hebben gestimuleerd. Het inbellen bij Videotex Nederland - de aanbieder van elektronische bestanden waaronder die van het CDA - kostte eind 1992 37,5 cent per minuut.<sup>34</sup>

Na de e-mailaansluiting kondigde directeur G. Groenendijk van het partijbureau voor het najaar van 1995 de nodige uitbreidingen aan, die in de plaats zouden komen van CDA-tel. 'Met zijn Internet-toepassing wil het CDA zich op actuele multimediale wijze presenteren richting leden en publiek,' aldus Groenendijk.<sup>35</sup> De webmaster van het CDA voegde daar aan toe dat de partij daarbij 'de informatie "ongefilterd" wilde doorgeven, dat wil zeggen zonder tussenkomst van derden zoals de pers'.<sup>36</sup> Voor het opzetten van de CDA-site trachtte het partijsecretariaat zoveel mogelijk de in de partij aanwezige kennis en vaardigheden in te schakelen. Vrijwilligers konden zich aanmelden en ook het CDJA werd bij de ontwikkeling van de site betrokken.

Uiteindelijk duurde het nog meer dan een half jaar voordat het CDA van start ging. De afdeling Leiden was het landelijk partijbureau voor: op 17 oktober opende deze als eerste CDA-afdeling een site.<sup>37</sup> Op 1 februari 1996 volgde het landelijke CDA.<sup>38</sup> De partij had de site zelf ontwikkeld, wat haar 10 à 15.000 gulden kostte (exclusief personele kosten).<sup>39</sup> De site was uitgevoerd in de kleuren groen en zachtgeel en zag er qua structuur eenvoudig uit. Op de homepage was een zestal rubrieken met behulp van symbolen aangegeven: Presentatie (dat onder andere de beginselen, standpunten, organisatiestructuur en de geschiedenis van het CDA bevatte), Strategisch Beraad (met de tekst van het rapport van de gelijknamige partijcommissie die in 1995 was ingesteld om de positie van het CDA op de wat langere termijn te bepalen), Nieuws (standpunten van de verschillende fracties, een selectie van artikelen uit de partijbladen, de agenda), Wegwijzer (adressen van het landelijk secretariaat en de neveninstellingen en van de volksvertegenwoordigers), Servicepunt (mogelijkheid om lid te worden, overzicht van partijpublicaties), en Digitaal (met een overzicht van *links*).

In het algemeen stonden er voornamelijk teksten op de CDA-site: speeches, de inbreng in de Tweede Kamer, notities, rapporten, persberichten, artikelen uit de partijbladen en dergelijke. Visueel was er weinig te beleven, op een enkele foto van bijvoorbeeld het partijsecretariaat na. Ook wat betreft de interactiviteit was de spoeling dun. Sitebezoekers konden een formulier invullen om zich als lid aan te melden. Sinds 1 oktober 1996 was het mogelijk om direct per e-mail met CDA-voorzitter J.J.M. Helgers te communiceren. 'De elektronische postbus van partijvoorzitter Helgers is bestemd voor vragen, ideeën, reacties en opmerkingen van leden, kiezers en niet-leden.'<sup>40</sup> In september 1996 werd de CDA-site 1.655 keer bezocht; een jaar later was het bezoekerstal flink gestegen tot bijna 1.500 per dag.<sup>41</sup>

*Figuur 4. Homepage CDA-site, april 1998*

Ondanks deze groei was men binnen het CDA niet geheel tevreden over de site. De lay-out werd niet goed genoeg geacht en de actualiteit liet te wensen over.<sup>42</sup> In oktober 1997 werd het uiterlijk van de site geheel vernieuwd (**www.cda.nl**). Nog altijd maakt het CDA niet veel gebruik van de interactieve mogelijkheden van de site. Het gebruik van beeld en geluid blijft eveneens nogal beperkt. Veel van de oude informatie is blijven staan, maar wordt nu wel aantrekkelijker gepresenteerd. Zij is ook toegankelijker gemaakt met behulp van een frame-menu dat zich links op het scherm bevindt. Dit overzicht bestaat uit de rubrieken partij, Tweede Kamer, Eerste Kamer, Europa, agenda, 'word lid', *links* en e-mail. Daarnaast is er

de rubriek Campagne opgenomen, die vooral betrekking heeft op de partijagenda. In de verkiezingscampagne verlaat het CDA zich overigens niet uitsluitend op Internet. Bij de informatievoorziening aan de achterban maakt de partij tevens gebruik van teletekst van RTL4 en RTL5. Het bereik van dit medium is immers veel groter dan dat van Internet.<sup>43</sup> Vergeleken met andere partijsites wordt die van het CDA niet slecht bezocht: per dag trekt zij ongeveer 4.000 à 4.500 bezoekers.<sup>44</sup>

#### SP

De SP kwam op 16 november 1997 op het Internet ([www.sp.nl](http://www.sp.nl)). Hieraan waren zes maanden van voorbereiding vooraf gegaan. De bedoeling van de SP was om via het nieuwe medium groepen te benaderen die de partij normaliter veel moeilijker kon bereiken en die zij als potentiële kiezers beschouwde: 'scholieren, studenten, en jonge intellectuelen', aldus webmaster H. Beekers.<sup>45</sup> Electorale motieven speelden hierbij een rol. Voor de eigen achterban leek Beekers de site minder nuttig; het Internet-gebruik zou bij de SP-leden betrekkelijk laag zijn. Het kader zou van de site kunnen profiteren vanwege de archieffunctie die werd aangeboden (zoals eerder verschenen artikelen uit het partijblad). De SP ontwikkelde de plannen zelf en deed in een later stadium een beroep op een bureau voor de vormgeving. Al met al kostte het opzetten van de site de partij 10.000 gulden, exclusief het loon van de partijmedewerkers.

De SP-site is goed vormgegeven en oogt dynamisch. Zij kent vele interactieve mogelijkheden (hiervoor is een aparte rubriek), hetgeen nauw aansluit bij de 'activistische' opstelling van de partij en de interesse die zij altijd heeft getoond voor de opvattingen van 'de mensen'. De structuur van de site is sinds de start niet gewijzigd. Aan de linkerkant bevindt zich het menu met de aan te klikken rubrieken. Nieuws bevat het 'laatste SP-nieuws' van onder meer de Tweede-Kamerfractie; informatie over de vele acties die de SP voert (zoals campagnes tegen de Europese Monetaire Unie en de jaarlijkse huurverhogingen); en artikelen uit het partijorgaan *de Tribune*. Onder Service kunnen partijgoederen (stickers, speldjes en dergelijke) en rapporten worden besteld, en zijn *links* naar andere sites (binnen en buiten de partij) te vinden. De rubriek Tegenstem biedt een kort overzicht van de geschiedenis van de SP. Verder wordt hier het program van uitgangspunten aangeboden, evenals actuele standpunten van de partij en informatie over haar nevenorganisaties en vertegenwoordigers in raden, Staten en Eerste en Tweede Kamer. Ten slotte kan de bezoeker in de SpeelRuimte een politieke IQ-test doen of per e-mail spotprenten van F. Bolkestein, W. Kok of J. Marijnissen als 'SPace-Cards' versturen. Ook zijn hier cartoons te bewonderen van de politieke tekenaar van *de Tribune*.

*Figuur 5. Homepage SP-site, april 1998*

Met het oog op de Tweede-Kamerverkiezingen is de entree van de site aangepast. Bezoekers worden verwelkomd door een popart-tekening à la Roy Lichtenstein van partijleider Marijnissen. Op het zogeheten Overzicht kan informatie worden ingewonnen over de campagne van de SP en over haar kandidaten. Ook kan het verkiezingsprogramma worden aangeklikt.

De SP beschouwde haar site als een groot succes. Een jaar na de start in november 1996 waren er ruim 15.000 bezoekers geweest - gemiddeld 41 per dag. Daarbij vertoonde het aantal *pageviews* een stijgende lijn: in het eerste halfjaar bedroeg dat gemiddeld 500 per dag, in oktober 1997 ruim 900.<sup>46</sup>

#### *VVD*

De VVD ging in het voorjaar van 1997 op Internet van start met een site ([www.vvd.nl](http://www.vvd.nl)).<sup>47</sup> Evenals bij sommige andere partijen waren ook bij de liberalen enkele plaatselijke afdelingen het landelijk secretariaat voorgegaan. Ook de Tweede-Kamerfractie van de VVD was al op Internet te vinden, als enige fractie overigens. Deze tamelijk kleurloze, kleine site verschaftte informatie over de VVD-bewindslieden en -kamerleden. Voor het overige bestond de site uit onder meer een agenda, teksten van speeches, persberichten met betrekking tot parlementaire stellingnames en het blad *VVD-expressie*. Ook kon er een spelletje worden gedaan waarbij namen van kamerleden moesten worden geraden. De site van de Tweede-Kamerfractie van de VVD trok in september 1996 ruim 1.250 bezoekers.<sup>48</sup>

*Figuur 6. Homepage VVD-site, april 1998*

De site van de landelijke liberale partijorganisatie werd op de algemene vergadering op 22 mei 1997 officieel geopend. Bij het opzetten van de site had de partij de technische hulp ingeschakeld van een Internet-provider. In totaal kostte de installatie en het abonnement voor het eerste jaar de VVD bijna 20.000 gulden. Afgezien van het algemene motief om zich via dit nieuwe medium te presenteren, was de partij ook om redenen van doelmatigheid ermee begonnen, aldus webmaster L. Osterholt: 'Informatie die op de site beschikbaar is, hoeft niet meer te worden toegestuurd of rondgebeld.' Het gaat de VVD echter niet alleen om de partijleden; de site richt zich ook op de liberale kiezers en poogt tevens de pers te bedienen.<sup>49</sup>

De site van de VVD is eenvoudig van opzet. Aan de linkerzijde bevindt zich het frame met de verschillende opties. Onder Informatie zijn delen van het beginselprogramma te vinden, en de kandidaatstellingsreglementen voor alle verkiezingen (van gemeenteraden tot en met Europees Parlement). Verder wordt er een weinig tot de verbeelding sprekende indruk van de partijgeschiedenis gegeven aan de hand van overzichten van prominente VVD-ers en van leden van fracties van de Eerste en Tweede Kamer en het Europees Parlement, en van data van partijbijeenkomsten. Met een helder schema wordt de organisatiestructuur van de VVD en haar nevenorganisaties inzichtelijk gemaakt. De rubriek Nieuws bestaat uit een agenda van partijactiviteiten (overwegend spreekbeurten) en een overzicht van persberichten. Onder VVD-*links* zijn andere sites opgenomen. Met Interactief kan gereageerd worden. In verhouding tot andere partijsites biedt de VVD-site

weinig 'gedrukte' informatie. Artikelen uit bijvoorbeeld het ledenorgaan of het wetenschappelijk tijdschrift zijn er niet op aan te treffen, en evenmin de teksten van andere partijpublicaties.

Volgens het jaarverslag van de VVD over 1997 trok de site sinds de start eind mei van dat jaar maandelijks gemiddeld 3.000 bezoekers. 'Dit cijfer geeft de bodemgrens aan van het aantal bezoeken per maand. Door doorlink-mogelijkheden via andere sites (van afdelingen, centrales en andere aanbieders) is het daadwerkelijke aantal bezoekers hoger.'<sup>50</sup>

#### *VVD-verkiezingssite*

Gedurende enige tijd bestonden de site van de partij en die van de Tweede-Kamerfractie gescheiden van elkaar. Met de komst van de speciale verkiezings-site van de partij op 24 januari 1998 voor de kamerverkiezingen in mei werd de fractiesite opgeheven (**www.vvd-campagne.nl**). De VVD is de enige partij die een aparte verkiezingssite heeft ingericht, ontworpen door provider Global. Zij bestaat naast de gewone partijsite en is geheel toegesneden op de verkiezingen voor de gemeenteraad en Tweede Kamer. Met enige overdrijving verklaarde het Tweede-Kamerlid van de VVD mevr. W.C.G. Voûte-Droste - die zelf een eigen website beheert - dat deze site als 'spil' in de verkiezingscampagne van de VVD fungeert, omdat journalisten online *à la minute* kennis kunnen nemen van het laatste partijnieuws en omdat de informatie van de achterban 'snel en betrouwbaar' geschiedt.<sup>51</sup>

De homepage van de verkiezingssite toont een kaart van Nederland, met er - doorheen verwerkt een honingraat uit een bijenkorf met enkele bijen. Dit nijvere tafereel is bedoeld als ondersteuning van de verkiezingsleus van de liberalen, 'de VVD werkt'. Wanneer de tekst 'waarom VVD?!' wordt aangeklikt, kan een kort gesproken '*statement*' van partijleider Bolkestein worden beluisterd. Hierin wijst hij op de noodzaak van een hoge opkomst.<sup>52</sup> De Campagne Agenda geeft het overzicht van de spreekbeurten van de VVD-kandidaten in het land. Campagne Nieuws biedt persberichten, verslagen en liberale inbreng in de Tweede Kamer. De Campagnekrant bevat 'achtergrondinformatie, de volledige teksten van speeches, *links* naar de partijsite en naar jouw lokale VVD-afdeling, impressies, standpunten, foto's en ander beeldmateriaal: de campagnekrant is jouw kortste weg naar content en context'.<sup>53</sup> In deze rubriek waren onder meer foto's van de start van de campagne voor de raadsverkiezingen en van het feest ter gelegenheid van het vijftigjarig bestaan van de VVD te vinden.

Ten slotte zijn er de rubrieken VVD-Interactief (zie hiervoor de volgende paragraaf) en *Ex-Pats*. Met deze laatste optie attendeert de VVD in het buitenland verblijvende Nederlandse kiezers (volgens een schatting van het ministerie van Buitenlandse Zaken meer dan een half miljoen) uitgebreid op de mogelijkheid om hun stem bij de verkiezingen uit te brengen. Deze 'Ex-Pats' (de afkorting van het Engelse *expatriates*) moeten zich dan wel vóór een bepaalde datum laten registreren (wat online kan, via de website van het ministerie van Buitenlandse Zaken; of

via de ambassades). Kennelijk verwachtte de VVD veel steun bij deze in den vreemde verblijvende landgenoten. Bij de Tweede-Kamerverkiezingen van 1994 brachten slechts ongeveer 21.000 van deze ex-pats hun stem uit, waarvan 40% op de VVD. Het lijkt erop dat de VVD zich met het hengelen naar 'buitenlandse' stemmen heeft laten inspireren door de Britse verkiezingscampagne in het voorjaar van 1997: op de websites van *Labour* en de *Conservatives* werd ook gewedijverd om de stem van de ex-pats. Vanzelfsprekend is Internet met zijn in alle hoeken van de wereld te raadplegen sites hiervoor een zeer geëigend medium. Veel effect heeft de oproep van de VVD uiteindelijk echter niet gehad: slechts circa 23.500 Nederlandse kiesgerechtigden in het buitenland lieten zich registreren.<sup>54</sup>

*Figuur 7. Homepage VVD-campagnesite, april 1998*

#### *GPV*

De partij die vooralsnog als een van de laatsten het Internet opging, was het GPV ([www.gpv.nl](http://www.gpv.nl)). De orthodox-christelijke partij ging op 27 februari 1998 online. Op de homepage stond de verkiezingsleus van het Verbond: 'Uit volle overtuiging!' De site is uitgevoerd in de huisstijl van het GPV, waarin het oranje domineert. Zij bevat onder meer het verkiezingsprogramma, persberichten en de agenda voor de verkiezingscampagne. De partij had alle zeilen bijgezet om vóór de Tweede-Kamerverkiezingen de site te kunnen openen. Het GPV hoopte met

zijn site 'de informatiedrempel voor mogelijke GPV-stemmers te verlagen en de bij de partij betrokken mensen nog beter te informeren.'<sup>55</sup> Na de kamerverkiezingen zou op de site informatie worden aangeboden vanuit de plaatselijke verenigingen (afdelingen) en neveninstellingen als het wetenschappelijk bureau, de stichting voor vormingswerk en de jongerenorganisatie.

*Figuur 8. Homepage GPV-site, april 1998*

#### **4. Interactiviteit**

Zoals reeds vermeld is een wezenskenmerk van Internet de mogelijkheid van interactiviteit. De bezoekers van de sites kunnen bijvoorbeeld via e-mail lid worden van een partij, informatie bij het partijsecretariaat aanvragen, of hun commentaar geven. Met behulp van *chat*-programma's kunnen ze direct communiceren met politici. Interactiviteit biedt daarmee de partijen de gelegenheid de mening van de achterban te peilen, of deze meer bij de partij te betrekken. In deze paragraaf zal worden aangegeven wat de partijsites in dit opzicht te bieden hebben. Daarbij zullen niet de e-mailadressen van het partijbureau worden vermeld noch de e-mailinvalformulieren voor het partijlidmaatschap of voor abonnementen op partijperiodieken, omdat deze op de meeste sites voorhanden zijn. Partijen winnen overigens langs deze weg daadwerkelijk leden: in 1997 kon het CDA gemiddeld vijftien nieuwe leden per maand verwelkomen. De PvdA kreeg er in de eerste negen maanden van 1997 zo'n tachtig bij.<sup>56</sup> De flink

groeïende SP spant in dit opzicht de kroon: van de 4.000 nieuwe leden die sinds januari 1997 tot de partij waren toegetreden, hadden zich er volgens een opgave van de SP aan het begin van 1998 285 via de website aangemeld.<sup>57</sup>

In deze paragraaf gaat het bij interactie dus vooral om de mogelijkheden tot inhoudelijk reageren en discussiëren. De sites zullen in het onderstaande worden gerangschikt op basis van de mate van interactiviteit die zij structureel aanbieden. Een precieze inschaling is niet voor alle sites mogelijk; in de middengroep ontlopen zij elkaar niet zoveel. De beide polen zijn echter wel duidelijk: deze worden gevormd door enerzijds de zeer interactieve site van de SP en anderzijds de GPV-site, die alleen maar een algemeen e-mailadres vermeldt. Deze laatste zal hieronder dan ook niet afzonderlijk aan de orde komen.

#### *SP*

De SP-site is zeer interactief, wat zoals reeds vermeld past bij de activistische en soms wat populistische inslag van deze partij. De site heeft een aparte rubriek 'interactie' met zeven mogelijkheden. Bezoekers kunnen zich 'inchecken' in het gastenboek 'Web Site Story', waar kan worden gereageerd op de SP-site: 'complimenten, kritiek, opmerkingen' zijn welkom. In 1997 waren er zo'n 170 reacties; in het eerste kwartaal van 1998 al 130.<sup>58</sup> Discussiëren 'over denken en doen van de SP' kan op de 'tegenspraak'-pagina's. Deze waren zeer gewild: van de bijna 212.000 pagina's die er in het jaar na de opening van de SP-site waren opgevraagd, betrof het meer dan 40.000 keer de 'tegenspraak'-pagina's. Hier kan iedereen zelf een discussie starten of een bijdrage leveren (in totaal gebeurde dat in de periode november 1996 - november 1997 ongeveer 2.300 keer).<sup>59</sup> Het digitale debat op de SP-site verloopt ongemodereerd: scabreuze taal wordt niet verwijderd, evenmin als voor de partij heikele onderwerpen zoals 'SP niet democratisch?' of 'SP: de loze beloften partij'. Met de optie 'E-Alarm!' kunnen bezoekers de SP - desgewenst vertrouwelijk - op de hoogte stellen van misstanden ('meldpunt corruptie, schandalen, wantoestanden', aldus de site).<sup>60</sup> Aan de hand van een speciaal e-mailformulier kunnen bezoekers van de site zich opgeven voor een bezoek aan de Tweede-Kamerfractie in Den Haag. Onder de kop 'adviseren' zoekt de SP 'topadviseurs (m/v)', dat wil zeggen deskundige vrijwilligers die actief willen worden bij bijvoorbeeld de juridische hulpdiensten, de gezondheidsdienst of de 'milieuteams' die de partij in het leven heeft geroepen. Dit zou in het jaar na de opening van de site veertig medewerkers hebben opgeleverd. Naast de speciale rubriek 'interactie' kan men ook elders op de SP-site direct reageren. Met het 'reactie-formulier' dat volgt na het overzicht van de acties waarbij de SP betrokken is, kan de bezoeker commentaar geven op deze campagnes. Ook het bestellen van partijpublicaties (rapporten en dergelijke) of 'toeters en bellen' als stickers, speldjes en T-shirts kan per e-mail.

#### *VVD*

Het interactiviteitsgehalte van de VVD-site is betrekkelijk hoog, al haalt deze het

niet bij de SP. De site van de liberalen kent een speciale rubriek 'interactief'. Deze biedt twee opties. Bezoekers hebben de mogelijkheid privé e-mailberichten te versturen aan het partijsecretariaat. Daarnaast kunnen zij in het zogeheten 'interactief forum' ook 'publiekelijk opmerkingen kwijt'. Dit laatste kan door in te haken op al langer lopende discussies over een bepaald thema (waarvan de opeenvolgende reacties met behulp van de optie *threads* zijn te raadplegen), of door zelf een onderwerp aan te kaarten. Het debat verloopt ongemodereerd, hetgeen betekent dat er onderwerpen aan de orde kunnen komen die de partij niet altijd gelegen zullen komen. Een voorbeeld hiervan vormt het vertrek van de VVD-campagneleider en Tweede-Kamerkandidaat J.C. van Baalen begin april 1998 vanwege vermeende extreem-rechtse sympathieën in zijn middelbare school- en studententijd. Terwijl de partijtop hoopte dat met zijn terugtreden de affaire bezworen zou worden, ging op de site van de VVD de discussie hierover door. Op 8 april postte CD-leider Janmaat zelfs een reactie, waarin hij zijn steun betuigde aan Van Baalen: 'Het lijkt er op dat een terecht bezorgde burger succesvol aan de kant is geschoven met onvolledige en halfslachtige argumenten'.<sup>61</sup>

De deelname aan het 'interactief forum' van de VVD-site neemt toe. Sinds mei 1997, toen de site werd geopend, werden er zo'n 170 berichten gepost; in het eerste kwartaal van 1998 waren dat er bijna net zo veel (162). De kwantiteit zegt overigens niets over de kwaliteit: reacties met als aanduiding 'Der Führer' en 'VVD-Dievenbende' zijn wat dat betreft veelzeggend.

Ook de verkiezingsite van de VVD kent een rubriek 'Interactief'. In wervelende bewoordingen wordt deze optie aangeprezen: 'Thorbecke op een spreekgestoelte, Oud op de radio, Geertsema op de televisie... De techniek maakte het in toenemende mate mogelijk om liberaal gedachtengoed onder de aandacht te brengen, maar de mogelijkheid van de kiezer om direct te reageren werd noodgedwongen minder. Tot de komst van Internet! In deze eerste verkiezingscampagne on-line zullen de mogelijkheden tot interactiviteit maximaal worden uitgenut [sic]'.<sup>62</sup> Verrassend genoeg hebben de aangeboden mogelijkheden echter weinig tot niets met de VVD zelf te maken. Het aanklikken van 'Forum' brengt de sitebezoeker naar de algemene verkiezingsite van De Digitale Stad (Amsterdam). Met de optie '*virtual communities*' komt hij terecht op een *chatsite*. Wanneer hiervoor de benodigde software is gedownload, kan vervolgens worden gechat over allerlei onderwerpen - politiek of niet. Volgens T. van der Maas, hoofd voorlichting van de liberale Tweede-Kamerfractie, was het niet zo belangrijk dat er hier geen directe relatie met de VVD of de politiek lag: 'Je moet op de site iets bijzonders aanbieden. Daarom hebben wij die leuke chatprogramma's erbij gedaan.' Hoe aantrekkelijker de site, hoe groter de kans dat een bezoeker weer eens terugkomt en wellicht *en passant* ook iets van de politieke boodschap oppikt. Van der Maas erkende overigens dat er eerst naar de sites van de andere partijen was gekeken. 'Vooral de interactiviteit op de site van de Socialistische Partij sprak ons aan. Daarbij hebben de Engelse *Liberal Democrats* nadrukkelijk op het belang van het

Internet in de campagne geweest. Het gaat erom dat zoveel mogelijk mensen de site bezoeken. De keerzijde van die interactiviteit is dat het veel tijd kan kosten. Alle e-mails moeten wel beantwoord worden.<sup>63</sup> De interactiviteit van de VVD-verkiezingsite was zodoende weinig gericht; het was meer als vermaak bedoeld dan om bijvoorbeeld de band tussen kiezer en liberale volksvertegenwoordigers te verbeteren.

#### *PvdA*

De site van de PvdA ontloopt die van de VVD niet zoveel qua interactiviteit. De sociaal-democratische site kent de rubriek 'meningen', waarin de optie 'debatten' is opgenomen. 'De PvdA staat... altijd open voor uw opvatting of mening omdat de discussie en het debat altijd doorgaan'. Geheel vrij is het debat echter niet: anders dan bij de SP en de VVD kunnen bezoekers hier niet zelf onderwerpen aansnijden. Er kan slechts 'ongelimiteerd' worden gediscussieerd over de vier reeds genoemde verkiezingsthema's van de PvdA: werk, veiligheid, zorg en onderwijs. Wellicht heeft deze beperking ertoe bijgedragen dat het niet echt storm liep: in de periode van half februari tot begin april 1998 waren er ongeveer zeventig reacties gepost. Een van de afzenders beklagde zich over het feit dat de PvdA niet reageerde op de binnengekomen meningen. Het campagne team gaf als antwoord dat elke reactie gelezen wordt 'en serieus genomen. Op die manier dragen de reacties tevens bij aan het debat binnen de partij over deze onderwerpen'.<sup>64</sup>

De huidige, in een verkiezingsjasje gestoken PvdA-site lijkt vergeleken met de vorige versie aan interactiviteit te hebben ingeboet. In augustus 1997 konden bezoekers van de PvdA-site nog een keus maken uit zes nieuwsgroepen, en zelf nieuwe onderwerpen starten. Eerder dat jaar, in mei, werd begonnen met de 'de digitale PvdA-afdeling'. Deze was bedoeld als een 'nieuw platform voor gedachtenwisseling', dat in de plaats moest komen van de afdelingsvergadering als traditionele ontmoetingsplaats. De digitale afdeling kreeg de vorm van een nieuwsgroep waar leden met elkaar konden discussiëren. Een dagelijks bestuur diende thema's te selecteren en sprekers (waaronder Tweede-Kamerleden) uit te nodigen. Verder modereerde het de discussie, zorgde het voor samenvattingen en gaf het de uitkomsten van het debat door aan het partijbestuur. Van de digitale afdeling konden alleen partijleden lid worden. 'Dit lijkt in strijd met de alom gepredikte openheid, maar de ervaring leert dat deelname aan Internet-nieuwsgroepen vaak een erg vrijblijvend karakter krijgt als er niet een zekere onderlinge binding bestaat tussen de deelnemers'.<sup>65</sup> Op de nieuwe PvdA-site was de 'digitale achterban' nog wel als suboptie opgenomen, maar wanneer deze werd aangeklikt volgde de barse mededeling: 'Forbidden. You don't have permission to access/partij/gewafd/diga/ on this server'.

#### *D66*

Na de SP en ex aequo de VVD en de PvdA behoren de sites van GroenLinks en

D66 tot de relatief minder interactieve. Dit wekt enige bevreemding, gezien het feit deze twee partijen in hun partijorganisatie veel ruimte toekennen aan inbreng van de leden en in het politieke bestel een grotere stem willen toekennen aan de burger. Op hun sites is echter van deze open oriëntatie weinig te merken, in de zin dat leden en sympathisanten bijvoorbeeld de gelegenheid wordt geboden te reageren op partijstandpunten.

De vroegere variant van de D66-site kende meer mogelijkheden tot debat dan de huidige. In de trits 'Mensen-Meningen-Meer' was in de middelste rubriek de 'Speakers Corner' te vinden, waar bezoekers hun 'politieke ideeën' kwijt konden of hun mening konden geven over bepaalde onderwerpen, waarop anderen dan weer konden reageren. 'Door de snelheid van het medium is de Speakers Corner uitgesproken geschikt voor het voeren van actuele discussies', zo prees het partijblad van D66 deze optie aan.<sup>66</sup>

Bij de renovatie van de site van D66 die ruim een jaar later plaatsvond, verdween de Speakers Corner. Er kwam een nieuwe rubriek 'Interactief', die slechts de weg wijst naar het 'D66-Digitaal Politiek Café'.<sup>67</sup> Hier is het mogelijk om via e-mail 'met gelijkgestemden te discussiëren over actuele politieke onderwerpen'. Om een café te starten dient men lid te zijn van D66, om mee te doen is dat niet nodig. Deelnemers moeten zich wel eerst aanmelden, hetgeen uitsluitend een technische aangelegenheid is. Het Digitaal Café van D66 is hiermee geen open nieuwsgroep waarvan de verschillende bijdragen voor elke bezoeker van de site te volgen zijn, maar een afgeschermd discussie van personen die op de e-maillijst staan. Ondanks dit besloten karakter wordt expliciet vermeld dat het Digitaal Café 'is opgezet buiten verantwoordelijkheid van enig D66 bestuur'.

Nadat het 'D66 Nieuwe Media Team' zijn opwachting had gemaakt, werd de D66-site niet alleen aantrekkelijker, maar ook wat interactiever. Zo konden een tijd lang aan kandidaat-lijsttrekker mevr. E. Borst rechtstreeks vragen worden gesteld via haar e-mailadres. Er volgde echter wel een waarschuwing: 'Wij vragen uw begrip voor het feit dat een minister/beoogd lijsttrekker helaas niet altijd evenveel tijd heeft voor het beantwoorden van haar e-mail, waardoor het soms enige tijd kan duren voordat u een antwoord ontvangt'.<sup>68</sup> Ook bij de verslaggeving van het partijcongres van februari 1998 konden sitebezoekers reageren, zoals reeds vermeld: zij konden een correspondent op pad sturen met vragen voor prominente D66-ers of chatten met Tweede-Kamerleden.

#### *GroenLinks*

Op de site van GroenLinks is het interactieve deel te vinden onder de knop 'Discussie'. De bezoeker kan hier meedoen aan een stemming over een door de partij opgestelde uitspraak (wanneer hij tenminste zich heeft aangemeld als bewoner van De Digitale Stad). Begin april 1998 is nog altijd de stelling over het wettelijk recht op deeltijdwerk zichtbaar, waarop volgens de begeleidende tekst vóór 10 maart gereageerd moest worden.

Verder kent de site van GroenLinks - evenals die van D66 - een mailinglist. Deze

was zoals reeds vermeld ook al op de eerste versie van de GroenLinks-site in 1994 te vinden als aparte optie.<sup>69</sup> 'Deze discussielijst is een elektronisch medium voor [iedereen] met belangstelling voor GroenLinkse politiek. Je kunt hier vrijblijvend en informeel van gedachten wisselen over allerlei onderwerpen die relevant zijn voor GroenLinks', aldus de site begin 1998. Discussiethema's waren onder meer de autoproblematiek, vredesdienst en racisme. De partij bemoeide zich niet met de toelating van de deelnemers: een e-mail was voldoende wanneer men op de mailinglist wilde komen te staan. Begin maart 1998 waren er 170 personen ingeschreven (een aantal dat een maand later overigens niet veranderd was). De discussie verloopt ongemodereerd. 'Iedereen kan een discussieonderwerp aandragen en er zijn verder geen regels, behalve dat het niet de bedoeling is een externe discussie te voeren in die zin dat het gelijk of ongelijk van GroenLinks de boventoon moet gaan voeren.'<sup>70</sup>

#### *CDA*

Op het hier verder onbesproken gelaten GPV na is de site van het CDA het minst interactief van de hierboven genoemde partijen. Bij de christen-democraten is er alleen discussie mogelijk aan de hand van een stelling, zoals in april 1998 over de noodzaak van preventief fouilleren op wapenbezit door de politie. De geponeerde stelling sluit doorgaans aan bij politiek actuele kwesties, en wordt mede voorbereid door een Tweede-Kamerlid van de partij. Deze ontvangt ook de binnengekomen reacties. In het algemeen zijn dat er niet veel: tien à twaalf gedurende de ongeveer twee weken dat een stelling op de site staat. De discussie is vrij en in principe ongemodereerd: iedereen kan eraan deelnemen.<sup>71</sup>

### **5. Links**

Eén van de essentiële onderdelen van het WWW zijn de externe *links* op een site, de verbindingen waarlangs een andere site kan worden bereikt en waardoor het wereldomspannende netwerk ontstaat. De meeste partijen bieden dergelijke *off-site links* aan, maar hebben de neiging om wel binnen het bredere verband van de partijorganisatie te blijven. Het gaat hier dan om *links* naar neveninstellingen zoals de wetenschappelijke bureaus en jongerenorganisaties (met name de laatsten hebben doorgaans ook al een eigen site), of naar andere geledingen binnen de partij: afdelingen, gemeenteraadsfracties, regionale verbanden en dergelijke, die eveneens in vele gevallen een site hebben geïnstalleerd. Ook zijn er vaak *links* naar de sites van zusterpartijen in het buitenland of van overkoepelende internationale organisaties waarvan de partij lid is.

In de meeste gevallen hebben de partijsites ook *links* naar sites van externe instellingen die zich met politiek bezig houden, zoals het Instituut voor Publiek en Politiek (IPP), het Parlementair Documentatiecentrum (PDC) en het Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen (DNPP). Ook wordt vaak naar de sites van de Eerste en Tweede Kamer gelinkt. De VVD biedt verder geen

andere sites aan, in tegenstelling tot de SP en de PvdA. Op hun sites is een hele keur van *links* naar sites te vinden die niets met politiek te maken hebben. Het CDA en de PvdA zijn de enige partijen die ook *links* naar andere Nederlandse partijen hebben gelegd.

## 6. Slot: de toekomst

In dit artikel is een eerste overzicht gegeven van het gebruik van websites door de Nederlandse politieke partijen. Dat zoveel partijen met een site begonnen zijn, zal deels te maken hebben gehad met het feit dat de concurrent het ook doet. In het huidige informatietijdperk kunnen partijen het zich eigenlijk niet permitteren om zich niet op Internet te manifesteren: zo'n absentie verschaft een partij het imago ouderwets en behoudend te zijn. Bovendien willen zij - met uitzondering van de SGP - niet achterblijven bij de concurrentie. Voor het geld hoeven de partijen het ook niet echt te laten: in het voorlichtingsbudget vormen de kosten voor een site een relatief geringe post.

Vanzelfsprekend benadrukken partijen zelf meer de positieve beweegredenen voor de installatie van een site, en die zijn er natuurlijk ook. Veelal wordt gewezen op de mogelijkheid van snelle, geactualiseerde informatieverstrekking, die zowel extern als intern gericht kan zijn - dat wil zeggen bedoeld voor een breed publiek en/of voor (delen van) de eigen achterban. PvdA en CDA merken daarbij expliciet als voordeel aan dat via een site op Internet de traditionele media kunnen worden omzeild. Soms zijn de rollen geheel omgedraaid, wanneer journalisten gretig gebruik maken van goed bijgehouden partijsites. Het aanzien van de sites weerspiegelt deze functie van informatievoorziening: zij bestaan vooral uit tekst, die in de meeste gevallen al eens in enigerlei vorm door de partij is gepubliceerd.

Deze oriëntatie op tekst gaat doorgaans gepaard met betrekkelijk weinig interactie: op enkele uitzonderingen na ruimen de partijen meer plaats in voor hun eigen standpunten dan dat zij de sitebezoekers de gelegenheid bieden hun mening te uiten. Dit geeft hun site een statisch karakter: de informatiestroom verloopt van boven naar beneden; de mogelijkheden van *feed-back* zijn beperkt. Misschien komt dit omdat partijen vrezen dat hun makelaarsfunctie - het afwegen van maatschappelijke belangen en desiderata - onder druk komt te staan door teveel mogelijkheden tot reageren van onderop. Het kan ook zijn dat zij weinig verwachten van een ongestructureerd digitaal debat: alleen de SP en de VVD bieden inhoudelijk niet-gemodereerde discussiemogelijkheden aan. Een derde reden om de openheid te beperken kan schuilen in de vaak beperkte middelen van de partijorganisatie. Het nieuwe medium schept zijn eigen verplichtingen: e-mails moeten wel snel beantwoord worden en inhoudelijke reacties doorgeleid naar degenen die er iets mee kunnen doen.

Vastgesteld kan worden dat één van de meest essentiële mogelijkheden van Internet, het beginsel van de interactie, slechts ten dele door de partijen wordt

benut. Of het nu koudwatervrees is, organisatorisch onvermogen of omdat men er weinig in ziet, het valt in ieder geval niet te verwachten dat hier op korte termijn iets zal veranderen. Wanneer de partijen niet de elektronische sluis openzetten en aan interactiviteit ruim baan geven, welke plaats zullen de sites en andere Internet-toepassingen dan voor hen in de toekomst innemen? Het lijkt er niet op dat de externe, meer algemeen gerichte informatievoorziening als zodanig zoveel meerwaarde voor partijen heeft (afgezien dan van de verkiezingscampagnes, waarin een site de partij de gelegenheid biedt snel te reageren). Het Internet-gebruik zal ongetwijfeld in de komende jaren alleen maar toenemen, maar of gebruikers dit medium veelvuldig zullen hanteren om aan politieke informatie te komen is zeer de vraag. De belangstelling voor dit soort informatie is nu althans niet erg groot. Het lijkt wat te optimistisch gedacht te veronderstellen dat het nieuwe elektronische informatieaanbod op dit terrein zijn eigen vraag zal scheppen (ook al wordt een site opgetuigd met allerlei interactieve spelletjes, zoals bij de campagnesite van de VVD). Vanzelfsprekend schaadt het de partijen ook niet om op hun site uitgebreide, geactualiseerde informatie over zichzelf aan te bieden, al was het alleen maar om beroepsmatig geïnteresseerde groepen als journalisten of ambtenaren te bedienen.

De meeste mogelijkheden van Internet voor partijen liggen waarschijnlijk op het terrein van de informatieverstrekking en de communicatie binnen de partijen. Hier kan dan wél gebruik worden gemaakt van de mogelijkheid van interactie. Partijen kunnen een intern debat over een nog niet duidelijk uitgekristalliseerd onderwerp in de partij opzetten, of een discussie over een 'vrije' kwestie -analoog aan de huidige experimenten met burgerconsultaties, de debatten met daaraangekoppelde peilingen, alsmede de experimenten die met elektronisch stemmen worden ondernomen. Dit gaat verder en is ook ingewikkelder om te organiseren dan de discussiegroepen die in meer dan wel minder gemodereerde vorm nu op de partij-sites te vinden zijn.

Verder kan de site door de partijtop ook worden gebruikt om de leden op de hoogte te houden. Voor de communicatie met het kader kunnen e-mail en mailing-lists worden ingezet, wat in de richting gaat van een soort Intranet, dat wil zeggen Internet in het klein binnen een organisatie.<sup>72</sup> De meeste grote partijen proberen de elektronische communicatie binnen hun organisatie te stimuleren. D66 bijvoorbeeld stelde in verband met de campagne voor de verkiezingen voor de gemeenteraden en Tweede Kamer van 1998 aan iedere afdeling en regio één gratis aansluiting op Internet met een daarbijbehorend e-mailadres beschikbaar. Actieve partijleden konden tegen betaling via de partij dezelfde faciliteiten verkrijgen.<sup>73</sup> Daarnaast verscheen sinds april 1997 een 'electronisch weekbulletin' onder de naam *Digitaal 66* met partijnieuws en politieke standpunten; 'in eerste instantie bedoeld voor D66'ers die voor hun dagelijks functioneren op de hoogte moeten zijn van wat er in de partij omgaat'.<sup>74</sup> Ook de PvdA en GroenLinks kennen vergelijkbare elektronische voorzieningen om het kader of belangstellende leden te informeren.

Deze Internet-toepassingen zullen hun uitwerking op de organisatiestructuur van de partijen hoogstwaarschijnlijk niet missen. De politicoloog Depla heeft gewezen op de mogelijkheid dat door de introductie van de nieuwe informatie- en communicatietechnologie partijen losser kunnen komen te staan van hun traditionele territoriale basiseenheid. 'Zowel voor de landelijke partij-organen, als voor individuele leden vervalt langzaam maar zeker de noodzaak van een sterk vertakt netwerk van lokale afdelingen.'<sup>75</sup> Dit scenario past in de ontwikkeling van de politieke partijen in de richting van een moderne kaderpartij, zoals die door de politicoloog Koole is beschreven.<sup>76</sup> Dit mag zo zijn, maar Internet kan tegelijkertijd ook een uitkomst zijn voor de partijen, die zich immers al jarenlang geconfronteerd zien met een dalend ledental en een afnemend aantal actieve leden. De mogelijkheden die de virtuele werkelijkheid biedt, kunnen partijen een handje helpen zich in de realiteit van alledag staande te houden.

#### noten

1. Dit artikel is voortgevloeid uit een presentatie op de conferentie 'Images of Politics. History and Development of Political Communication on Television', gehouden op 23-25 oktober 1997 in Amsterdam. De auteurs bedanken P. Depla voor zijn medewerking bij de voorbereiding van deze presentatie; de journaliste K. Oost voor het ter beschikking stellen van de teksten van de door haar gemaakte interviews ter voorbereiding van haar artikel 'De politiek gaat digitaal', in: *Net*, april 1998, 20-22; en B.H. de Boer voor het natrekken van gegevens in de partijbladen.
2. Slechts een enkele keer is er door journalisten aandacht aan besteed; zie onder meer T. Brader, 'PR via het web: de politiek bezwijkt voor internet', in: *Vrij Nederland*, 11 januari 1997; H. Nijenhuis, 'De slag om de surfende kiezer', in: *NRC-Handelsblad*, 28 november 1997; A. van der Horst, 'De digitale strijd', in: *HP/de Tijd*, 20 februari 1998; en D. Hos, 'Politieke partijen tuigen internet-sites op in campagne', in: *Trouw*, 13 maart 1998. Van een digitale archivering is het tot dusverre evenmin gekomen. Het DNPP ontwikkelt plannen om de websites van de politieke partijen digitaal te archiveren en deze zo te bewaren voor toekomstig journalistiek of wetenschappelijk onderzoek.
3. Door G. Voerman wordt een artikel voorbereid over de 'digitale' verkiezingscampagne. Deze zal onderdeel uitmaken van een bundel over de campagne voor de Tweede-Kamerverkiezingen van 1998, die naar verwachting in 1999 zal verschijnen onder redactie van K. Brants en Ph. van Praag.
4. 'Evaluatie en toekomst van [www.amsterdam.nl](http://www.amsterdam.nl)' van de gemeente Amsterdam.
5. Zie bijvoorbeeld P. Doorn en R. van Horik, *Basishandleiding Internet*, Utrecht, 1997.
6. Deze beschrijving is vooral gebaseerd op M. van den Boomen, *Internet-ABC voor vrouwen. Een inleiding voor datadames en modemmeiden*, Amsterdam, 1996 (derde druk); en J.T. Bouma, *Internet en Intranet*, Bedum, z.j.
7. Zie voor de in deze paragraaf vermelde gemeenschappelijke kenmerken van de

- nieuwe informatie- en communicatietechnologie (ICT): J.B. Abramson, F.Chr. Arterton en G.R. Orren, *The Electronic Commonwealth. The Impact of New Media Technologies on Democratic Politics*, New York, 1988; P.W. Tops en P. Depla, 'Politieke partijen in het digitale tijdperk: de technologische uitdaging', in: G. Voerman, red., *Politiek zonder partijen? Over de horizon van de partijpolitiek*, Amsterdam, 1994, 91-98; en P. Depla, *Technologie en de vernieuwing van de lokale democratie*, Den Haag, 1995, 184-194.
8. Deze kanttekeningen bij het gebruik van Internet door partijen zijn deels ontleend aan D. Birdsell en D. Muzzio, 'Political uses of the World Wide Web in the 1996 US Presidential Campaign'. Paper presented to the conference 'Images of Politics'. Amsterdam, 23-25 October 1997; en W. Rash, Jr., *Politics on the Nets. Wiring the Political Process*, New York, 1997.
  9. Gegevens ontleend aan onderzoek uitgevoerd door Trendbox, 22 juli 1997.
  10. W. Wu en D. Weaver, 'On-Line Democracy or On-Line Demagoguery? Public Opinion "Polls" on the Internet', in: *Press/Politics*, 2 (1997), 4 (Fall), 82.
  11. Zie ook Depla, *Technologie*, 197.
  12. Zie *de Volkskrant*, 11 december 1996 en 5 april 1997.
  13. *Trouw*, 2 oktober 1997. Op de site van de CD stond oorspronkelijk de tekst 'Grijp in. Stop de waanzin. Stem CD uit zelfverdediging'.
  14. 'RPF op internet', in: *Signaal*, 24 (1998), 3 (mrt.), 14. Zie ook A. de Boer, 'Communicatie via internet', in: *Nieuw Nederland*, 23 (1997), 10 (oktober), 20-21. De landelijke RPF-site en de site van Senioren 2000 kwamen te laat op Internet om nog in dit artikel te worden beschreven.
  15. Onduidelijk is wanneer de CD precies met een site op Internet is gekomen. Overigens was ook de CP'86 betrekkelijk vroeg aanwezig. De extreem-rechtse partijen zagen al snel het voordeel van een site in, ongetwijfeld ook vanwege de moeite die zij hadden om hun politieke standpunten ongeschonden in de traditionele media onder de aandacht te brengen. Zie ook Rash, Jr., *op.cit.*, 175.
  16. Zie *De Banier*, 76 (1997), 10 (15 mei), 13.
  17. Hoofdredacteur C.S.L. Janse van het *Reformatorisch Dagblad* pleitte voor een genuanceerde benadering van Internet: niet volstrekt afwijzen, maar ook niet klakkeloos aanvaarden. Zie C.S.L. Janse, 'Internet', in: *Reformatorisch Dagblad*, 1 mei 1997.
  18. Zie P. Depla en P. Tops, 'Informatie- en communicatietechnologie in de lokale democratie', in: P.J. de Goede, E.H. Hollander en C.W.H.M. van der Linden, *Lokale media en lokaal bestuur. Achtergronden, moeilijkheden en mogelijkheden*, Houten/Diegem, 1996, 132.
  19. Opgave NedStat Statistiek op 8 oktober 1997. Volgens een opgave in *de Volkskrant* van 12 oktober 1996 werd de GroenLinks-site in september 1996 766 maal bezocht.
  20. Telefonisch interview met W. Rubens, webmaster GroenLinks, 9 oktober 1997.

21. Telefonisch interview met R. van Esseveld, 8 april 1998; zie ook W. Peeters en J. de Roos, 'BBS biedt bestuurders schat aan informatie', in: *Lokaal Bestuur*, 18 (1994), 12 (dec.), 14-16; en Depla, *Technologie*, 151.
22. *Pro*, 3 (1994), 1 (feb.), 20.
23. Homepage PvdA-site, 9 april 1997.
24. 'De digitale toekomst verkend', in: *Pro*, 6 (1997), 2 (feb.).
25. *Pro*, 4 (1995), 4 (juni).
26. Zie 'Verklaring naar aanleiding van het vertrek Willem en Kasper Peeters', opgesteld door J. Huige, 30 januari 1998; PvdA-website, 13 februari 1998.
27. Interview met L. Booij door K. Oost, februari 1998.
28. Zie *de Volkskrant*, 12 oktober 1996.
29. Telefonische mededeling R. van Esseveld, 27 april 1998.
30. 'Internet en politiek', in: *Democraat*, 29 (1996), 4 (24 apr.), 18.
31. Zie M. Poelmans, 'Surfen over de snelweg', in: *Democraat*, 29 (1996), 5 (juni), 22.
32. *De Volkskrant*, 12 oktober 1996.
33. 'CDAtel', in: *CD/Actueel*, 12 (1992), 19 (28 nov.), 2; zie ook *idem*, 12 (1992), 16 (3 okt.), 2.
34. Zie 'CDAtel', in: *CD/Actueel*, 12 (1992), 20 (12 dec.), 14.
35. *CDActueel*, 15 (1995), 13 (26 aug.), 6.
36. Interview met J. Jeroense, webmaster CDA, 9 oktober 1997.
37. *CDActueel*, 15 (1995), 17 (28 okt.), 6.
38. Zie voor de CDA-site: P. Depla, 'Nieuwe technieken, nieuwe uitdagingen', in: L. Bolsius e.a., red., *CDA-Jaarboek 1996-1997*, Den Haag, 1996, 83-88, in het bijzonder 84-85. Zie ook 'CDA op Internet', in: *CD/Actueel*, 16 (1996), 3 (17 feb.), 28.
39. Telefonisch interview met J. Jeroense, 9 oktober 1997.
40. 'E-mailadres partijvoorzitter Helgers', in: *CD/Actueel*, 16 (1996), 16 (26 okt.), 28; zie ook 'Partijvoorzitter Helgers direct bereikbaar via E-mail', in: *idem*, 16 (1996), 15 (12 okt.), 18.
41. *De Volkskrant*, 12 oktober 1996; en telefonisch interview met J. Jeroense.
42. Interview J. Jeroense, 9 oktober 1997.
43. Zie *NRC-Handelsblad*, 15 december 1997.
44. Het gaat hier om het aantal 'user sessions' aldus J. Jeroense, telefonisch interview 17 april 1998.
45. Telefonisch interview met H. Beekers, webmaster SP, . Zie ook de uitspraken van zijn collega Y. Haan in: H. Nijenhuis, 'De slag om de surfende kiezer', in: *NRC-Handelsblad*, 28 november 1997.
46. Zie *NRC-Handelsblad*, 28 november 1997; en het persbericht 'Eén jaar www.sp.nl: de bytes kunnen niet op', d.d. 16 november 1997; SP-site, 17 november 1997.

47. Zie 'De VVD op Internet', in: *Vrijheid & Democratie*, nr. 1446, juni/juli 1997.
48. *De Volkskrant*, 12 oktober 1996.
49. Telefonisch interview met L.H.M. Osterholt, webmaster VVD, 1 oktober 1997; zie ook het persbericht 'De VVD op Internet', d.d. 23 mei 1997; VVD-site, 9 april 1998.
50. *Jaarverslag 1997 VVD*, Den Haag, 1998, 24.
51. Persbericht d.d. 30 maart 1998; VVD-verkiezingssite, 9 april 1998.
52. Overigens duurde het 'korte statement' van Bolkestein twintig minuten. Het betrof hier een redevoering die de VVD-leider een dag voor de gemeenteraadsverkiezingen had gehouden; VVD-verkiezingssite, 14 april 1998.
53. VVD-verkiezingssite, 9 april 1998.
54. Aldus het *NRC-Handelsblad*, 18 april 1998.
55. Persbericht 'GPV op Internet', d.d. 8 december 1997; GPV-site, 3 april 1998.
56. Interview met J. Jeroense, 9 oktober 1997; en met R. van Esseveld, oktober 1997.
57. SP-site, maart 1998. Overigens is het de vraag welke binding deze via Internet gewonnen leden zullen hebben met de lokale partijorganisatie. Wellicht verdient het aanbeveling dat partijen de mogelijkheid openen voor een nieuw soort lidmaatschap, analoog aan het 'lokale' lidmaatschap waarmee D66 experimenteert, namelijk het 'digitale' lidmaatschap.
58. Eigen telling op SP-site, begin april 1998.
59. Persbericht 'Eén jaar www.sp.nl: de bytes kunnen niet op', d.d. 16 november 1997; SP-site, 17 november 1997.
60. 'E-alarm! is het cyberspace zusje van de SP-Alarmlijn in de Tweede Kamer'; SP-site, 17 november 1997.
61. 'Brief CD-Voorzitter Janmaat aan Van Baalen', d.d. 7 april 1998; VVD-site, 9 april 1998.
62. Rubriek 'De VVD Interactief'; VVD-verkiezingssite, 9 april 1998.
63. Interview met T. van der Maas, hoofd voorlichting Tweede-Kamerfractie VVD, door K. Oost, februari 1998.
64. Reactie Campagneteam PvdA; PvdA-site, 25 maart 1998.
65. W. Peeters, 'De digitale afdeling als nieuw platform voor gedachtenwisseling', mei 1997; PvdA-site, 8 oktober 1997.
66. 'Democraten discussiëren op Internet', 29 (1996), 6 juli, 18.
67. Verder kunnen onder deze optie ook partijlogo's en 'D66 Wallpaper' worden gedownload, maar deze toepassing is toch niet echt interactief te noemen.
68. Homepage D66-site, 13 februari 1998.
69. Zie ook Depla, *Technologie*, 152-153.
70. 'GroenLinks mailinglist'; GroenLinks-site, 9 april 1998.
71. Telefonische mededeling J. Jeroense, 17 april 1998.
72. Zie Bouma, *op.cit.*, 197: Intranet maakt gebruik van de schermopbouw en

dataoverdracht via de normale Internet-methodes.

73. 'Internet en de D66-campagne', in: *Voor de Draad*, november 1997, 7.

74. Zie *Democraat*, 1997, nr. 4, 18.

75. Depla, *Technologie*, 199.

76. R. Koole, *De opkomst van de moderne kaderpartij. Veranderende partijorganisatie in Nederland 1960-1990*, Utrecht, 1992.