



Barack Obama (rechts) met zijn aanhangers.
(Foto AFP)

'Obama 08' voortaan de norm Slim gebruik van nieuwe media verandert campagnes voorgoed

Gepubliceerd: 21 mei 2008 14:20 | Gewijzigd: 29 mei 2008 15:27

De campagnetechnieken van Barack Obama hebben de regels van het spel voor altijd veranderd. Ook Republikeinen zijn onder de indruk: „Spectaculair.”

Door onze correspondent Tom-Jan Meeus

Washington, 21 mei. [Patrick Ruffini](#) leidde in 2004 de internetoperatie in de campagne van George W. Bush. Destijds werd hij geprezen om de vele kleine donoren – anderhalf miljoen – die hij via het internet wist te werven.

Maar nu Ruffini heeft gezien wat Barack Obama het afgelopen jaar heeft gepresteerd, moet hij beamen dat de Democraat de regels van politieke campagnes voor altijd heeft herschreven: 'Obama 2008' is voortaan de norm. Niet alleen gebruikte de campagne het internet op nooit eerder vertoonde wijze, ook de praktijk van presidentiële politiek zal na deze campagne nooit meer hetzelfde zijn, zegt Ruffini.

Typerend was volgens hem Obama's speech over raciale kwesties in april, na de controverse rond zijn ex-dominee Jeremiah Wright ('*God damn America*'). De toespraak van 37 minuten werd uiteindelijk door meer mensen op YouTube (5 miljoen) bekeken dan op alle kabelzenders in de VS samen. „Spectaculair”, zegt Ruffini. „Een keerpunt in de historie van Amerikaanse presidentscampagnes.”

Bekijk de toespraak over raciale kwesties:

Mede dankzij zijn moderne campagnetechnieken behaalde Obama vannacht – na voorverkiezingen in Kentucky (winst Clinton) en Oregon (winst Obama) – een [meerderheid](#) van de gekozen gedelegeerden die stemrecht hebben op de partijconventie in de zomer. Het betekent dat hij de nominatie alleen nog kan verliezen wanneer een onverwacht groot aantal partijbonzen, de zogenaamde supergedelegeerden, voor Clinton zou kiezen: van de tweehonderd supergedelegeerden die nog geen keuze hebben gemaakt, zou zeker 80 procent Clinton moeten steunen.

Obama's campagne zorgde de laatste maanden al voor verrassende veranderingen in de traditionele media, zegt [Micah Sifry](#) van [TechPresident.com](#), een onpartijdige website die bijhoudt welke nieuwe internettechnieken in deze campagne worden gebruikt. Zo veroorzaakte diezelfde toespraak over ras dat in de VS, voor het eerst in veertig jaar, de trend van steeds kortere *soundbites* werd omgekeerd.

Al sinds eind jaren zestig spreken mediastrategen van *the incredible shrinking soundbite*, vertelt Sifry. Destijds duurde een quote van een kandidaat in het avondnieuws gemiddeld veertig seconden, in 2008 was dat nog tien seconden. Totdat Obama's speech in Philadelphia een hit op het web werd.

„Je ziet nu al dat kabelzenders zich aanpassen: zij zenden toespraken steeds vaker integraal uit.” En 's avonds de herhaling. „Obama laat zien dat mensen honger hebben naar inhoud, en het kabelnieuws past zich onmiddellijk aan”, aldus Sifry.

Sociale netwerken

De meest fundamentele invloed van Obama's campagne zal zijn dat kandidaten in de toekomst niet langer het alleenrecht over de boodschap van hun campagne hebben, zeggen Ruffini en Sifry. Het komt voort uit de miljoenen sociale netwerken die met behulp van Obama's website zijn gevormd: vaak kleine donoren die elkaar via [BarackObama.com](#) leerden kennen en gezamenlijk een project begonnen waarvan het campagnehoofdkwartier niet wist.

Gevolg was dat soms al tientallen activiteiten bestonden voordat Obama's hoofdkwartier mensen naar een staat stuurde. [Mitchell Schwartz](#), baas van Obama's campagne in Californië, zei onlangs in *National Journal* dat er al folders waren gedistribueerd en langs de deuren was gegaan toen hij de leiding van de

campagne nog op zich moest nemen. En de fameuze 'Yes we can'-videoclip van zanger [will.i.am](#) kwam buiten Obama's campagne tot stand en is volgens Sifry nu 14 miljoen keer bekeken op het web, terwijl Obama's eigen site per maand 'slechts' drie miljoen bezoekers trekt.

Bekijk de videoclip Yes we can:

„De sociale netwerken die Obama heeft gecreëerd zijn zo krachtig”, zegt Ruffini, „dat een kandidaat nooit meer met de traditionele topdown benadering een campagne in kan gaan. Dat is voorbij.”

Naast kabeltelevisie moeten alle traditionele media op zoek naar een nieuwe rol. Zij zijn niet langer de enige die hiërarchie in het nieuws aanbrengen, een rol die ze dreigen te verliezen aan weblogs. Zo ontstond de affaire over het verband dat Obama achter gesloten deuren legde tussen armoede en de populariteit van wapens, door een opname die een medewerker van [The Huffington Post](#) maakte, een internetkrant van alleen bloggers. „Slimme verslaggevers hebben een blog, daar ligt de toekomst.”

Een ander fundamenteel gevolg van 'Obama 2008' is dat een president of senator bij zijn herverkiezing niet meer kan leunen op het feit dat hij de functie al bezet. In de VS is dat traditioneel een voordeel: sinds 1980 werden drie van de vier zittende presidenten herkozen. Ruffini legt uit dat Hillary Clinton in een zelfde positie verkeerde toen de campagne begon. Het feit dat Obama haar kon verslaan, leert dat „elke kandidaat voortaan uit het niets kan komen, om met behulp van het web het *establishment* onderuit te halen.”

Vrijwilligers

Door de netwerken op zijn website kan Obama tot november op miljoenen vrijwilligers rekenen. Betrouwbare cijfers over zijn leger vrijwilligers zijn er niet. Zijn campagne heeft wel vrijgegeven dat men tot nu toe anderhalf miljoen kleine donoren via het web heeft geworven; hetzelfde aantal dat Bush in 2004 aan het einde van zijn campagne had.

„Je mag daarom verwachten dat Obama zijn internetdonoren verdubbelt of verdrievoudigt”, zegt Sifry. Nu al laat Obama zijn voorganger John Kerry ver achter zich: in februari 2004 had Kerry 31 miljoen dollar opgehaald, Obama bijna 200 miljoen in februari 2008. En het is een redelijke schatting, zegt Sifry, dat

zoo miljoen in februari 2008. En het is een redelijke schatting, zegt Sifry, dat Obama dit najaar boven de zes miljoen activisten uitkomt – ruim 2 procent van de bevolking: alweer een record.

„Hij heeft letterlijk miljoenen mensen die bereid zijn geld in te zamelen, die hij direct kan benaderen, die met elkaar in contact staan, en die bereid zijn elke dag voor hem te vechten“, zegt Sifry. Zijn rivaal John McCain kan tot nu toe de competitie met Obama – in fondsenwerving, vrijwilligers of sociale netwerken – bij lange na niet aan. „Het verschil is enorm.“

En het leger vrijwilligers zal niet verdwijnen mocht Obama president worden. Met die groep beschikt hij over het vermogen Congresleden die zijn hervormingsagenda dwars zouden zitten, vanaf de basis onder druk te zetten. Het is volgens Sifry zelfs waarschijnlijk dat Obama in Congresdistricten straks meer vrijwilligers heeft dan de Congresleden zelf. „Die kracht heeft een president nog nooit gehad.“

Er staat tegenover dat diezelfde vrijwilligers zich ook tegen hem kunnen keren als ze teleurgesteld zijn over zijn prestaties. „Dus met het uiterst krachtige wapen dat Obama heeft ontwikkeld, kan hij ook weer worden neergehaald als hij zijn beloftes niet waarmaakt.“