



Masterproef Politieke Communicatie

Tweeten Vlaamse politici negatief over elkaar?
Een kwantitatief onderzoek naar negatieve tweets van politici in
Vlaanderen

Paulien Janssen



Promotor: prof. dr. Stefaan Walgrave
Verslaggever: prof. dr. Christ'l De Landtsheer

Master Politieke Communicatie (www.politiekecommunicatie.be)
S0141955
Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen
Academiejaar 2017-2018

Abstract

It is a well-known fact that politicians play it dirty during a campaign. But what happens when there are no elections at stake? This article describes the use of negative tweets by Flemish politicians and attempts to answer how often Flemish politicians tweet negatively. It looks at which politicians send negative tweets and what those tweets are about. Data was collected from 61 Flemish politicians in the period between September 1st, 2017 and December 31st, 2017 and 2.906 tweets were analyzed. This research contributes in three ways. Firstly, no research has been done on negative campaigning in Belgian politics. Secondly, most research focusses on negativity during campaigns while this article analyses a non-election period. Thirdly, Twitter is a relatively new medium that has not been subject to many studies. The analysis shows that Flemish politicians do not send a substantial amount of negative tweets. It also shows that being a member of a certain party is the most important variable whether or not politicians tweet negatively and most negative tweets are about policies of opposing sides.

Keywords *Negative campaigning, Twitter, Belgium, non-election period, negative politics, quantitative content analysis*

Voorwoord

Ik had veel ideeën waarover ik mijn masterproef wilde schrijven. Zoveel dat kiezen verliezen leek. Gelukkig kon mijn promotor, Stefaan Walgrave, uit die warboel de goede elementen destilleren en richting geven aan dit onderzoek. Ik wil dan ook als eerst mijn dank uiten aan professor Walgrave. Bij hem kon ik steeds terecht voor al mijn vragen en tal van twijfels. Zijn sterk advies en kritische blik zorgde ervoor dat ik met veel enthousiasme steeds probeerde mezelf te verbeteren en nog harder werkte om dit resultaat te bekomen. Dankjewel om mij te begeleiden in deze zoektocht en ervoor te zorgen dat ik met trots mijn masterproef kan afgeven.

Als tweede wil ik Willem bedanken om het dubbel codeerwerk op zich te nemen. Ook Celien, mijn zus, verdient een vermelding voor haar hulp bij het verzamelen van de meer dan 10.000 tweets. Bedankt om in jullie vrije tijd bij te dragen tot mijn onderzoek!

Mijn ouders verdienen uiteraard ook een bedankje. Wanneer ik verloren liep in de immense berg tweets waren ze mijn steun en toeverlaat en stonden ze klaar om me wat levenswijsheid bij te brengen. “Kalmte kan u redden”, zeggen ze wel eens. Het geduld en kalmte waarmee ze me doorheen stressmomenten sleepten, zorgden ervoor dat ik nooit de moed helemaal verloor.

Ten slotte wil ik mijn medestudenten, ondertussen vriendinnen, bedanken. Ook bij jullie kon ik altijd terecht met mijn vragen en twijfels. Een ander paar ogen die een blik wierpen op dit onderzoek, hebben ertoe geleid dat ik ook kritischer naar mezelf ging kijken. In het bijzonder wil ik daarom Rin bedanken. Zij heeft mij op de goede weg gezet bij het analyseren van de data. En ik geef toe dat het hielp om te weten dat ik niet alleen aan het afzien was!

Inhoudsopgave

ABSTRACT	I
VOORWOORD	II
INHOUDSOPGAVE	III
LIJST VAN TABELLEN	IV
LIJST VAN FIGUREN	V
1 INLEIDING	1
2 PROBLEEMSTELLING	2
3 LITERATUURSTUDIE	7
3.1 DEFINIËREN NEGATIVITEIT	7
3.2 HOEVEEL NEGATIVITEIT IS ER OP TWITTER?	8
3.3 WELKE VLAAMSE POLITICI TWEETEN NEGATIEF OVER ANDERE POLITIEKE ACTOREN?	11
3.4 WAAROVER TWEETEN VLAAMSE POLITICI NEGATIEF?	13
4 OVERZICHT ONDERZOEKSVRAGEN MET HYPOTHESEN	15
5 METHODOLOGIE, DATAVERZAMELING	16
6 VARIABELEN EN OPERATIONALISERING	22
7 RESULTATEN	30
7.1 HOEVEEL NEGATIVITEIT IS ER OP TWITTER?	30
7.2 WELKE VLAAMSE POLITICI TWEETEN NEGATIEF OVER ANDERE POLITIEKE ACTOREN?	34
7.3 WAAROVER TWEETEN VLAAMSE POLITICI NEGATIEF?	45
8 CONCLUSIE	48
9 DISCUSSIE	51
9.1 LIMITATIES EN TOEKOMSTIGE ONDERZOEK	51
BIBLIOGRAFIE	53

Lijst van tabellen

Tabel 1: Overzicht van de onderzoeksvragen en hypothesen	15
Tabel 2: Naam en functie van de onderzochte politici	18
Tabel 3: Overzicht verstuurde tweets tussen 1 september 2017 en 31 december 2017.....	21
Tabel 4: Aantal politici en tweets per partij in de steekproef	24
Tabel 5: Overzicht van het aantal politici en tweets per functie	25
Tabel 6: Aantal tweets per macrothema	27
Tabel 7: Niveau waar de politicus actief op is.....	28
Tabel 8: Overzicht beschrijvende statistiek	29
Tabel 9: Politieke partij en hun kleur	30
Tabel 10: Gemiddelde negativiteit naar gebruik van tag - independent samples t test	32
Tabel 11: Verband tussen tag en negatieve tweet – logistische regressie	32
Tabel 12: Gemiddelde negativiteit naar nieuwsbericht – independent samples t test.....	33
Tabel 13: Verband nieuwsbericht en negatieve tweet – logistische regressie.....	33
Tabel 14: Gemiddelde negativiteit per tweet bij meerderheid en oppositie – independent samples t test	34
Tabel 15: Vergelijking gemiddelde negativiteit per tweet van de Vlaamse partijen – independent samples t test.....	37
Tabel 16: Aantal negatieve tweets per minister	39
Tabel 17: Gemiddelde negativiteit per tweet naar functie – independent samples t test	39
Tabel 18: Gemiddelde negativiteit per tweet naar geslacht – independent samples t test	40
Tabel 19: Gemiddelde negativiteit per tweet naar niveau – independent samples t test.....	41
Tabel 20: Effect op percentage negatieve tweets per politicus – multivariate regressie	44
Tabel 21: De inhoud van negatieve tweets.....	45
Tabel 22: Meest voorkomende thema's bij negatieve tweets	46

Lijst van figuren

Figuur 1: Het aantal negatieve tweets in de steekproef.....	31
Figuur 2: Overzicht van de politici die het meest gebruik maken van een tag in hun tweets.....	31
Figuur 3: Overzicht van politici die het meest verwijzen naar nieuwsberichten.....	33
Figuur 4: Overzicht van politici met meest verstuurd negatieve tweets.....	35
Figuur 5: Gemiddelde negativiteit per tweet naar partij.....	36
Figuur 6: Aantal politici per functie.....	37
Figuur 7: Aantal negatieve tweets van partijvoorzitters	38
Figuur 8: Aantal negatieve tweets van de fractieleiders	40
Figuur 9: Aantal negatieve tweets verstuurd door vrouwelijke politici	41

1 Inleiding

Groen trekt aan de alarmbel, Theo Francken vergeet zijn andere bevoegdheid. Kostprijs papierwinkel voor bedrijven stijgt weer tot 6,79 miljard euro. Ook Unizo maakt zich zorgen.

Kristof Calvo (Groen), Twitter, 29 maart 2018

Deze tweet stuurde Kristof Calvo op 29 maart 2018 de wereld in en daar bleef het niet bij. Later die dag volgden er nog twee tweets van Calvo over de vergeten portefeuille van staatssecretaris Francken. Hierop volgde er een interview in De Ochtend van Radio 1 waar hij volgend statement maakt:

“Kijk maar naar de laatste 300 tweets van Francken. Eén daarvan gaat over administratieve vereenvoudiging. Dat hij daar bevoegd voor is, is het best bewaarde geheim van de Wetstraat.”

Kristof Calvo, VRTNWS, 29 maart 2018, bron: (VRTNWS, 2018)

Met deze woorden bekritiseerde Kristof Calvo (Groen) staatssecretaris Theo Francken (N-VA) omdat hij te weinig zou tweeten over zijn tweede portefeuille, namelijk administratieve vereenvoudiging. Dit voorbeeld toont dat politici Twitter gebruiken om kritiek te geven op hun politieke tegenstander.

Het feit dat Calvo Twitter gebruikt om kritiek te geven op een politieke tegenstander en daarmee vervolgens ook het radionieuws en de kranten haalt, geeft aan dat Twitter een sociale netwerksite is die binnen de politieke wereld steeds meer ingeburgerd geraakt. Daarnaast concludeert Calvo aan de hand van het aantal verstuurd tweets van Francken dat deze te weinig aandacht geeft aan zijn tweede portefeuille. Hieruit blijkt dat wat politici op Twitter posten aan belang wint en vervolgens ook politiek gebruikt wordt door andere politici.

2 Probleemstelling

Negatieve uitingen van politici zijn niet vreemd tijdens een campagne. Dat noemt men *negative campaigning*. Dit houdt in dat politieke actoren zich gedurende een campagne negatief uitlaten over hun politieke tegenstanders (Walter, 2013). Tijdens de campagne zijn partijen en politici op zoek naar zo veel mogelijk steun en stemmen. Dit door veeleer de zwakke punten van de tegenstander te benoemen dan hun eigen sterke punten of prestaties (Ketelaars, 2018). Geer (2006) omschrijft *negative campaigning* dan ook als een strategie om stemmen te winnen door politieke tegenstanders te bekritisieren. Toch kunnen we stellen dat deze strategie niet enkel gebruikt wordt in een campagne. Onderstaande tweets verstuurd door Pas en Demir zijn een voorbeeld dat negatieve uitspraken over politieke tegenstanders zich niet beperken tot campagnes.

"Als je als nieuw paswoord "regering_Michel" ingeeft dan meldt computer "zwak en onbetrouwbaar" De techniek heeft in deze gelijk" #DeKamer.

Barbara Pas (Vlaams Belang), 11 oktober 2017, Twitter

"Niet polariseren maar verbinden", huilt groen/ecolo dagelijks. En dan dit uit de mouw schudden? Zelig en walgelijk. Steun @FranckenTheo.

Zuhal Demir (N-VA), 20 september 2017, Twitter

Onderzoek naar negatieve campagnes is eerst en vooral waarnemend van aard. Daarnaast is er ook heel wat onderzoek naar de effecten van deze strategie. Het antwoord op de vraag waarom politici zich toeleggen op negatieve uitspraken over hun politieke tegenstanders vindt dan ook zijn antwoord in de gunstige effecten van de strategie. Politici gebruiken deze strategie omdat het leidt tot winnen van stemmen (Elmelund-Præstekær, 2010; Fridkin & Kenney, 2004; Lau, Sigelman, & Rovner, 2007). Zo trekken negatieve advertenties, meer dan positieve, de aandacht van het electoraat. Vervolgens onthouden we negatieve advertenties beter dan positieve (Fridkin & Kenney, 2004). Anderzijds leiden negatieve advertenties tot een verminderde aantrekkelijkheid van een politieke tegenstander. Idealiter leidt deze verminderde aantrekkelijkheid tot meer stemmen voor de eigen persoon of partij (Lau et al., 2007).

Toch is er een risico verbonden aan het voeren van een negatieve campagne (Walter, Van der Brug, & van Praag, 2013). Wanneer een politicus een tegenstander aanvalt met als doel de tegenstander er minder aantrekkelijk laten uitzien, loopt hij hierbij het risico dat de kiezer negatieve gevoelens krijgt tegenover de aanvaller en niet tegenover diegene die aangevallen wordt (Elmelund-Præstekær, 2010; Thorson, Ognianova, Coyle, & Denton, 2000; Walter, 2012; Walter et al., 2013). Onderzoekers spreken hier over het boomerangeffect. Terwijl politici in een tweepartijensysteem enkel rekening moeten houden met het boomerangeffect, moeten partijen in een meerpartijensysteem rekening houden met een bijkomstig risico, namelijk het *potential coalition bargaining costs* (Elmelund-Præstekær, 2010; Walter, 2012; Walter et al., 2013). Wanneer een campagne te agressief of negatief is, is het niet meer mogelijk voor bepaalde partijen om samen een coalitie te vormen en dus samen te regeren (Walter, 2012).

Ondanks dat politici deze strategie gebruiken omwille van hun gewenste effecten, zijn wetenschappers het niet eens met elkaar over de mogelijke effecten van een negatieve campagne.

Het onderzoek hierna kent dan ook geen consensus. Sinds Ansolabehere en collega's (1994) bewijs vonden van het demobiliserende effect van negatieve campagnes, zijn er heel wat onderzoeken die het tegendeel bewijzen (Martin, 2004).

Het eerste doorslaggevende bewijs, gevonden door Ansolabehere en collega's (1994), stelt dat blootstelling aan een negatieve campagne negatieve effecten tot gevolg heeft. Uit hun experiment, en bijhorende inhoudsanalyse van nieuwsberichtgeving over de Amerikaanse senaatcampagnes in 1992, concluderen ze dat negatieve campagnes het electoraat demobiliseert. Dit wil zeggen dat de bevolking zich steeds minder met politiek bezighoudt, anders gezegd de electorale participatie daalt (Ansolabehere et al., 1994). Dit uit zich in een lagere opkomst of minder vertrouwen in politieke instellingen. Daarnaast hielden Thorson en collega's (2000) in 1994, na de senaatverkiezingen, een survey in de Noordelijke staten van Amerika. Uit de survey blijkt dat een negatieve campagne leidt tot meer politiek cynisme. Dit wil zeggen dat men een afkeer krijgt van alles wat met politiek te maken heeft. Daarnaast stellen ze vast dat het vertrouwen van de burger in de overheid daalt (Thorson et al., 2000).

Djupe en Peterson (2002) nuanceren de idee dat negatieve campagnes demobiliseren door aan te geven dat de electorale context meespeelt. Uit hun onderzoek naar de voorverkiezingen van de Amerikaanse senaatverkiezingen in 1998 blijkt dat een voorverkiezing niet gelijk is aan een presidentsverkiezing of eender welke andere verkiezing. Zo hebben voorverkiezingen baat bij een negatieve campagne omdat negativiteit in dit geval aandacht vestigt op een anders vergeten campagne. Al concluderen ze niet dat negatieve campagnes alleen maar voordelen hebben. Ook onderzoek in Turkije is eerder voorzichtig (Toros, 2017). Aan de hand van een survey blijkt dat vertrouwen in politiek daalt bij blootstelling aan een negatieve advertentie. Toch concludeert het onderzoek dat, afhankelijk van bepaalde verwachtingen die de kiezer heeft van een regerings- of oppositiepartij, een negatieve campagne eerder een positief effect heeft (Toros, 2017). Ook Goldstein en Freedman (2002) zijn eerder voorzichtig met het afzweren van negatieve gevolgen. Aan de hand van een analyse naar advertenties gebruikt bij de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 1996 vinden ze dat het net zo zeer mogelijk is om kiezers te mobiliseren dan te demobiliseren met negatieve advertenties. Een meta-analyse van het effectenonderzoek concludeert ook deze tweestrijd (Lau et al., 2007). De systematische inhoudsanalyse van de Amerikaanse presidentscampagnes tussen 1960 en 1992 geeft aan dat negatieve campagnes geen invloed hebben op de algemene verkiezingsopkomst of individuele zelfrapportering om te gaan stemmen (Finkel & Geer, 1998).

Echter tien jaren later is Geer (2006) ervan overtuigd dat negatieve campagnes wel degelijk positieve gevolgen hebben. Hij onderzocht de televisieadvertenties voor alle Amerikaanse presidentsverkiezingen tussen 1960 en 2000. Volgens zijn onderzoek heeft een gezonde democratie net negativiteit nodig. Hij redeneert dat negativiteit het debat versterkt omdat het argumenten van beide kanten blootstelt bij het electoraat (Geer, 2006). Wanneer politici enkel de positieve dingen benoemen, is het debat niet volledig omdat de burger niet alle informatie krijgt. Daarnaast stelt Geer (2006) dat een negatieve campagne ervoor zorgt dat de informatie die de kiezer bekomt veel rijker is. Zo is negatieve informatie veel meer georiënteerd op het beleid en meer gebaseerd op feiten dan positieve informatie. Carraro en collega's (2010) volgen zijn redenering en besluiten dat negatieve campagnes twee gevolgen hebben, die duidelijk empirisch ondersteund worden. Namelijk dat men

negatieve advertenties beter onthoudt dan positieve advertenties en dat ze ervoor zorgen dat we meer kennis hebben over een kandidaat.

Negatieve campagnes kunnen sterk verschillen naargelang het politieke systeem of land waarin de campagne plaatsvindt (Walter et al., 2013). Ondanks dat er geacht werd dat het fenomeen typisch voorkomt in tweepartijssystemen, beperkt het onderzoek zich daar niet toe. Wel situeert het eerste onderzoek zich in de Verenigde Staten van Amerika, een tweepartijensysteem. Europa volgde pas later aangezien heel wat Europese landen een meerpartijensysteem hanteren (Elmelund-Præstekær, 2010; Elmelund-Præstekær, 2008; Hansen & Pedersen, 2008; Walter, 2007, 2013; Walter et al., 2013; Walter & Vliegenthart, 2010). Ondertussen is het gebruik van negatieve campagnes in heel wat Europese landen in kaart gebracht. Zo werd Nederland (Walter, 2007; Walter et al., 2013; Walter & Vliegenthart, 2010), Duitsland (Walter et al., 2013; Walter & Vliegenthart, 2010), Engeland (Sanders & Norris, 2005; Walter et al., 2013; Walter & Vliegenthart, 2010), Denemarken (Elmelund-Præstekær, 2010; Elmelund-Præstekær, 2008; Hansen & Pedersen, 2008) en zelf Turkije (Toros, 2017) bestudeerd. In Vlaanderen bestudeerde Ketelaars (2018) negativiteit op het niveau van de individuele politicus aan de hand van een survey. Hiermee onderzocht ze welke politici, ongeacht de partij, bereid zijn negatief te spreken over anderen (Ketelaars, 2018). Aan de hand van haar onderzoek concludeert ze dat negativiteit bepaald wordt door de specifieke politicus die is verkozen. Het is dus niet alleen hun verkregen positie maar vooral ook hun voorkeuren en persoonlijke karakteristieken die bepalen of ze negatief zijn over hun tegenstanders of niet. Dusver is er in Vlaanderen geen enkel onderzoek dat aan de hand van een inhoudsanalyse vaststelt hoeveel negativiteit er is. Dit onderzoek tracht deze leemte op te vullen door een kwantitatief beeld te schetsen over Vlaamse politici die andere politici aanvallen op Twitter.

Daarnaast is ook het medium bepalend voor een negatieve campagne. Onderzoekers hebben daarom heel wat verschillende communicatiekanalen bestudeerd. Ze analyseren het meest de zendtijd op televisie die politieke partijen krijgen tijdens de campagne (Sanders & Norris, 2005; Van Heerde-Hudson, 2011; Walter, 2012, 2013; Walter et al., 2013; Walter & van der Brug, 2013). Verder bekijken ze nieuwsberichtgeving over campagnes (Ansolabehere et al., 1994; Lau & Pomper, 2001b) alsook lijsttrekkersdebatten op televisie (Walter, 2007). Daarnaast bekijken de onderzoekers politieke advertenties in kranten of op televisie (Geer, 2006). Tevens is er heel wat onderzoek dat meerdere communicatiekanalen combineert om negativiteit te bestuderen (Hansen & Pedersen, 2008; Walter & Vliegenthart, 2010). Met de opkomst van onlinecommunicatiemiddelen verschuift het onderzoek zich ook naar het internet, naar de zogenaamd *e-campaigning formats* zoals websites (Klotz, 1997; Souley & Wicks, 2005; Wicks & Souley, 2003), blogs (Trammell, Williams, Postelnicu, & Landreville, 2006), e-mail en online advertenties. Recent bestuderen onderzoekers ook het gebruik van Twitter tijdens een campagne (Evans & Clark, 2015; Evans, Cordova, & Sipole, 2014; Small, 2017). Het onderzoek van Small (2017) bekijkt of negativiteit zich ook online verplaatst want internet en sociale media zijn belangrijke kanalen geworden om campagne te voeren. Dit onderzoek is het eerste onderzoek dat Twitter bestudeerde als medium waar een negatieve campagne kan plaats vinden.

Naast het onderzoek van Ketelaars (2018), kijken al de bovenvermelde onderzoeken naar negativiteit tijdens een verkiezingscampagne. Zoals de voorbeeldtweets van Pas en Demir eerder al aangaven, beperken negatieve uitspraken over tegenstanders zich echter niet tot de periode net voor de verkiezing. Door het proces van mediatisering zijn politici in permante campagnevoering terecht

gekomen (Strömbäck, 2008). Dit wil zeggen dat partijen en politici steeds op zoek zijn naar manieren om het electoraat aan zich te binden en hun steun te behouden. Ook tijdens routine politieke periodes, zijn aanvallen op de tegenstander nooit veraf. Zo heeft een negatieve uitspraak over een tegenstander tijdens een campagne als in een periode waar politici geen campagnevoeren hetzelfde doel, namelijk de tegenstander er minder aantrekkelijk te laten uitzien.

De manier waarop politici elkaar toespreken, houdt niet alleen de bevolking en de media maar ook de politici zelf bezig. Af en toe is er ophef over de manier waarop ze met elkaar omgaan, zo ook in juni 2017. Gwendolyn Rutten was verontwaardigd over het taalgebruik van sp.a voorzitter John Crombez die Open VLD beschreef als 'laffe boeren'. Rutten is van mening dat politiek beschaafd moet blijven, iets waar Crombez zich op dat moment niet aan hield volgens Rutten (De Standaard, 2017). Is dergelijk taalgebruik tegenover een politieke tegenstander een vaak voorkomend fenomeen in Vlaanderen? Of blijft het eerder beperkt?

We kunnen stellen dat dit onderzoek op drie manieren bijdraagt aan het wetenschappelijk onderzoek. Eerst en vooral door de periode die we onderzoeken. Ten tweede door de focus op Vlaanderen. Ten derde door het medium dat we bekijken.

Allereerst wil dit onderzoek de literatuur verbreden door een periode te onderzoeken waarin partijen en politici geen campagnevoeren. De bestaande literatuur geeft ons heel wat inzicht en kennis in de manier waarop politici negatief spreken over elkaar. Toch is het een tekort dat dit onderzoek enkel kijkt naar campagnes. Ongeacht dat de campagnes belangrijk zijn voor politici, vindt er ook heel wat communicatie plaats buiten de campagne.

Ten tweede situeert dit onderzoek situeert zich in Vlaanderen. Dankzij Annemarie Walter (Walter, 2007, 2012, 2013; Walter & van der Brug, 2013; Walter & Vliegthart, 2010) is er een uitgebreid beeld van negatieve campagnes in zowel Nederland, Duitsland en Groot-Brittannië. Echter mist er informatie over politici die elkaar aanvallen in Vlaanderen. Dit onderzoek tracht hierover meer duidelijkheid te geven.

Tenslotte kijkt dit onderzoek kijkt naar een specifiek medium, namelijk Twitter. Zoals ik eerder aangaf, is Twitter pas recent onderwerp geworden van het onderzoek naar negatieve campagnes. Daarnaast is Twitter een sociale netwerksite waarvan politieke partijen en politici gebruik maken om in interactie te gaan met hun aanhangers en het brede publiek (Gibson, Lusoli, & Ward, 2008). Een onderzoek naar het Oostenrijkse Twittergebruik geeft aan dat Twitter de mogelijkheid geeft aan politici om de relatie met hun stakeholders te onderhouden en op te bouwen (Ausserhofer & Maireder, 2013). Volgens onderzoek van Small (2011), dat het Twittergebruik in Canada bestudeert, gebruiken politici Twitter om de bevolking op de hoogte te houden van politieke evenementen. Daarnaast is Twitter geliefd onder politici om hun meningen over allerlei onderwerpen te delen (Small, 2011).

Wanneer we de partijvoorzitters, Vlaamse ministers, fractieleiders in het Vlaams parlement, Vlaamse parlementsleden, federale ministers, fractieleiders van Vlaamse partijen in het federale parlement en Nederlandstalige federale parlementsleden in beschouwing nemen, blijkt dat van de 234 genoemde politici er 14 zijn zonder Twitter. Oftewel 94 procent van de Vlaamse politici, op het Vlaamse en federale niveau, heeft Twitter.

Doordat dit onderzoek een recente periode bekijkt, krijgen we een duidelijk beeld welke Vlaamse politici, die momenteel een mandaat hebben, negatieve tweets versturen over hun politieke tegenstanders. Dit maakt het onderzoek sterk actueel. Daarnaast is het relevant dit fenomeen te bestuderen in Vlaanderen omdat negativiteit een zekere paradox met zich mee brengt. Ondanks dat de bevolking beweert dergelijke campagnes te verafschuwen, is het een strategie die werkt omdat we er meer aandacht aan schenken (The New Yorker, 2016).

Dit onderzoek zal zich baseren op de literatuur over negatieve campagnes om een periode buitende de politieke campagne te bestuderen. We maken deze assumptie omdat een aanval op de tegenstander zowel tijdens de campagne als daarbuiten hetzelfde doel heeft, namelijk de tegenstander er minder aantrekkelijk te laten uitzien. Zo komen we tot volgende onderzoeksvragen die we aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse zullen trachten te beantwoorden: *Hoeveel negativiteit is er op Twitter? Welke Vlaamse politici tweeten negatief over andere politieke actoren? Waarover tweeten Vlaamse politici negatief?*

3 Literatuurstudie

3.1 Definiëren negativiteit

Doorheen de literatuur is er gebrek aan consensus over de definitie van een negatieve campagne doordat onderzoekers het fenomeen sterk verschillend benaderen (Walter, 2007). Dit leidt tot variërende resultaten en moeilijk te vergelijken onderzoek. Het is dan ook belangrijk om na te gaan wat de gebruikte definitie is vooraleer we de cijfers interpreteren en vergelijken. We kunnen meerdere definities onderscheiden.

De eerste benadering is een evaluatieve benadering. Hieruit volgt een evaluatieve definitie die een negatieve campagne omschrijft als een campagne waarin politici kritiek geven op hun tegenstander, waarbij die kritiek oneerlijk, onoprecht, illegitiem, irrelevant of manipulatief is (Walter & Vliegthart, 2010).

De tweede benadering is de directionele benadering. Hieruit volgt een directionele definitie die een negatieve campagne omschrijft als een campagne waarin politici kritiek geven op hun politieke tegenstander (Lau & Pomper, 2001a; Walter & Vliegthart, 2010). In dit onderzoek maken we gebruik van een directionele definitie, net zoals Geer (2006): *My definition of negativity seeks to avoid some of these problems. It is simple and straightforward: negativity is any criticism leveled by one candidate against another during a campaign. Under this definition, there is no gray area. An appeal in a campaign either raises doubts about the opposition (i.e., negative) or states why the candidate is worthy of your vote (i.e., positive). There is no middle category (p. 73).*

De evaluatieve definitie is het meest restrictief van bovengenoemde definities. Onderzoekers die dergelijke definiëring gebruiken, maken bij elke kritiek een beoordeling of de kritiek oneerlijk, illegitiem of irrelevant is. Zo ja, dan wordt dit aanschouwd als een negatief uitspraak. De directionele definitie daarentegen ziet elke kritiek, ongeacht of deze oneerlijk, illegitiem of irrelevant is, als een negatieve uitspraak. De meeste onderzoekers hanteren de directionele definitie omdat dit eenvoudiger te operationaliseren is. Daarnaast heeft, volgens de directionele definitie, een negatieve campagne ook een tegenhanger, namelijk een positieve campagne en deze heeft als doel om zichzelf zo aantrekkelijk mogelijk voor te stellen (Walter & Vliegthart, 2010).

Daarnaast onderscheiden Lau en Pomper (2001b) nog een andere definitie van een negatieve campagne: *We use a simple definition of negative campaigning. It only means talking about the opponent - the (deficient) nature of his or her programs, accomplishments, qualifications, associates, and so on (Lau & Pomper, 2001b, p. 73).* De definitie de Lau en Pomper hanteren, is dus het minst restrictief.

Bovenstaande definities worden gebruikt om tal van verschillende media te onderzoeken waaronder zendtijd die politieke partijen krijgen, politieke advertenties, krantenartikelen, brieven aan de redacties en debatten op televisie. We kunnen de definities ook gebruiken om te onderzoeken of politici negatieve tweets versturen over andere politieke actoren. Daarnaast heeft een negatieve tweet net zoals een negatieve advertentie of een negatieve uitspraak tijdens een debat ook het doel de tegenstander er minder aantrekkelijk te laten uitzien. Ik leid de definitie van een negatieve tweet

dan ook af uit de directionele definities in de literatuur over negatieve campagnes en pas ze toe op de twittercontext.

Walter (Walter, 2007, 2013; Walter & van der Brug, 2013; Walter & Vliegenthart, 2010) gebruikt in haar onderzoeken een duidelijke definitie: *Negative campaigning is defined as all criticism directed at the opposing political party or candidate, regardless of the kind of criticism or accuracy* (Walter, 2013, p. 44; Walter & Vliegenthart, 2010, p. 443). Sander en Norris (2005) gebruiken een strikt afgebakende definitie: *Attack implies "going negative." It involves, inter alia, criticising the record of the opposing party or parties; questioning the judgement, experience and probity of opposing leaders; and generating fear about what the future might hold if the opposing party or parties were in power* (Sanders & Norris, 2005, p. 526). Geer (2006) houdt het daarnaast op een zeer korte definitie: *Negativity is any criticism leveled by one candidate against another during a campaign* (Geer, 2006, p. 73). Deze drie directionele definities kennen eenzelfde operationalisering die wij zullen hanteren als definitie. Een negatieve tweet is elke tweet die een reden aangeeft om niet voor een bepaalde politicus of partij te stemmen. Een positieve tweet daarentegen is elke tweet die een reden geeft wel voor een politicus of partij te stemmen. Deze definities zijn daarnaast ook gebaseerd op de definities die Small (2017) gebruikt in haar onderzoek. Zij stelt dat een negatieve tweet een tweet is waarin het beleid en of de leider van een andere partij in een slecht daglicht wordt geplaatst. Een positieve tweet is een tweet die de partij, de leider en het beleid promoot.

3.2 Hoeveel negativiteit is er op Twitter?

Het waarnemend onderzoek naar negatieve campagnes ontwikkelde zich in verschillende stappen. Eerst bestudeerden onderzoekers Amerikaanse campagnes. Vervolgens kregen Europese landen meer aandacht en tot slot verschuift het onderzoek zich naar online communicatiekanalen.

Eerst bekijken we hoe negatief de Amerikaanse campagnes zijn. Volgens Lau en Pomper (2001b) variëren de Amerikaanse senaatcampagnes tussen 1988 en 1998 in negativiteit tussen 32,5 procent in 1990 en een maximum van 41,9 procent in 1994. Dit onderzoek bekijkt 190 verkiezingscampagnes en daaruit blijkt dat gemiddeld 37 procent van alle boodschappen negatief zijn. Lau en Pomper (2001b, p. 73) hanteren als definitie *spreken over een tegenstander*. Dit is een eerder brede opvatting. Logischerwijs verwachten we dan ook een hoger percentage negativiteit dan bij een onderzoek dat gebruikt maakt van een minder brede definitie. Geer (2006) daarentegen maakt gebruik van een directionele en dus meer restrictieve definitie, namelijk alle kritiek over een tegenstander. Hij geeft aan dat tussen 1960 en 2000 32 procent van alle boodschappen in Amerikaanse televisieadvertenties negatief zijn.

Ten tweede kijken we naar enkele onderzoeken in Europese landen. Walter en van der Brug (2013) onderzoeken negativiteit in de campagnes van alle verkiezingen in Nederland tussen 1982 en 2010 aan de hand van zendtijd die politieke partijen krijgen. Ze maken gebruik van de directionele definitie, wat wil zeggen dat ze een negatieve campagne definiëren als elke kritiek gericht op een politieke tegenstander, ongeacht of de kritiek accuraat is of niet (Walter & van der Brug, 2013). Aan de hand van deze definitie geven ze aan dat in de onderzochte periode de negativiteit varieert tussen 21,2 procent en 41 procent. Waarbij de verkiezingscampagne van 1994 het meest negatief was. De meest recente campagne die ze onderzochten, die uit 2009, kent maar 21,9 procent negatieve boodschappen. Onderzoek naar Europese verkiezingen in Denemarken in 2004 trachtte daarentegen

negativiteit in televisieoptredens en brieven aan redacties te achterhalen (Elmelund-Præstekær, 2008). Deze studie maakt gebruik van een evaluatieve definitie, waarbij het spreken over de andere wordt gezien als een negatieve campagne. Het onderzoek geeft aan dat de helft van de 1.025 onderzochte brieven negatieve zinnen bevat (Elmelund-Præstekær, 2008). Daarnaast is 14 procent van alle televisietijd negatief.

Bovenstaande onderzoeken bestuderen traditionele media waarmee politici campagne voerden, denk maar aan televisie en krantenberichtgeving. De opkomst van het internet brengt een verschuiving van politieke campagnes met zich mee (Trammell et al., 2006). Een van de eerste studies naar het gebruik van online negatieve advertenties door politici analyseert campagnewebsites van kandidaten tijdens de senaatverkiezingen in 1996 (Klotz, 1997). Daaruit bleek dat één op drie kandidaten een politieke tegenstander vernoemde met de intentie hem of haar in een slecht daglicht te plaatsen (Klotz, 1997). Wicks en Souley (2003) deden een gelijkaardig onderzoek naar negativiteit op de websites van George W. Bush en Al Gore tijdens de presidentsverkiezingen van 2000. De onderzoekers analyseerden de nieuwsberichten op de websites van beiden kandidaten. Uit hun onderzoek blijkt dat er in 72 procent van de nieuwsberichten op Bushes website minstens één aanval op de tegenstander stond, bij Al Gore bedroeg het 71 procent.

Vier jaar later analyseren ze de campagnewebsites van George W. Bush en John Kerry tijdens de presidentsverkiezingen van 2004. Tijdens die campagne bevatte 78 procent van de nieuwsberichten op de website van Bush een aanval (Souley & Wicks, 2005). John Kerry had 84 procent nieuwsberichten waarin een aanval voor kwam. Ook Schweitzer (2008) bekijkt nieuwsberichten op de websites van de vijf partijen die deel uitmaken van het Duitse parlement. Hieruit blijkt dat er online meer kritiek wordt gegeven op anderen (56,8%), meer dan dat de politici zichzelf promoten online (43,2%). Ook dit onderzoek geeft aan dat niet alle verkiezingen even negatief zijn. Zo was de nationale verkiezing in Duitsland het meest negatief, maar ging het bij geen enkele verkiezing hoger dan 45 procent. Onderzoek naar het gebruik van blogs tijdens de democratische voorverkiezingen in 2004 geeft aan dat er in dergelijke blogs 40,2 procent negatieve uitspraken voorkwamen (Trammell et al., 2006). Blogs zijn websites die meer interactiviteit toelaten. Druckman, Kifer en Parkin (2010) bestuderen negativiteit op websites van meer dan 700 kandidaten tijdens de verkiezingen van 2002, 2004 en 2006. Daarnaast vergelijken ze dit met data over televisieadvertenties. Uit hun onderzoek blijkt dat 48 procent van de kandidaten online negatieve uitspraken doet en 55 procent van de kandidaten maakt gebruik van negatieve televisieadvertenties (Druckman et al., 2010). Het onderzoek concludeert dan ook dat onlineadvertenties en televisieadvertenties gelijkend zijn in negativiteit. Meer recent onderzoek bekijkt negativiteit op Twitter (Momoc, 2012; Moody, Cohen, & Fournon, 2013; Small, 2017).

Twitter, opgericht in 2006, is een sociale netwerksite waarbij gebruikers updates delen met hun netwerk van volgers (Larsson & Moe, 2012). Deze updates noemt men tweets en bevatten maximum 280 tekens. Het medium Twitter wordt gekenmerkt door volledige controle voor de gebruiker, in dit geval de politicus. Hierdoor valt de functie van gatekeeper weg (Moody et al., 2013). De politicus kan dus zonder tussenkomst van derden zijn mening over andere politici delen met al zijn volgers op Twitter. Daarnaast trekken ze door het versturen van negatieve tweets de aandacht van journalisten en hebben ze meer kans op aandacht in massamedia zoals kranten of het televisiejournaal (Hansen & Pedersen, 2008). Broersma en Graham (2013) onderzochten Twitter als nieuwsbron in Groot-

Brittannië en Nederland en bevestigen dat Nederlandse journalisten tweets van politici gebruiken in krantenartikelen.

Recent onderzoek kijkt naar Twitter. De eerste studies zijn eerder exploratief en proberen een beeld te schetsen van het gebruik van de sociale netwerksite tijdens campagnes. Momoc (2012) bestudeert het gebruik van Twitter tijdens de Roemeense presidentsverkiezingen in November 2009. Hij hanteert een kwalitatieve inhoudsanalyse om de tweets van 12 kandidaten te bestuderen en concludeert daaruit dat Twitter gebruikt wordt om in de traditionele media te komen. Ook blijkt dat alle kandidaten meer positieve dan negatieve tweets verstuurden. De onderzoeker spreekt over meer dan een kwart negatieve tweets. Moody, Cohen en Fournon (2013) bestuderen aan de hand van een inhoudsanalyse de tweets van vier Republikeinse kandidaten bij de Amerikaanse voorverkiezingen in 2011-2012. Daarbij concluderen ze dat negativiteit meer voorkomt bij diegene die voorop staan in de peiling en stellen daarbij ongeveer 15 procent negatieve tweets vast.

Het onderzoek van Small (2017) is daarnaast het eerste onderzoek dat op een kwantitatieve en grondige manier Twitter bekijkt als een campagnemedium waar negativiteit op kan voorkomen. Aan de hand van een inhoudsanalyse tracht de auteur te bepalen of negativiteit in Canada zich ook naar onlineplatformen verplaatst. In dit onderzoek bestudeert ze of negativiteit, die in andere media wordt gevonden, ook terug te vinden is op Twitter. Ze analyseert 974 tweets van Canadese partijvoorzitters tijdens twee campagnes in 2011. De auteur concludeert dat Canadese partijvoorzitters weinig negatieve tweets versturen aangezien minder dan 10 procent van de tweets negatief is. Aan de hand van haar literatuuroverzicht had ze veel meer negatieve tweets verwacht. Ze verklaart dit aan de hand van de *innovation hypothesis*. Dit wijst op de verwachting dat er online minder negativiteit zou zijn dan op televisie of de radio. De innovatie hypothese verwacht dat specifieke kenmerken van informatie- en communicatietechnologie (ICT) zoals hypertextualiteit, interactiviteit, multimedia en informatiecapaciteit bijdragen tot een fundamentele verandering in de manier waarop politiek gepresenteerd wordt aan het publiek (Schweitzer, 2008, p. 450). Daarentegen is er ook een *normalization hypothesis*. Deze stelt dat online campagnes niet leiden tot een revolutie maar eerder tot een bekrachtiging van de typische offline patronen die we terugvinden bij politieke communicatie. Dat leidt tot een "politics as usual" stijl (Schweitzer, 2008, p. 450).

Dat Small meer negativiteit verwachtte, kunnen we verklaren doordat er significante verschillen zijn in negativiteit tussen verschillende media. Dat blijkt uit onderzoek naar verschillende media in Nederland (Walter & Vliegthart, 2010). Televisiezendtijd die partijen krijgen, bevatten het minst negatieve uitspraken (33%). Nochtans hebben partijen hier volledige controle over. Daarentegen hebben partijen het minst controle over krantenartikelen die in 31,1 procent van de gevallen negatief zijn. Het meest negatief zijn de televisiedebatten in Nederland één maand voor de verkiezingen in 2006 met 47,2 procent negativiteit (Walter & Vliegthart, 2010). Ook onderzoek dat negativiteit in verkiezingscampagnes vergelijkt tussen Nederland, Duitsland, Groot-Brittannië en Amerika, geeft aan dat het aantal negatieve uitspraken hoger is in debatten dan in zendtijd die politieke partijen krijgen (Walter, 2013). Dit onderzoek maakt gebruik van de directionele definitie. Negativiteit in de verkiezingscampagnes van de parlementsverkiezingen in Nederland in 2002, 2003 en 2006 bevestigen deze resultaten eveneens (Walter, 2007). Ook bekijkt het of er een stijging is in negativiteit maar we kunnen hieruit afleiden dat bij alle drie de campagnes de negativiteit hoger ligt bij de debatten, met respectievelijk 19,5 procent, 30,3 procent en 47,2 procent, dan bij de zendtijd die de partijen krijgen

(respectievelijk 18,2%, 12,1% en 33%). Wanneer we online platformen zoals websites vergelijken, vinden ze gelijkaardige percentage negativiteit terug. Het onderzoek naar Twitter van Small (2017) vindt echter maar 8,8 procent negativiteit.

De hoeveelheid negativiteit die we terugvinden op diverse media worden beïnvloed door twee factoren, namelijk de gebruikte definitie en het onderzochte medium (Walter & Vliegthart, 2010). Twitter is een medium waar politici en partijen volledige controle over hebben en wat interactie met andere gebruikers toelaat (Larsson & Moe, 2012). Volgens het onderzoek van Walter en Vliegthart (2010) is de mate van controle minder bepalend voor de mate van negativiteit maar zorgt interactie met andere politici net voor meer negativiteit. Interactie lijkt aldus aanleiding te geven tot meer negativiteit. Op Twitter kan een gebruiker in interactie gaan door gebruik te maken van het @-teken waardoor tweets van de ene gebruiker gelinkt worden aan een andere gebruiker. Hierdoor krijgt de andere gebruiker een melding en kan daarop inspelen. Deze vorm van interactie noemen we *taggen*. Hieruit leiden we de eerste hypothese af:

H1: Tweets waarin de zender de politieke actor tagt, zijn vaker negatief dan tweets waarin de zender dit niet doet.

In België en Vlaanderen geldt een systeem van evenredige vertegenwoordiging wat leidt tot de vorming van coalitieregeringen. In systemen waar politici coalitieregeringen moeten vormen, lopen ze niet enkel risico op het boomerangeffect maar ook het risico dat een negatieve campagne het vormen van een coalitie niet meer mogelijk maakt (Walter, 2012). Ondanks dat coalitievorming plaatsvindt na verkiezingen en dit onderzoek kijkt een periode buiten de politieke campagne, blijft dit toch iets wat politici in hun achterhoofd moeten houden. De eerste onderzoeksvraag wil een antwoord geven op de hoeveelheid negatieve tweets die Vlaamse politici versturen.

3.3 Welke Vlaamse politici tweeten negatief over andere politieke actoren?

Een van de meest gevonden resultaten is dat oppositiepartijen meer kans hebben een negatieve campagne te voeren dan regeringspartijen. Zo blijkt ook uit een onderzoek naar alle Amerikaanse senaatverkiezingen tussen 1988 en 1998 (Lau & Pomper, 2001b). Dit resultaat werd ook gevonden in verschillende Europese landen. Onderzoek in Denemarken naar negativiteit in advertenties en partijmanifesten bevestigt eveneens het fundamentele verschil tussen oppositiepartijen en regeringspartijen in het gebruik van een negatieve campagnetoon (Elmelund-Præstekær, 2010). Toch is er een belangrijk verschil. In Amerika is er maar één regeringspartij en één oppositiepartij. In vele Europese landen zijn er meerdere partijen die samen de regering en meerdere partijen die samen de oppositie vormen. Desondanks bevestigt onderzoek dat ook in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk de oppositiepartijen meer kans hebben om een negatieve campagne te voeren (Walter et al., 2013). Walter en collega's (2013) verklaren dit als volgt. Regeringspartijen hebben een voordeel tegenover de oppositiepartijen. Regeringspartijen kunnen zichzelf promoten via hun positie die ze innemen en het mandaat dat ze hebben verkregen. Oppositiepartijen daarentegen moeten steeds overtuigen waarom zij de regering zouden moeten vormen en niet de huidige partijen. Daarnaast hebben oppositiepartijen minder te verliezen en meer te winnen bij het gebruik van een negatieve strategie. Deze verklaringen zijn ook van toepassing in alledaagse politiek. Zo kunnen de regeringspartijen op Twitter de burger blijf geven van het beleid dat ze voeren, terwijl oppositiepartijen dit niet kunnen en de burger ervan proberen te overtuigen dat hun beleid beter zou

zijn. Onderzoek naar Twittergebruik tijdens de Canadese verkiezingen bevestigt de idee dat leden van de oppositie meer negatieve tweets sturen. Ook op hun websites zijn leden van de oppositie negatiever dan leden van de meerderheid (71% in vergelijking met 29%). Hieruit volgt de tweede hypothese:

H2: Politici die lid zijn van een oppositiepartij sturen meer negatieve tweets dan politici die lid zijn van een meerderheidspartij.

Naast onderscheid tussen regerings- en oppositiepartijen vinden onderzoekers ook een verschil naar gelang politieke ideologie. Amerikaanse resultaten geven aan dat Republikeinse politici negatiever zijn dan politici behorende tot de democratische partij (Lau & Pomper, 2001b). Zoals Elmelund-Praestekaer (2010) aangeeft, kunnen we dit niet zomaar doortrekken naar andere landen. Toch kunnen we verwachten dat de politieke ideologie van een partij een rol speelt bij het gebruik van negativiteit zowel in campagnes als op Twitter buiten de campagneperiode. Onderzoek naar negativiteit in de zendtijd op televisie die politieke partijen krijgen in Nederland en Duitsland geeft aan dat hoe verder de partij zich bevindt van het centrum, hoe meer kans op negativiteit (Walter et al., 2013). Ook ander onderzoek van Walter (2007) kijkt naar negativiteit op partijniveau. Tijdens de Nederlandse parlementsverkiezingen van 2002 kwam een derde van alle negatieve boodschappen van VVD, de partij van Fortuyn (Walter, 2007). De ChristenUnie had geen enkele negatieve uitspraak gedurende de verkiezingscampagne van 2002, net zoals tijdens de campagne van 2003. In 2003 daarentegen werd de campagne van de Socialistische Partij gekenmerkt door het grootste aantal negatieve uitspraken. In de verkiezingscampagne van 2006 kende de PvdA het grootste aantal negatieve uitspraken en deed de ChristenUnie wel mee aan de negatieve campagne. Walter (2007) concludeert dat de tactiek niet uitsluitend voorbehouden is voor een bepaalde partij, alle Nederlandse partijen maakten er gebruik van. Wel is het zo dat sommige partijen meer dan andere deze tactiek hanteren. Onderzoek in Denemarken sluit hierbij aan. Hoe extremer een partij is, hoe meer die partij het oneens is met andere partijen en hoe meer negatief die partij is over anderen (Elmelund-Præstekær, 2010). We verwachten dat ideologie ook een verschil zal maken op Twitter. Hieruit volgt de derde hypothesen:

H3: Politici die lid zijn van een partij aan het uiterste van het ideologische spectrum sturen meer negatieve tweets dan politici die lid zijn van een partij in het centrum van het ideologische spectrum.

Weinig onderzoek kijkt naar de functie die een politicus uitvoert om negativiteit te bepalen. Toch is dit belangrijk omdat bepaalde functies ook verwachtingen met zich mee brengen (Dolezal, Ennsner-Jedenastik, & Müller, 2015). Dolezal en collega's (2015) bekijken of Oostenrijkse politici met een hoge functie geneigd zijn minder negatief te spreken tijdens een verkiezingscampagne. Ze bekijken dit aan de hand van persberichten. Uit hun onderzoek blijkt dat de regeringsleider zelden gebruik maakt van negativiteit, net zoals partijvoorzitters. Ze gaan uit van een werkverdeling waarbij de minder hooggeplaatste politici het vuile werk moeten uitvoeren. Het verschil in negativiteit naar functie schrijven ze toe aan twee elementen. Enerzijds aan de structuur die formele posities met zich meebrengen. Anderzijds de mate waarin politici zich in een functie kunnen bezighouden met partijactiviteiten. Het onderzoek van Ketelaars (2018) bouwt hier op verder. Ze kijkt aan de hand van surveys welke Vlaamse politici bereid zijn negatief te gaan maar vindt geen bewijs voor een verschil in negativiteit tussen verschillende functies die een politicus kan uitoefenen.

In dit onderzoek vergelijken we tweets van ministers, fractieleiders en partijvoorzitters met parlementsleden. Net zoals het onderzoek van Dolezal en collega's (Dolezal et al., 2015) aangeeft, verwachten we dat ministers het minst negatief zullen tweeten. Op de eigen websites zijn de hoogst gerankte politici minder negatief dan politici die lager staan (Schweitzer, 2010). Fractieleden daarentegen zijn negatiever dan parlementsleden omdat ze sterk opkomen voor hun partij en zoals het onderzoek van Dolezal en collega's aangeeft, het vuile werk moeten opknappen. Partijvoorzitters moeten de partij vertegenwoordigen en houden zich sterk bezig met partijpolitiek en dat houdt hen niet tegen negatief te zijn over anderen om hun partij te verdedigen. Hieruit volgen drie hypothesen:

H4: Partijvoorzitters sturen meer negatieve tweets dan parlementsleden.

H5: Ministers sturen minder negatieve tweets dan parlementsleden.

H6: Fractieleden sturen meer negatieve tweets dan parlementsleden.

Is er een verschil tussen vrouwelijke en mannelijke politici in het aantal negatieve tweets die ze versturen? Lau en Pomper (2001b) onderzoeken de campagnetoon bij alle Amerikaanse senaatverkiezingen tussen 1988 en 1998 aan de hand van berichtgeving in kranten. Ze gebruiken hierbij een brede definitie die een negatieve campagne ziet als spreken over de tegenstander. Hieruit blijkt dat bij de specifieke verkiezingen die ze onderzochten, mannelijke politici negatiever waren dan vrouwelijke senaatpolitici. Een mogelijke verklaring is een disproportionele kost voor vrouwen wanneer ze negatief zijn over anderen (Krupnikov & Bauer, 2014). Wat wil zeggen dat vrouwelijke politici die elkaar aanvallen daarvoor meer afgestraft worden. Wanneer we kijken naar Twitter, krijgen we andere resultaten. Tijdens de Amerikaanse campagne van 2012 tweekten de vrouwelijk kandidaten significant vaker negatief dan mannelijke kandidaten (Evans et al., 2014). Hieruit concluderen de onderzoekers dat de campagnestijl op Twitter tussen mannen en vrouwen sterk verschilt. Vrouwen zijn significant meer geneigd om hun tegenstander te bekritisieren. De onderzoekers concluderen uit hun analyses ook dat vrouwen meer actief op Twitter campagnevoeren dan mannen. Het onderzoek van Evans en Clark (2015) vindt dat vrouwen gemiddeld zeven keer meer negatieve tweets versturen dan hun mannelijke tegenhangers. Daarentegen stelt het onderzoek van Ketelaars (2018) dat vrouwen minder de neiging hebben om de zwaktes van anderen te benadrukken en vindt hier bewijs voor. We baseren onze hypothese op het onderzoek over Twitter. Hieruit volgt:

H7: Vrouwelijke politici sturen meer negatieve tweets dan mannelijke politici.

3.4 Waarover tweeten Vlaamse politici negatief?

Naast het debat of negatieve advertenties een negatieve of positieve invloed hebben op het electoraat, stellen onderzoekers ook de inhoud van een negatieve advertentie in vraag (Walter, 2013). Proberen politici kiezers voor zich te winnen door kritiek te geven op de persoon? Of overtuigen ze het electoraat met kritiek op het beleid? Kritiek op de persoon wordt gezien als harder en problematischer voor een democratie dan beleidskritiek (Walter, 2007). Een derde mogelijkheid van kritiek is een aanval op de *values* (Geer, 2006; Walter, 2007). Hierbij gaat het volgens Geer over de toekomst, *spirit of America* of de wil van het volk.

Geer (2006) bekijkt de campagnetoon van alle Amerikaanse presidentsverkiezingen tussen 1960 en 2000 aan de hand van een inhoudsanalyse van televisieadvertenties. Hij concludeert dat negatieve advertenties veelal gericht zijn op het beleid. Walter (2007) vraagt zich bijgevolg af of inhoudelijke kritiek ook de meest voorkomende vorm van een negatieve campagne is bij de parlementsverkiezingen van 2002, 2003 en 2006 in Nederland. Uit haar onderzoek blijkt dat politici

vooral kritiek geven op het beleid van hun politieke tegenstander. In de drie campagnes gingen respectievelijk 80,4, 74,4 en 80 procent van de aanvallen over het beleid. Deze resultaten bevestigt Walter met een onderzoek naar de toon van campagnes in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk (Walter, 2013). Aan de hand van zendtijd op televisie en televisiedebatten bekijkt ze of er een stijging of daling is in het aantal negatieve uitspraken tijdens de campagne. Ongeacht de stijging of daling, maakt de kritiek op de persoon of organisatie maar een klein deel uit van de aanvallen in de campagnes voor de parlementaire verkiezingen tussen 1980 en 2006. Hierdoor verwachten we dat ook op Twitter de negativiteit gaat over het beleid en niet over de persoon of organisatie. De laatste hypothese stelt:

H8: Negatieve tweets gaan meer over het beleid dan over de persoon of organisatie.

4 Overzicht onderzoeksvragen met hypothesen

Onderzoeksvragen en hypothesen

Hoeveel negativiteit is er op Twitter?

- H1 Tweets waarin de zender de politieke actor tagt, zijn vaker negatief dan tweets waarin de zender dit niet doet.

Welke Vlaamse politici tweeten negatief over andere politieke actoren?

- H2 Politici die lid zijn van een oppositiepartij sturen meer negatieve tweets dan politici die lid zijn van een meerderheidspartij.
- H3 Politici die lid zijn van een partij aan het uiterste van het ideologische spectrum sturen meer negatieve tweets dan politici die lid zijn van een partij in het centrum van het ideologische spectrum.
- H4 Partijvoorzitters sturen meer negatieve tweets dan parlementsleden.
- H5 Ministers sturen minder negatieve tweets dan parlementsleden.
- H6 Fractieleiders sturen meer negatieve tweets dan parlementsleden.
- H7 Vrouwelijke politici sturen meer negatieve tweets dan mannelijke politici.

Waarover tweeten Vlaamse politici negatief?

- H8 Negatieve tweets gaan meer over het beleid dan over de persoon of organisatie.
-

Tabel 1: Overzicht van de onderzoeksvragen en hypothesen

5 Methodologie, dataverzameling

In dit onderzoek trachten we een antwoord te vinden op de vraag in welke mate Vlaamse politici negatieve tweets versturen. Omdat er geen voorgaand onderzoek is naar negativiteit op Twitter, is het van belang om eerst en vooral in kaart te brengen hoeveel negatieve tweets politici versturen. Daarnaast bekijken we welke politici nu precies negatieve tweets versturen en wat de inhoud is van dergelijke tweets.

Het onderzoek situeert zich in België, een parlementaire democratie, waarbij de regering gevormd wordt door meerdere partijen. In dit onderzoek beperk ik mij tot de Vlaamse politici. Dit wil zeggen dat ik politici bekijk met een mandaat op het Vlaamse niveau of met een federaal mandaat die in Vlaanderen verkozen zijn. Daarnaast wil het onderzoek nagaan of Vlaamse politici negatief tweeten in een periode waarin ze geen campagne voeren. Een politieke campagne vat aan wanneer partijen hun politici op de lijst bekend maken (Elmelund-Præstekær, 2008). De data werd verzameld in de periode die loopt van 1 september 2017 tot en met 31 december 2017. In deze periode is volgens deze definitie de campagne nog niet bezig. De eerstvolgende verkiezingen zijn pas in mei 2019 en daarvoor zijn de kandidaten en lijsten nog niet bekend gemaakt. We kozen allereerst voor deze periode omdat politici hier niet bezig zijn met campagnevoeren. Daarnaast zorgt deze recente periode ervoor dat we een idee krijgen over welke politici, die momenteel aan de macht zijn, negatieve tweets versturen. Anderzijds geven deze maanden meer dan voldoende data om een gegrond beeld te vormen van de negativiteit.

Voor het verzamelen van de data maak ik gebruik van de website allmytweets.be. Na het ingeven van de gebruikersnaam van de politici op de website, verzamelt deze alle tweets van een bepaalde gebruiker. Voor dit onderzoek worden de re-tweets niet meegenomen. Een re-tweet wil zeggen dat een gebruiker een tweet van een andere gebruiker gaat delen. Bij een re-tweet neemt de politicus enkel de woorden over van een andere twitteraar. We kijken enkel naar tweets die de politicus zelf heeft geschreven.

We nemen politici met verschillende functies mee in dit onderzoek. Allereerst selecteer ik de partijvoorzitters van de zes grootste Vlaamse partijen. Daarnaast wil ik ook politici die mandaten toegewezen kregen van de bevolking op verschillend niveaus analyseren. Ik selecteer zowel de ministers van de Vlaamse regering als de Nederlandstalige ministers in de federale regering. Daarnaast kunnen we in het parlement een onderscheid maken tussen parlementsleden en fractieleiders. Ik selecteer de fractieleiders in het Vlaams parlement en de fractieleiders van de Vlaamse partijen in het federaal parlement. Als laatste selecteer ik parlementsleden. In totaal zijn er 197 Nederlandstalige parlementsleden. Omdat het niet realistisch is deze allemaal mee te nemen in dit onderzoek heb ik besloten uit beide parlementen de meest actieve politici op Twitter te selecteren omdat ik verwacht dat dit politici zijn die ook meer bezig zijn met de manier waarop ze twitter gebruiken. Ze zijn zich waarschijnlijk meer bewust van de impact van Twitter en denken daarom meer na over wat voor tweets ze versturen. Zo kom ik tot een steekproef van 67 politici.

Deze 67 politici stuurden in de periode 1 september 2017 tot 31 december 2017 samen 12.511 tweets. Elke politicus in de steekproef verstuurde gemiddeld 187 tweets in deze vier maanden, samen zijn dit 122 dagen. Hieruit kunnen we afleiden dat de Vlaamse politici in mijn steekproef gemiddeld

anderhalve keer per dag tweetten. Hieruit blijkt dat Twitter niet alleen een populaire socialenetwerksite is onder de gewone bevolking maar ook onder politici.

Dit onderzoek maakt gebruik van een kwantitatieve inhoudsanalyse om de hypothesen te testen en de onderzoeksvragen te beantwoorden. Omdat deze studie onderzoekt of politici negatief tweeten over andere politici, maken we enkel gebruik van politiek relevante tweets. Het onderzoek verloopt dus in twee fasen. Eerst heb ik alle tweets verzameld, daarna selecteerde ik de politiek relevante tweets. Voor de analyses gebruiken we enkel de politiek relevante tweets.

Ausserhofer en Maireder (2013) onderzochten in Oostenrijk de tweets over binnenlandse politiek. Daaruit concluderen ze dat politieke actoren Twitter gebruiken om politieke gebeurtenissen te verspreiden en hun opinies duidelijk te maken. Net zoals onderzoek van Larsson en Moe (2012) naar twitterende politici in Amerika, geven ze aan dat politici Twitter vooral gebruiken om informatie te verspreiden. Daarnaast tweeten Politici niet enkel over politiek gerelateerde zaken maar ook over aanwezigheden op evenementen of elementen uit hun privéleven. Omdat dit onderzoek kijkt naar negatieve tweets over politici, zijn persoonlijke tweets niet relevant voor dit onderzoek. Ik zal dus enkel de politieke tweets, tweets die politiek gerelateerd zijn, meenemen in dit onderzoek.

Een tweet is politiek gerelateerd wanneer de tweet gaat over het beleid of idee voor het beleid, over een politieke gebeurtenis, een actueel debat, een politicus, partij of politieke actor. De tweet die Maggie De Block verstuurde op 21 september is politiek relevant omdat ze gaat over het beleid: *Terugbetaling #eerstelijnspsychologischehulp komt eraan! Is deze zomer beslist. En eerste budget is gereserveerd.* <http://www.deblock.belgium.be/nl/vanaf-1-januari-2018-%E2%82%AC500-onbelast-bijverdienen>. Ook deze tweet verstuurd door Koen Van Den Heuvel is politiek relevant aangezien deze gaat over een politicus: *Glasheldere @peeters_kris1 : @cdenv gt niet in zee met PVDA. Hun programma = aanslag op de economie. Gevolg: bgroei /sociale vooruitgang.*

Naast politiek relevante tweets, zijn er tweets die geen politieke relevantie hebben. Zo tweette Sven Gatz: *Prachtige film op @canvastv right now....* Dit heeft niets met politiek te maken. Tweets die gaan over het private leven van een politicus hebben geen relevantie voor dit onderzoek. Wouter Beke tweette op 1 september 2017 een foto van zijn kinderen die weer naar school gaan: *De rode loper is uitgerold en ze zijn de duidelijk klaar voor! #eersteschooldag!*. Politici zijn daarnaast de eerste om anderen te feliciteren over hun prestatie, zoals Kristof Calvo: *Proficiat @JanVertonghen. Daar kunnen nog 50 caps bij #klasbak*, en de eerste om hun steunbetuigingen te uiten. Ook dit heeft geen politieke relevantie. Politici tweeten vaak informatief over wat er in hun dorp of stad gaande is zoals de tweet van Yoleen Van Camp: *Nog tot 18u heerlijke pannenkoeken op de #kerstmarkt bij de Brigands #Herentals (-:.* Ook dergelijke tweets zijn niet relevant voor dit onderzoek. Daarnaast zijn er vaak tweets zoals de tweet van Hilde Crevits: *Gewoon & buitengewoon onderwijs op 1 campus. In klassen zonder muren :).* *Met licht en muziek. En gelukkige kinderen. Het kan.* Politici met een portefeuille sturen tweets over belanghebbende elementen aan die portefeuille. Dit zijn geen politiek relevante tweets omdat het in dergelijke gevallen niet gaat over het beleid, een politieke actor of een van bovenstaande elementen. Daarnaast laten politici graag zien waar ze mee bezig zijn door bijvoorbeeld te tweeten over een studiedag zoals Koen Daniëls doet: *"Het is niet omdat de partnerrelatie ophoudt, dat de ouderrelatie ook verdwijnt". Rechter Mahieu #ouderverantwoordelijkheid #studiedag.*

Aan de hand van de literatuur heb ik een codeboek opgesteld dat gebruikt wordt om de tweets te coderen. Om de betrouwbaarheid van de codering van de variabelen in het codeboek te bekijken, maak ik gebruik van een tweede codeur. Voor het bepalen of een tweet politieke relevant was, werden er 300 tweets gecodeerd door een tweede codeur. Daarna werden 250 tweets gecodeerd door de tweede codeur om de betrouwbaarheid van de andere variabelen te bepalen. De betrouwbaarheid bereken ik aan de hand van de Krippendorff's Alpha (Hayes & Krippendorff, 2007). Ik geef de Alpha's weer bij het bespreken van de verschillende variabelen hieronder. De Krippendorff's Alpha voor de codering van de variabele of de tweet politiek is of niet bedraagt .8220. Dit is een betrouwbare codering voor de variabele. Toch moeten we er rekening mee houden dat er tweets zonder politieke relevantie worden meegenomen en dat tweets met politieke relevantie niet worden meegenomen.

Na het verzamelen van de politiek relevante tweets, blijkt dat er 6 politici van de 67 geselecteerde politici, minder dan 20 politieke tweets verstuurd hebben. Dit zijn Bart De Wever, Liesbeth Homans, Steven Vandeput, Björn Rzoska, Patrick Dewael en Servais Verherstraeten. Deze politici worden niet meegenomen in het onderzoek omwille van een negatief effect op de betrouwbaarheid. Zo komen we tot een totaal van 61 geselecteerde politici, weergegeven in Tabel 2.

Selectie politici	
Partijvoorzitters	John Crombez, Meyrem Almaci, Wouter Beke, Gwendolyn Rutten, Tom Van Grieken
Vlaamse ministers	Bart Tommelein, Ben Weyts, Geert Bourgeois, Hilde Crevits, Jo Vandeurzen, Joke Schauvliege, Philippe Muyters, Sven Gatz
Vlaamse fractieleiders	Bart Somers, Chris Janssens, Joris Vandenbroucke, Koen Van den Heuvel, Matthias Diependaele
Vlaamse parlementsleden	Imade Annouri, Koen Daniëls, Piet De Bruyn, Annick De Ridder, Elisabeth Meulenman, Bert Maertens, Lorin Parys, Axel Ronse, Katia Segers, Steven Vandenberghe, Elke Van den Brandt, Orry Van de Wauwer, Miranda Van Eetvelde, Stefaan Sintobin, Karl Vanlouwe
Federale ministers	Alexander de Croo, Jan Jambon, Johan Vanoverveldt, Koen Geens, Kris Peeters, Maggie De Block, Philippe De Backer, Pieter de Crem, Theo Francken, Zuhail Demir
Federale fractieleiders	Kristof Calvo, Meyrame Kitir, Peter De Roover
Federale parlementsleden	Anne Dedry, Nele Lijnen, Karolien Grosemans, Werner Janssen, Yoleen Van Camp, Vincent Van Quickenborne, Wouter De Vriendt, Siegfried Bracke, Peter Dedecker, Sophie De Wit, Filip De Winter, Barbara Pas, Dirk Van der Maelen, Peter Vanvelthoven, Hendrik Vuye

Tabel 2: Naam en functie van de onderzochte politici

Wanneer de politiek relevante tweets zijn geselecteerd, worden er per politicus 50 tweets geanalyseerd. Wanneer een politicus minder dan 50 politieke tweets heeft, worden er minder meegenomen. Wanneer een politicus er meer heeft, wordt er een random steekproef getrokken van 50 tweets. Zo komen we op een totaal van 2.906 tweets die worden geanalyseerd. Tabel 3 geeft een overzicht van het aantal tweets dat elke politicus verstuurde in de periode 1 september 2017 en 31 december 2017. Daarnaast ook het aantal politieke tweets dat ze verstuurde en tot slot het aantal tweets die ik selecteerde voor dit onderzoek.

Politicus	Aantal tweets	Aantal politieke tweets	Aantal geselecteerde tweets
John Crombez	217	167	50
Meyrem Almaci	69	43	43
Gwendolyn Rutten	178	144	50
Tom Van Grieken	142	106	50
Wouter Beke	200	122	50
Bart Tommelein	294	176	50
Ben Weyts	89	61	50
Geert Bourgeois	335	171	50
Hilde Crevits	305	143	50
Jo Vandeurzen	199	136	50
Joke Schauvliege	62	30	30
Philippe Muyters	179	98	50
Sven Gatz	351	138	50
Bart Somers	83	32	32
Chris Janssens	64	63	50
Joris Vandenbroucke	121	95	50
Koen Van den Heuvel	49	39	39
Matthias Diependaele	44	36	36
Imade Annouri	280	135	50
Koen Daniëls	171	114	50
Piet De Bruyn	172	78	50
Annick De Ridder	235	170	50

Elisabeth Meuleman	145	94	50
Bert Maertens	301	141	50
Lorin Parys	246	130	50
Axel Ronse	145	112	50
Katia Segers	161	96	50
Steven Vandenberghe	217	52	50
Elke Van den Brandt	121	83	50
Orry Van de Wauwer	224	155	50
Miranda Van Eetvelde	337	180	50
Stefaan Santobin	204	138	50
Karl Vanlouwe	227	153	50
Alexander De Croo	215	153	50
Jan Jambon	153	124	50
Johan Vanoverveldt	72	68	50
Koen Geens	281	215	50
Kris Peeters	349	255	50
Maggie De Block	179	142	50
Philippe De Backer	354	257	50
Pieter De Crem	131	94	50
Theo Francken	916	611	50
Zuhal Demir	127	65	50
Kristof Calvo	284	228	50
Meyrame Kitir	27	24	24
Peter De Roover	61	41	41
Anne Dedry	128	98	50
Nele Lijnen	142	29	29
Karolien Grosemans	146	112	50
Werner Janssen	210	137	50
Yoleen Van Camp	143	85	50

Vincent Van Quickenborne	149	71	50
Wouter De Vriendt	142	119	50
Siegfried Bracke	201	108	50
Peter Dedecker	350	208	50
Sophie De Wit	246	134	50
Filip De Winter	284	192	50
Barbara Pas	137	121	50
Dirk Vermaelen	320	266	50
Peter Van Velthoven	125	33	32
Hendrik Vuye	353	351	50

Tabel 3: Overzicht verstuurde tweets tussen 1 september 2017 en 31 december 2017

6 Variabelen en operationalisering

Na de uiteenzetting van de data en methode van dit onderzoek volgt de operationalisering van de variabelen. Allereerst bespreek ik de afhankelijke variabele. Daarna operationaliseer ik de onafhankelijke variabelen.

De afhankelijke variabele in dit onderzoek is de negativiteit van een tweet. Om te bepalen of een **tweet negatief** is, baseer ik mij op de operationalisering van Geer (2006). Een tweet is negatief wanneer er een reden wordt gegeven om niet op een politicus of partij te stemmen. Dit kunnen zeer uiteenlopende redenen zijn. Zo tweette John Crombez: *Beste Premier @CharlesMichel, nadat jullie schaamteloos pensioenen van 10.000en Belgen verminderden, durft u hen ook nog eens leugenaars te noemen. Schaam u.* Dit is een negatieve tweet omdat Crombez aangeeft dat door Michel de pensioenen verminderen. In de volgende verkiezingen op hem stemmen, zou dus geen goede optie zijn volgens Crombez. Dit is de redenering die we maken om een tweet al dan niet als negatief te bestempelen. Een tweede voorbeeld van een negatieve tweet is een tweet verstuurd door Tom Van Grieken: *U betaalt prijs van VLD-voorstellen. 20 jaar in de regering: 54% belastingdruk voor alleenstaanden (bron:OESO).* Deze tweet geeft een reden om niet op Open VLD te stemmen. De tweet is negatief. Negativiteit is niet altijd expliciet terug te vinden, het kan ook op een meer subtiel manier in de tweet vervat zitten (Carraro et al., 2010). Ook politici die impliciete negativiteit uit proberen negatieve associaties te creëren bij het electoraat. De afhankelijke variabele, negatieve tweet, is een dichotome variabele met waarde 1 als de tweet een negatieve toon heeft en waarde 0 als de tweet geen negatieve toon heeft. We berekenen de Krippendorff's Alpha aan de hand van 300 tweets en de waarde bedraagt 0,9051. De codering van de afhankelijke variabele is dus betrouwbaar.

Er zijn niet alleen negatieve tweets, ook **positieve tweets** zijn mogelijk. De variabele positieve tweet meet of de toon van de tweet positief is. Vaak wordt dit gedefinieerd als het tegengesteld van een negatieve tweet. Ook hier gebruiken we de operationalisering van Geer (2006). Een tweet is positief bij elke reden die gegeven wordt om voor een politicus of partij te stemmen. Zo tweette Maggie De Block: *Goed nieuws: uitbreiding flexijobs naar detailhandel en gepensioneerd. @CharlesMichel @openvld.* Dit is een positieve tweet omdat er een reden wordt gegeven om te stemmen. Het blijkt namelijk goede gevolgen op te leveren. Ook deze variabele kent twee categorieën en is dus dichotoom. De variabele krijgt waarde 1 wanneer de tweet positief is. Daarentegen krijgt ze waarde 0 als de tweet niet positief is. De Krippendorff's Alpha heeft een waarde van 0,8012, de codering is betrouwbaar.

Niet elke tweet is positief of negatief. Een tweet kan ook **neutraal** zijn. Dit wil zeggen dat er geen reden wordt gegeven om op iemand te stemmen, maar dat er ook geen reden wordt gegeven om niet op iemand te stemmen. Een voorbeeld van een neutrale tweet komt van Bart Somers: *Boeiend gesprek met delegatie van politie uit Oslo en Bergen, Noorwegen. Ze zijn op werkbezoek in #Mechelen.* Zoals dit voorbeeld en het onderzoek van Ausserhofer en Maireder (2013) aangeeft, wordt Twitter ook gebruikt om informatie mee te delen. Zo is deze tweet van Wouter Beke louter een mededeling over een activiteit van een politicus: *Gijzegemse jeugd op bezoek in @DeKamerBE.* Een tweet is dus niet per se negatief of positief. Wanneer zowel de variabele negatieve als positieve tweet waarde nul krijgen, is de tweet neutraal.

De eerste onafhankelijke variabele bekijkt de **zender van de tweet**. In dit onderzoek analyseer ik de tweets van 61 politici. Deze variabele kent dus 61 mogelijkheden. Eerst wordt de voornaam van de zender genoteerd, vervolgens de achternaam. Dit is een nominale variabele. Tabel 2 (zie boven) geeft het overzicht van alle politici waarvan we tweets analyseren.

De tweede onafhankelijke variabele is de variabele **geslacht** en bestaat uit twee categorieën namelijk man of vrouw. Deze variabele kan de codeur uit de naam afleiden. Wanneer het geslacht niet duidelijk kan worden afgeleid uit de naam, mag dit worden opgezocht. De variabele wordt gecodeerd als volgt: 0= man, 1= vrouw. In de steekproef zitten 18 vrouwelijke en 43 mannelijke politici. Dit wil zeggen dat maar 29,5 procent van de politici vrouwen zijn. Van de 2.906 tweets die geanalyseerd zijn, werden er 826 verzonden door vrouwen (28,4%). In de steekproef is 29,5 procent van de politici vrouwelijk terwijl van de 2.906 tweets in de steekproef maar 28,4 procent verstuurd worden door vrouwen. Dit geeft aan de vrouwelijke politici minder tweets versturen, al is dit verschil marginaal.

De onafhankelijke variabele **partij** geeft weer van welke partij de politicus, die de tweet verstuurt, lid is. Dit kan niet uit de tweet worden afgeleid. Extra opzoekwerk is vereist. In de sample zijn enkel politici van Vlaamse partijen meegenomen. De variabele is een nominale variabele met 7 categorieën: 0 = onafhankelijk, 1 = Vlaams Belang, 2 = N-VA, 3 = Open VLD, 4 = CD&V, 5 = Groen, 6 = sp.a. Tabel 4 geeft een overzicht van de variabele partij. Zo zitten er in de steekproef 23 politici van de N-VA. Dit kunnen we verklaren doordat de N-VA zowel op federaal als op Vlaams niveau het meeste aantal mandaten bezit.

De verdeling van het aantal politici per partij in de steekproef komt grotendeels overeen met de vertegenwoordiging van de partijen in het parlement. N-VA vormt in het Vlaams parlement de grootste fractie met 34 procent van de zetels en in het federaal parlement bezitten ze 37,9 procent van de Vlaamse zetels. Het aantal politici behorende tot CD&V in de steekproef komt neer op 14,7 procent terwijl ze ongeveer 20 procent van de zetels bezitten. Dit kunnen we verklaren doordat er niet veel CD&V-parlementsleden zijn geselecteerd omdat ze niet tot de meest actieve politici op twitter worden gerekend. Daarentegen kent Groen in de steekproef een kleine oververtegenwoordiging omdat ze net wel tot die actieve parlamentsleden behoren. De vertegenwoordiging van Open VLD en sp.a in de steekproef is grotendeels gelijk aan de vertegenwoordiging van beide partijen in de twee parlementen. Vlaams Belang vormt, in zowel de steekproef als de parlementen, de kleinste partij.

Partij	Aantal politici	Aantal tweets	Percentage tweets
Geen Partij	1	50	1,7
Vlaams Belang	5	250	8,6
N-VA	23	1126	38,7
Open VLD	9	411	14,1
CD&V	9	420	14,5
Groen	7	342	11,8
Sp.a	7	307	10,6

Tabel 4: Aantal politici en tweets per partij in de steekproef

De vierde onafhankelijke variabele meet of de politicus die de tweet verstuurde, lid is van de **meerderheid** of van de oppositie. In de periode 1 september 2017 tot 31 december 2017 vonden er geen verkiezingen plaats en is dit dus constant voor de hele periode. Zowel de Vlaamse als de federale regering bestaat uit dezelfde partijen. Op beide niveaus maken CD&V, N-VA en Open VLD deel uit van de regering. Groen, sp.a en Vlaams Belang vormen op federaal en Vlaams niveau de oppositie. Ook de variabele meerderheid is een dichotome variabele met waarde 0 = oppositie en waarde 1 = meerderheid. In dit onderzoek worden 20 politici meegenomen die deel uitmaken van de oppositie (32,7%). Daarnaast zijn de overige 41 lid van de meerderheid (67,3%). Dit leidt tot 950 (32,7%) geanalyseerde tweets verstuurd door leden van de oppositie. De overige 1.956 tweets werden verstuurd door leden van de meerderheid.

De onafhankelijke variabele **functie** geeft aan welk mandaat de zender van de tweet uitoefent. Deze variabele is een nominale variabele met vier categorieën, namelijk partijvoorzitter, minister, fractieleider en parlementslid. We rekenen in dit onderzoek de staatssecretarissen bij de ministers omdat ze deel uitmaken van de regering. Sommige politici beoefenen meerdere functies. Ze krijgen de hoogste functie toegekend in deze volgorde gerangschikt van hoog naar laag: partijvoorzitter, minister, fractieleiders, parlementslid (Dolezal et al., 2015). In de periode waarin de tweets verzameld zijn, zijn er geen nieuwe partijvoorzitters gekozen of mandaten veranderd. Deze variabele kent 4 categorieën: 1 = partijvoorzitter, 2 = minister, 3 = fractieleider, 4 = parlementslid. Tabel 5 geeft een meer gedetailleerd beeld van de verdeling van de variabele functie.

Functie	Aantal politici	Aantal tweets	Percentage tweets
Partijvoorzitter	5	243	8,4
Minister	18	879	30,2
Fractie leider	8	322	11,1
Parlementslid	30	1462	50,3

Tabel 5: Overzicht van het aantal politici en tweets per functie

De onafhankelijke variabele **positie op de links-rechts schaal** is een variabele die aangeeft waar op het ideologische spectrum de partij zich bevindt. Voor deze variabele maak ik gebruik van de 2014 Chapel Hill Expert Survey (CHES) (Polk et al., 2017). Met behulp van 337 politieke wetenschappers, gespecialiseerd in politieke partijen, plaatst deze studie partijen op de ideologische schaal. Ik maak gebruik van de CHES omdat voorgaande survey vergeleken zijn met andere bronnen van partij positionering en daarbij goed scoorden. De CHES heeft 268 partijen van 31 landen gepositioneerd aan de hand van hun politieke ideologie. Ook de Vlaamse partijen werden gepositioneerd. Voor het opstellen van deze variabele maak ik gebruik van de expertensurvey van 2014. De Vlaamse partijen worden gepositioneerd op een schaal gaande van 0 tot 10 waarbij 0 wil zeggen dat de partij een linkse ideologie heeft en 10 wijst op een rechtse ideologie. De Vlaamse partijen krijgen volgende scores: PVDA (0,4) groen (2,2); sp.a (3,0); CD&V (5,4); Open VLD (7,0); N-VA (7,8) en Vlaams Belang (9,2). Tabel 8 geeft weer dat het gemiddelde voor deze variabele 6,30 bedraagt met een standaardafwijking van 2,218.

De drie volgende onafhankelijke variabelen bepalen waarover de tweet gaat. Hierbij maken we net als Geer (2006) gebruik van een driedelige opdeling. Allereerst kan een tweet gaan over de **persoon of organisatie**. Dit wil zeggen dat er iets gezegd wordt over de politicus zelf of de politieke organisatie. Enkele voorbeelden van Geer verduidelijken de categorie. Het gaat over referenties zoals sterke/goede leider, ineffectief, vecht voor anderen, eerlijk, moedig of “enkel praatjes”. *Ben ik nu de enige die koppijn krijgt als ik Pascal Smet op de radio hoor?*, is een voorbeeld van een tweet die gaat over een persoon. Een tweede voorbeeld laat zien hoe een tweet over een politieke organisatie kan gaan: *Onderzoekscommissie aanslagen is één grote grap. Dit gaat islamistische aanslagen niet tegenhouden. #triest #nva*. In dit voorbeeld spreekt de zender van de tweet negatief over de onderzoekscommissie. De variabele krijgt in dit geval waarde 1. Walter (2013; 2010) deelt deze variabele op in vier categorieën, namelijk integriteit, competenties, leiderschap en empathie. Voor dit onderzoek heb ik beslist om enkel te coderen of er in de tweet gesproken wordt over de persoon of organisatie. Dit omdat ik niet betrouwbaar kan coderen tussen deze vier verschillende subcategorieën. Daarom heb ik besloten om met minder detail maar met een hogere betrouwbaarheid te coderen. De Krippendorff's Alpha voor de codering van deze variabele bedraagt 0,8375.

Ten tweede kan de tweet gaan over het **beleid**. Hierbij spreekt de zender over regelgeving en wetten. Dit kan gaan over regelgeving en wetten die goedgekeurd zijn of vanuit een partij opgesteld zijn. Zoals bijvoorbeeld deze tweet: *Met de nieuwe regeling zullen meer jongeren, alleenstaanden en kleine*

gezinnen een woning kunnen kopen. Daar doen we het voor. Merci @Barttommelein. Met de groeten van @openvld 🇳🇱. Een tweede voorbeeld geeft aan dat er kritiek gegeven kan worden op regelgeving, wetten of beleid dat een partij wil realiseren waarmee een andere partij of politicus het niet eens is. Voorstel @sp_a: Eenvoudig belastingstelsel zonder fiscale koterijen. Geef gezinnen directe korting van 160 euro/mnd vr kinderopvang ipv via omweg van fiscale aftrek. Een tweet gaat over beleid, wanneer het gaat over concrete thema's of problemen, zoals minimumloon, energiebeleid, gezondheidszorg en armoedebeleid. Dit is een dichotome variabele die waarde 1 krijgt wanneer de tweet gaat over beleid en waarde 0 wanneer de tweet niet gaat over het beleid. De betrouwbaarheid van deze codering bedraagt 0,8108.

Ten derde spreekt Geer (2006) over values. Wanneer we enkele voorbeelden van Geer bekijken, wordt het duidelijk wat hij hiermee bedoelt: spirit of America, wet van het volk, toekomst, verandering, verbeteren/naar voor bewegen, *the American dream* en toekomstige generaties. Walter (2007) spreekt over **brede thema's** om deze categorie te benoemen. Deze variabele krijgt waarde 1 wanneer de zender tweet over een van de volgende elementen: ambitie, toekomst, hoop, verandering, visie, verbinden, mogelijkheden, principes, vernieuwing zonder dat het daarbij gaat over het concrete beleid. *Congratulations @InesArrimadas, @Albert_Rivera and @CiudadanosCs 🇳🇱 🇳🇱 A positive liberal project for all citizens in Catalunya #optimism #europe #future*. Dit eerste voorbeeld gaat over de toekomst met een liberaal project. Een tweede voorbeeld gaat over vrijheden, toekomst en visie: *Visie. Want de toekomst maken we zelf. Vrijheid is onze waarde. Vooruitgaan ons doel. Ook in veranderende tijden. #vrijheidscongres @openvld*. Een derde voorbeeld gaat over vernieuwing: *Met ijzersterk duo @WouterDeVriendt & @natachawaldmann naar de kiezer. Voor de positieve vernieuwing die Oostende nodig heeft! #hetkananders*. Ook deze variabele kent twee categorieën, waarde 1 wanneer de tweet gaat over grotere waarden en waarde 0 wanneer dit niet het geval is. De codering is perfect betrouwbaar met waarde 1 omdat er maar een heel klein aantal tweets tot deze categorie behoren.

Een laatste onafhankelijke variabele gaat na of er een **tag** voorkomt in de tweet. Dit wil zeggen dat de zender gebruik maakt van het @-symbool wanneer hij spreekt over een politieke tegenstander. Door het gebruik van dit teken maakt de zender van de tweet een rechtstreekse connectie met een andere twittergebruiker, vb. @DanBacquelaine. Dit is een dichotome variabele. Tabel 8 geeft aan dat in 19,5 procent van de tweets gebruik wordt gemaakt van een tag.

Daarnaast wordt er gecodeerd op welke **datum** de tweet werd verstuurd. Dit kan worden afgelezen uit de tweet en wordt als volgt genoteerd: 01/09/2017. De tweets werden verzameld in de periode 1/09/2017 tot 31/12/2017. De data bevinden zich tussen deze twee uiterste data. Het is een ordinale variabele. Elke datum kan meerdere keren voorkomen omdat alle politici in de steekproef op dezelfde dag een tweet kunnen versturen. Daarnaast versturen sommige politici meerdere tweets op dezelfde dag.

De variabele **beleidsthema** geeft weer waarover de tweet gaat. Hiervoor heb ik gebruik gemaakt van het codeboek opgesteld door het Comperative Agendas Project (Polk et al., 2017). Dit codeboek kent 28 macrothema's. Elk macrothema wordt opgedeeld in verschillende microthema's, samen zijn dit er 247. Daarnaast heb ik zelf nog een categorie toegevoegd om tweets die niet gaan over een specifiek beleidsthema een plaats te geven. Elke tweet krijgt een microthema toegewezen aan de hand van een

nummer, dit nummer verwijst ook naar het bijhorende macrothema. Het kan zijn dat er in de tweet verwezen wordt naar meerdere beleidsthema's. In dergelijke gevallen wordt het meest prominente of centrale thema genoteerd. Wanneer de tweet niet gaat over een beleidsthema, krijgt deze tweet waarde 0. Voor dit onderzoek maken we geen gebruik van de microthema's maar enkel van de macrothema's. Tabel 6 geeft een overzicht van de meest voorkomende macrothema's en het bijhorende aantal tweets. Dit zorgt voor een hogere betrouwbaarheid van de codering. De Krippendorff's Alpha voor deze variabele bedraagt 0,8018. Er zijn 252 tweets waarin geen beleidsthema voorkomt.

Thema	Aantal tweets	Thema	Aantal tweets
Werking democratie	284	Milieu	85
Gezondheid	236	Cultuur	82
Justitie	207	Buitenlandse handel	54
Macro-economie en belastingen	200	Defensie	53
Onderwijs	166	Religie	53
Immigratie en integratie	162	Onderzoek	47
Buitenlandse zaken	156	Werk	41
Landbouw	151	Bedrijven, banken, binnenlandse handel	39
Verkeer en transport	128	Civiele rechten en vrijheden	28
Sociale zaken	100	Sport	26
Gemeenschappen en ruimtelijke ordening	89		

Tabel 6: Aantal tweets per macrothema

Een volgende variabele die we meenemen, is het **niveau** waarop de politicus werkzaam is. Dit is een variabele met twee categorieën. Alle politici in de steekproef zijn Vlaamse politici maar hun verkregen mandaat kan zich zowel op het federale niveau als op het Vlaamse niveau bevinden. De variabele krijgt waarde 0 voor een mandaat op Vlaams niveau en waarde 1 voor een mandaat op federaal niveau. Partijleiders situeren zich op het Vlaamse niveau aangezien de partijen zich enkel richten op Vlaanderen om stemmen te behalen. Tabel 7 geeft een overzicht van de variabele niveau. Aangezien België een verdeelde structuur heeft, die andere landen niet kennen, kunnen we hier geen hypothesen over opstellen. Toch nemen we de variabele mee in onze analyse.

Niveau	Aantal politici	Aantal tweets	Percentage tweets
Vlaams	28	1366	46,0
Federaal	33	1570	54,0

Tabel 7: Niveau waar de politicus actief op is

Daarnaast nemen we ook de variabele **nieuwsbericht** mee. Dit is een dichotome variabele die kijkt of er in de tweet verwezen wordt naar een nieuwsbericht. Dit kan met een URL naar het artikel of met een inhoudelijke verwijzing naar het nieuwsbericht. Onder nieuwsberichten versta ik alle verwijzingen naar nieuwsmedia, dit kunnen zowel Vlaamse, Waalse als internationale nieuwsmedia zijn. Verwijzingen naar eigen websites behoren hier niet toe. De variabele krijgt waarde 1 wanneer er verwezen wordt naar een artikel. De variabele krijgt waarde 0 wanneer er geen verwijzing is naar een nieuwsbericht. Tabel 8 geeft weer dat er in 901 tweets verwezen wordt naar de actualiteit.

Dit onderzoek bekijkt of politici negatief tweeten over andere politici. De variabele **aantal actoren** codeert dan ook of er in de tweet gesproken wordt over andere politici. In vele gevallen worden er politici vermeld, maar wordt er niets over gezegd: *Zulke mannen op sociale media/ in het echte leven denken dat ze grappig en stoer zijn, maar zijn vooral lomp en grof.* @RuttenGwendolyn. Rutten wordt hier vernoemd maar in feite wordt er niets gezegd over Gwendolyn Rutten maar over *zulke mannen die lomp en grof zijn*. In deze tweet zit geen actor en krijgt dus waarde 0. Daarnaast wordt de actor vaak niet expliciet vermeld en moet dit impliciet worden afgeleid. *Kans gemist om zomeraakkoord eerlijker te maken*. In deze tweet wordt er iets gezegd over de regering. De waarde voor de variabele is in dit geval 1. Het is mogelijk dat er meerdere actoren voorkomen in één tweet. *Hoeveel alarmsignalen en noodkreten nog? Beste @Maggie_DeBlock en @JoVandeurzen, voorzie meer jeugdhulp en jeugdpsychiatrie. #hetkananders*. De variabele krijgt hier waarde 2. Politieke actoren zijn politici, landen, parlementen, buitenlandse politici, commissies, regeringen en partijen. De Krippendorff's Alpha voor deze variabele is 0,9389. Zoals Tabel 8 aangeeft worden er gemiddeld 0,80 actoren vermeld per tweet. Het minimum vermelde actoren per tweet is 0 en een maximum van 5.

Per besproken actor in een tweet wordt bepaald of er negatief over gesproken wordt. De variabele **actor** bekijkt de naam van de politieke actor. De naam van de actor wordt voluit geschreven, eerst voornaam dan achternaam. De Krippendorff's Alpha voor deze variabele bedraagt 0,8625. We kunnen dit verschil verklaren doordat er soms Vlaamse regering werd genoteerd, terwijl de andere codeur enkel regering noteerde. Daarnaast noteerde de ene codeur regering en de andere parlement.

Variabele	M	SD	Min	Max
Geslacht	0,28	0,451	0	1
Niveau	0,46	0,498	0	1
Meerderheid	0,67	0,469	0	1
Politieke Ideologie	6,30	2,218	2	9
Aantal actoren	0,80	0,587	0	5
Mate van actualiteit	0,31	0,463	0	1
Tag	0,19	0,397	0	1

N=2.906

Tabel 8: Overzicht beschrijvende statistiek







Omdat we in dit onderzoek per actor bepalen of er negatief of positief over wordt gesproken, kan het zijn dat een tweet zowel positief als negatief is. In dit onderzoek bekijken we 2.906 tweets. Daarvan zijn er 808 tweets waarin niet gesproken wordt over een politieke actor. In de 2.098 overige tweets vermelden de zenders minstens één actor. In deze 2.098 tweets worden er samen 2.328 actoren vermeld. Dit geeft aan dat de categorieën niet mutueel exclusief zijn. In dit onderzoek kijken we vooral naar de negatieve tweets wat wil zeggen dat dit tweets zijn waarin de zender voor minstens één actor een reden geeft om daar niet op te stemmen.

7 Resultaten

Dit deel bespreekt de resultaten van het onderzoek. We trachten een antwoord te vinden op de drie onderzoeksvragen aan de hand van de opgestelde hypothesen. We houden hierbij de structuur aan van het literatuuronderzoek en de onderzoeksvragen. Eerst bekijken we hoeveel negativiteit er is op Twitter. Daarna bekijken we welke politici er negatieve tweets versturen. Tot slot bekijken we waarover de negatieve tweets van de politici gaan. Hierbij houden we steeds voor ogen dat de dataverzameling liep van 1 september 2017 tot 31 december 2017.

Belangrijk bij het interpreteren van de resultaten is dat in dit onderzoek enkel de politiek relevante tweets werden meegenomen omdat we onderzoeken of politici negatieve tweets versturen over andere politieke actoren. Dit leidt ertoe dat wanneer we spreken over een aantal negatieve tweets het gaat over de politiek relevante tweets. We zeggen in dit onderzoek niets over de niet-politiek relevante tweets. Tabel 3 geeft een overzicht van het aantal politiek relevante en niet-politieke relevante tweets die de politici in de steekproef verstuurden in de periode 1 september 2017 tot 31 december 2017.

Doorheen het resultaatendeel maken we gebruik van figuren om de gevonden resultaten grafisch weer te geven. Daarbij heeft elke partij zijn eigen kleur. Tabel 9 geeft voor elke partij weer in welke kleur ze worden weergegeven.

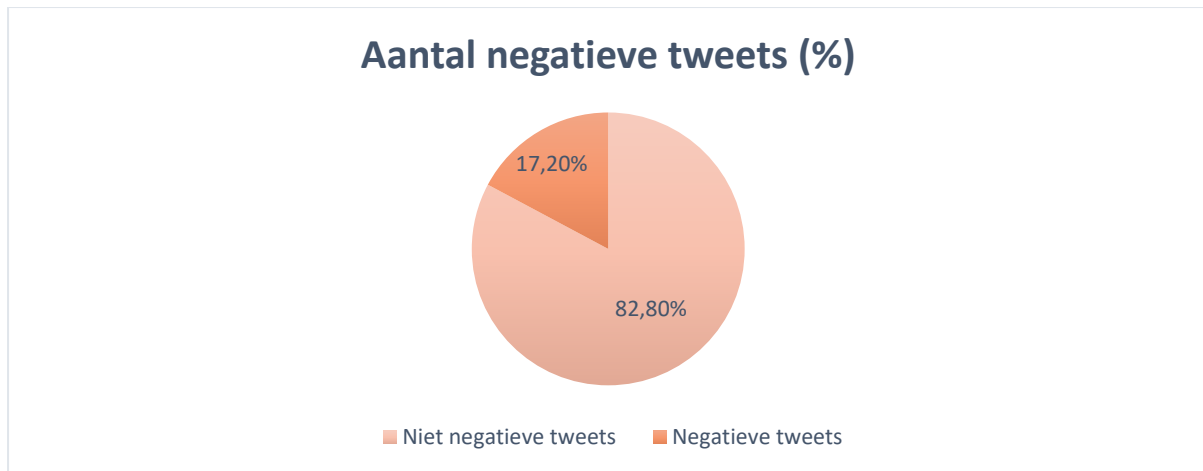
Politieke Partij	Kleur	Politieke partij	Kleur
Groen		Open VLD	
Sp.a		N-VA	
CD&V		Vlaams Belang	

Tabel 9: Politieke partij en hun kleur

7.1 Hoeveel negativiteit is er op Twitter?

De eerste onderzoeksvraag luidt als volgt: Hoeveel negativiteit is er op Twitter? Om deze vraag te beantwoorden bekijken we 2.906 politiek gerelateerde tweets van 61 verschillende Vlaamse politici.

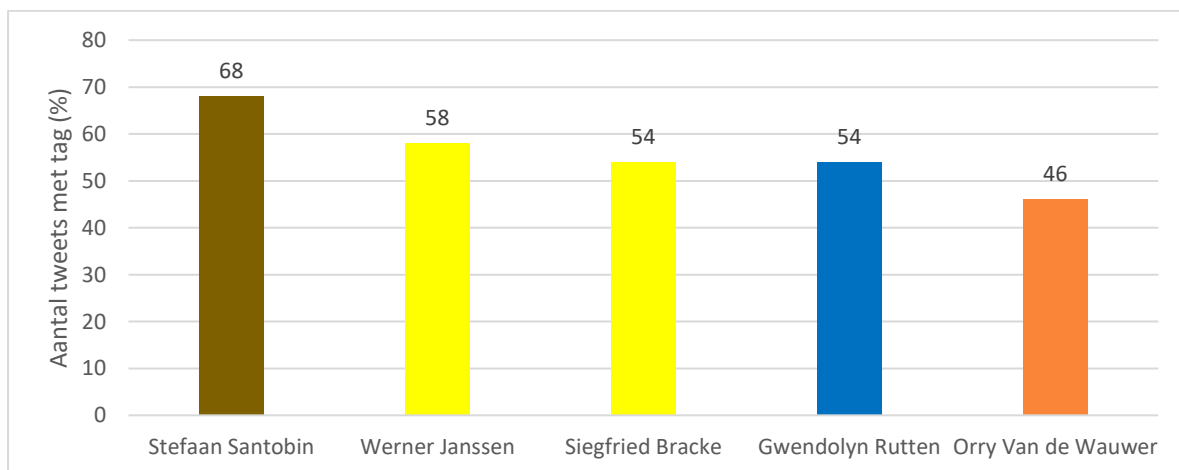
Figuur 1 geeft een overzicht van het aantal negatieve tweets in de onderzochte steekproef. Hieruit blijkt dat 17,2 procent van de tweets negatief zijn. Concreet wil dit zeggen dat er in 501 tweets een reden wordt gegeven om niet op een politicus of partij te stemmen. Daarnaast geeft figuur 1 aan dat er 2.405 tweets zijn waarin geen enkele reden wordt gegeven om niet op een politicus of partij te stemmen. Hiermee beantwoorden we de eerste onderzoeksvraag, namelijk 17,2 procent van de politiek relevante tweets in de steekproef zijn negatief.



Figuur 1: Het aantal negatieve tweets in de steekproef

De eerste hypothese stelt dat tweets waarin gesproken wordt over een andere politieke actor en daarbij gebruik wordt gemaakt van een @-teken, vaker negatief zijn. Dit komt voort uit onderzoek dat aangeeft dat wanneer politici in interactie gaan met elkaar ze ook meer geneigd zijn negatief te spreken over elkaar (Walter & Vliegthart, 2010)

In 19,5 procent van de tweets wordt er getagd, wat wil zeggen dat er aan de hand van het @-teken interactie wordt gezocht met een andere twittergebruiker, in dit geval een andere politicus. Figuur 2 geeft een overzicht van de vijf politici die het meest gebruik maken van het @-teken. Zo gebruiken Santobin (Vlaams Belang), Janssen (N-VA), Bracke (N-VA) en Rutten (Open VLD) in meer dan de helft van hun tweets een tag.



Figuur 2: Overzicht van de politici die het meest gebruik maken van een tag in hun tweets

Aan de hand van de *independent samples t test* vergelijken we de twee groepen, namelijk de tweets met een tag en de tweets zonder een tag. Tabel 10 geeft weer dat de gemiddelde negativiteit hoger ligt bij tweets waarin de zender een politieke actor tagt (0,211) dan bij tweets waar de zender dat niet doet (0,163). De t-test geeft aan dat dit verschil significant is: $t = -2,574$, $p = 0,01$. Hypothese 1 wordt bevestigd.

	Aantal tweets	Gemiddelde negativiteit per tweet	SD	Std. Error
Tweets met tag	568	0,211	0,409	0,017
Tweets zonder tag	2338	0,163	0,369	0,008

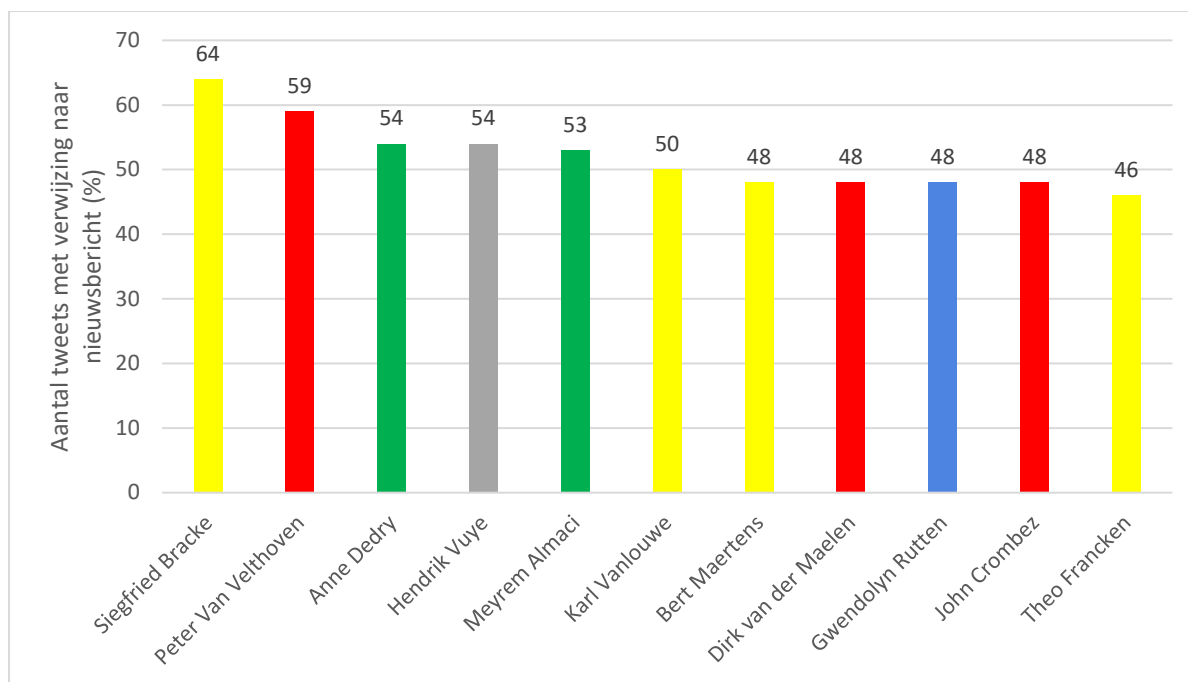
Tabel 10: Gemiddelde negativiteit naar gebruik van tag - independent samples t test

Een t-test geeft enkel de mogelijkheid om het gemiddelde van twee groepen met elkaar te vergelijken. Om meer inzicht te krijgen, maken we gebruik van een logistische regressie die bekijkt of er een verband is tussen het gebruik van een tag bij het spreken over een andere politieke actor en of een tweet al dan niet negatief is. Zoals Tabel 11 aangeeft, neemt de kans dat de tweet negatief is, toe met 1,376 indien er een tag gebruikt wordt. Daarnaast is de kans dat een tweet negatief is bij gebruik van een tag 1,571 ten opzichte van de kans op een negatieve tweet wanneer er geen tag gebruikt wordt. Echter verklaart dit maar 0,4 procent van de variantie.

	B	S.E	Walt	Df	Sig.	Exp(B)
Gebruik tag	0,319	0,117	7,430	1	0,006	1,376
Constante	-1,636	0,056	853,952	1	0,000	0,195

Tabel 11: Verband tussen tag en negatieve tweet – logistische regressie

In dit onderzoek verwijzen de politici in 31 procent van de tweets naar een nieuwsbericht. Dit wil zeggen dat er in 901 tweet een directe verwijzing is naar de actualiteit. We kunnen concluderen dat actualiteit een onderdeel is van Twitter. Figuur 3 geeft een overzicht van de tien politici die het meest verwijzen naar nieuwsberichten. Gemiddeld genomen verwees elke politicus in de steekproef 15 keer naar een nieuwsbericht. Siegfried Bracke (N-VA) verwees in 64 procent van zijn tweets naar een nieuwsbericht. Zo tweette Bracke op 23 november 2017: *Zinnetje over oppositie om stadsbestuur te plezieren. Typeert VOKA. Oppositie heeft talloze keren geïnterpelleerd over economische gevolgen circulatieplan. #Gent #VOKA #circulatieplan*, met daarbij een foto van een nieuwsartikel. (zie <https://t.co/Nnmb71KLbz>). Anne Dedry (Groen) verwijst met een tag en link naar een nieuwsbericht van De Standaard in een tweet die ze verstuurde op 4 oktober 2017: *Nieuwe verruimde def vn palliatieve zorg houdt in dat betere opleiding artsen onvermijdelijk is https://t.co/cU12jrDfr0 via @destandaard*. Beide voorbeelden laten zien dat politici Twitter gebruiken om te reageren of hun mening te delen over een onderwerp in de actualiteit. Zo tweette Hendrik Vuye (onafhankelijke) op 7 november 2017: *Minister Financiën die jaar voor verkiezingen aankondigt: staatsschuld onder 100% ... déjà vu #2013 https://t.co/53rUc6IKCo @Veerle_Wouters*.



Figuur 3: Overzicht van politici die het meest verwijzen naar nieuwsberichten

Ook hier vergelijken we aan de hand van een t-test de gemiddelde negativiteit bij tweets met en zonder nieuwsbericht. Tabel 12 geeft aan dat de gemiddelde negativiteit bij tweets met een nieuwsbericht hoger (0,221) is dan de gemiddelde negativiteit bij tweets zonder een nieuwsbericht (0,151). Algemeen genomen is de gemiddelde negativiteit in de steekproef 0,172, wat wil zeggen dat tweets met verwijzing naar de actualiteit negatiever zijn dan het gemiddelde in de steekproef. De t-test geeft aan dat dit verschil significant is ($t = -4,398, p < 0,00$).

	Aantal tweets	Gemiddelde negativiteit per tweet	SD	Std. Error
Tweets met nieuwsbericht	901	0,221	0,415	0,014
Tweets zonder nieuwsbericht	2005	0,151	0,358	0,008

Tabel 12: Gemiddelde negativiteit naar nieuwsbericht – independent samples t test

Vervolgens bekijken we aan de hand van een logistische regressie of er een verband is tussen het verwijzen naar een nieuwsbericht en of een tweet al dan niet negatief is. Tabel 13 geeft aan dat de kans dat een tweet negatief is, toeneemt wanneer er een verwijzing is naar een nieuwsbericht. Echter verklaart deze variabele maar 1,2 procent van de variantie.

	B	S.E	Walt	Df	Sig.	Exp(B)
Nieuwsbericht	0,469	0,102	21,4264	1	0,000	1,599
Constante	-1,730	0,062	767,465	1	0,000	0,177

Tabel 13: Verband nieuwsbericht en negatieve tweet – logistische regressie

7.2 Welke Vlaamse politici tweeten negatief over andere politieke actoren?

De tweede onderzoeksvraag bekijkt welke Vlaamse politici negatieve tweets versturen. Aan de hand van de literatuur hebben we zes hypothesen opgesteld om deze vraag te beantwoorden. Door middel van independent samples t tests zullen we de hypothesen testen.

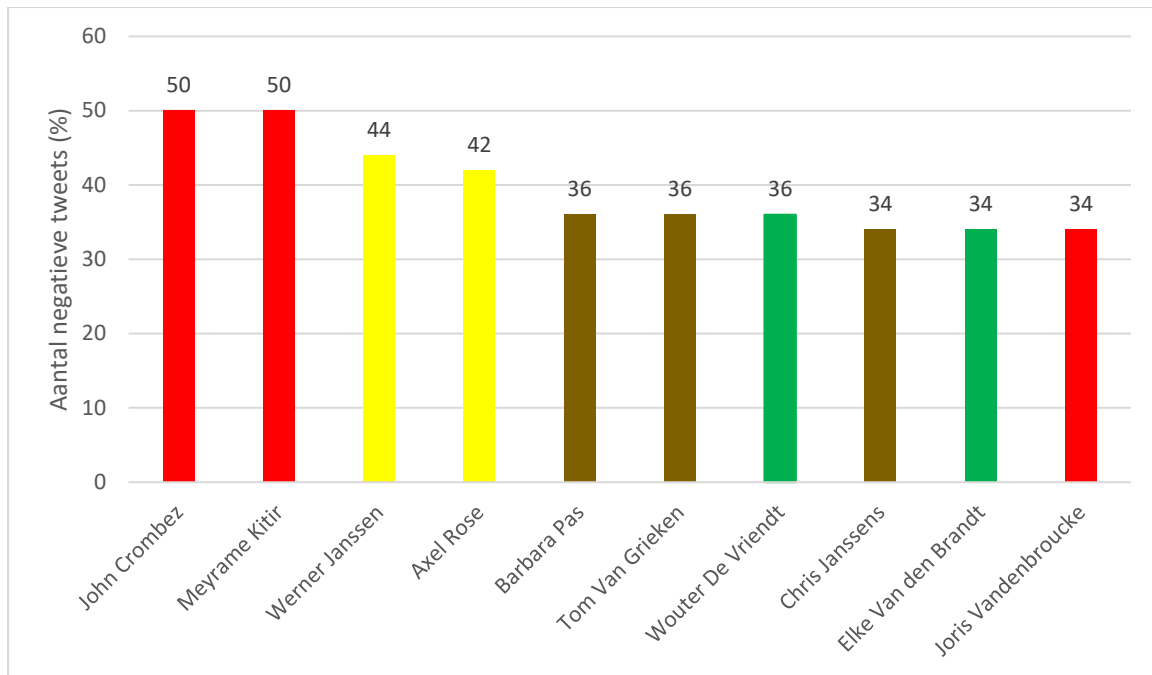
Hypothese 2 stelt dat politici die lid zijn van een oppositiepartij meer negatieve tweets versturen dan politici die lid zijn van een meerderheidspartij. Aan de hand van een independent samples t test vergelijken we twee steekproefgemiddelden met elkaar. De t-test geeft aan dat tweets verstuurd door politici die lid zijn van een oppositiepartij gemiddeld negatiever zijn (0,295) dan de tweets verstuurd door politici die lid zijn van een meerderheidspartij (0,113). Dit verschil is significant: $t = 11,055$, $p < 0,00$. Wanneer we de resultaten vergelijken met het gemiddelde van de steekproef (0,172), zien we dat de oppositie boven het gemiddelde scoort en de meerderheid onder de gemiddelde negativiteit per tweet blijft. De resultaten weergegeven in Tabel 14 bevestigen hypothese 2.

Positie	Aantal politici	Aantal tweets	Gemiddelde negativiteit per tweet	SD	Std. Error
Meerderheid	41	1956	0,113	0,317	0,007
Oppositie	20	950	0,295	0,456	0,015

Tabel 14: Gemiddelde negativiteit per tweet bij meerderheid en oppositie – independent samples t test

Uit onderzoek bleek dat politici uit oppositiepartijen negatieve tweets gebruiken om kiezer te overtuigen van het wanbeleid van de huidige regering om zo meer stemmen te bekomen. Politici uit regeringspartijen daarentegen zouden hun eigen beleid net willen promoten door positieve tweets uit te sturen. Onze onderzoeksresultaten lijken in het verlengde van deze bevindingen te liggen. Aan de hand van een t-test stellen we vast dat politici die lid zijn van de meerderheid meer positieve tweets versturen (0,283) dan politici die lid zijn van de oppositie (0,196). De resultaten geven aan dat dit verschil significant is ($t = -5,29$, $p < 0,00$).

Figuur 4 geeft een overzicht van de politici die het meest negatieve tweets verstuurd. John Crombez (sp.a) en Meyrame Kitir (sp.a) geven in 50 procent van hun tweets een reden om niet op een politicus of partij te stemmen. Dat beiden tot de sp.a behoren, verbaast niet. We kunnen dit verklaren doordat Crombez de voorzitter is van de grootste oppositiepartij in Vlaanderen. Kitir behoort ook tot diezelfde oppositiepartij en is fractieleider in het federaal parlement. Figuur 4 geeft aan dat op nummer drie en vier zich twee politici van de N-VA bevinden, namelijk Werner Janssen met 44 procent negatieve tweets en Axel Ronse met 42 procent negatieve tweets.



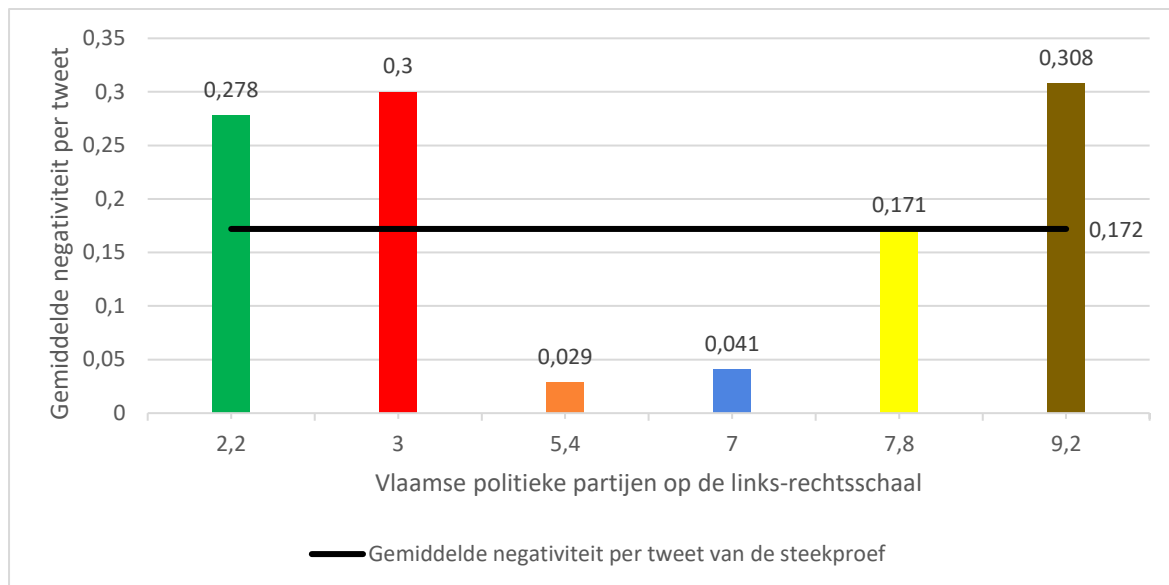
Figuur 4: Overzicht van politici met meest verstuurde negatieve tweets

De figuur geeft aan dat niet alle partijen een politicus in de top tien hebben staan. In wat volgt bekijken we of het versturen van negatieve tweets toegewezen kan worden aan bepaalde partijen.

De Chapel Hill Expert Survey uit 2014 plaatste alle Vlaamse partijen op een ideologische links-rechtsschaal. Daaruit blijkt dat CD&V de partij is die het dichtst bij het ideologische midden ligt met een score van 5,4. Om hypothese 3 te beantwoorden vergelijken we of de gemiddelde negativiteit per tweet van een politicus van de CD&V significant verschilt van een politicus van alle andere partijen. Uit de t-test blijkt dat de gemiddelde mate van negativiteit per tweet van een politicus die lid is van de centumpartij CD&V lager is (0,03) dan de gemiddelde mate van negativiteit per tweet van een politicus die lid is van een partij die zich niet in het centrum bevindt en dus meer aan het uiterste van het spectrum (0,20). Dit verschil is significant ($t = 14,756, p < 0,00$). Hypothese 3 wordt bevestigd.

Hypothese 3 bevestigt dat partijen in het centrum minder negatieve tweets versturen. Toch geeft dit geen volledig beeld van de Vlaamse partijen en blijven we op onze honger zitten. Van welke Vlaamse partij sturen politici het meest negatieve tweets? Aan de hand van meerdere t-testen trachten we hier een antwoord op te vinden.

Figuur 5 plaatst de zes Vlaamse partijen op de links-rechtsschaal en geeft daarbij, voor elke partij, de gemiddelde negativiteit per tweet weer. Het valt meteen op dat twee partijen, CD&V en Open VLD, een lage gemiddelde negativiteit per tweet kennen van respectievelijk 0,029 en 0,041. Daarnaast kunnen we duidelijk zien dat de negativiteit hoger is aan zowel het linker als rechter uiterste van het ideologische spectrum. We stellen vast dat de drie oppositiepartijen zich boven het steekproefgemiddelde bevinden. Terwijl de meerderheidspartijen zich eronder of erop bevinden. Wanneer we de partijen ordenen van laagste gemiddelde negativiteit per tweet naar hoogste gemiddelde negativiteit per tweet, krijgen we volgende ordening: CD&V < Open VLD < N-VA < Groen < sp.a < Vlaams Belang.



Figuur 5: Gemiddelde negativiteit per tweet naar partij

De gemiddelde negativiteit per tweet neemt dus toe naarmate de partij, waar de politicus lid van is, zich meer naar een van de uitersten van het politieke spectrum verplaatst. De redenering lijkt niet helemaal te kloppen. Wanneer we kijken naar de linkzijde van het spectrum, zien we dat de gemiddelde negativiteit per tweet van Groen lager (0,278) is dan de gemiddelde negativiteit per tweet van sp.a (0,299). Toch situeert Groen zich meer aan het linker uiterste van het spectrum dan sp.a. Tabel 15 geeft echter aan dat dit verschil niet significant is. We kunnen dus stellen dat de politici van de linkse partijen evenveel negatieve tweets sturen.

CD&V en Open VLD zijn de partijen waarvan de politici het minste negatieve tweets verstuurden. Zoals Tabel 15 aangeeft, is de gemiddelde negativiteit van Open VLD 0,013 hoger dan die van CD&V maar het verschil is niet significant. Daarentegen sturen politici van alle vier de andere partijen significant meer tweets dan de politici van CD&V en Open VLD.

Uit Figuur 5 blijkt dat Vlaams Belang de partij is waarvan politici het meeste negatieve tweets versturen. De partij kent een gemiddelde negativiteit per tweet van 0,308. Dit wil zeggen dat bijna één op drie tweets van een politicus van Vlaams Belang een reden geeft om niet op een tegenstander te stemmen. Na Vlaams Belang, sturen de politici van sp.a het meest negatieve tweets. Als derde volgt Groen. Maar zoals Tabel 15 aangeeft, verschilt Vlaams Belang niet significant van sp.a die een gemiddelde negativiteit kent van 0,300 maar ook niet van Groen (0,278).

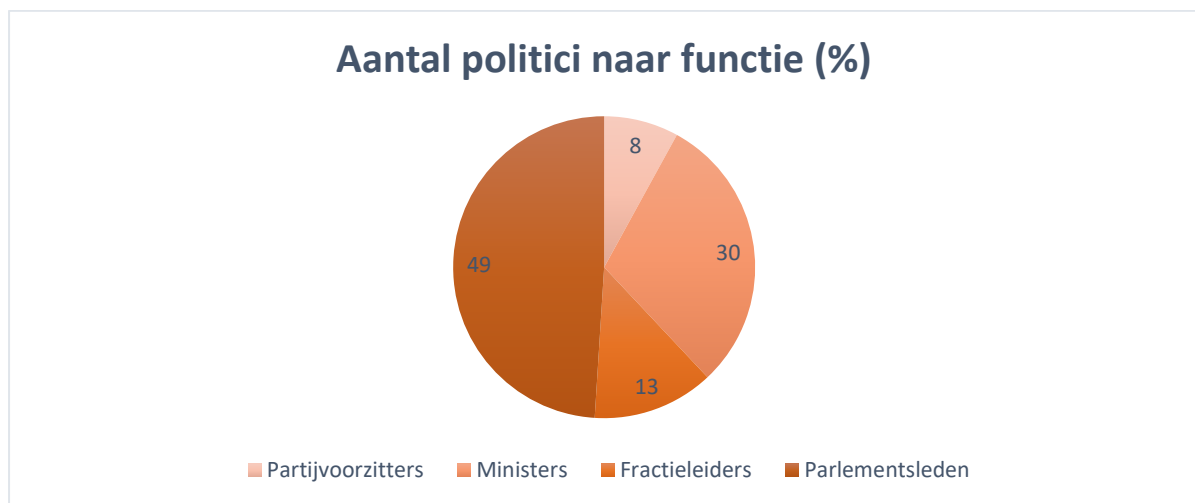
N-VA heeft een gemiddelde negativiteit die zeer dicht aanleunt bij het steekproefgemiddelde. Dit komt doordat er in de steekproef het meest N-VA-politici zitten. Uit Tabel 15 blijkt dat de gemiddelde negativiteit per tweet van politici van N-VA significant verschilt van alle andere partijen. N-VA-politici tweeten significant meer negatief dan CD&V en Open VLD. Tegelijkertijd tweeten ze significant minder negatief dan Groen, sp.a en Vlaams Belang.

	Groen	Sp.a	CD&V	Open VLD	N-VA	Vlaams Belang
Groen	/	0,022	-0,249*	-0,236*	-0,107*	0,030
Sp.a	-0,022	/	-0,271*	-0,258*	-0,129*	0,008
CD&V	0,249*	0,271*	/	0,013	0,142*	0,279*
Open VLD	0,236*	0,258*	-0,013	/	0,129*	0,267*
N-VA	0,107*	0,129*	-0,142*	-0,129*	/	0,138*
Vlaams Belang	-0,030	-0,008	-0,279*	-0,267*	-0,138*	/

*p<.00

Tabel 15: Vergelijking gemiddelde negativiteit per tweet van de Vlaamse partijen – independent samples t test

Bij de volgende drie hypothesen bekijken we of we negativiteit op Twitter kunnen toewijzen aan een bepaalde functie die de politici uitoefenen. In dit onderzoek bekijken we politici met vier functies: partijvoorzitters, ministers, fractieleiders en parlementsleden. Figuur 6 geeft de verdeling weer van de politici in de steekproef naar hun functie. Bijna de helft van de politici in de steekproef zijn parlementsleden. Daarnaast zijn er 18 ministers, 8 fractieleiders en 5 partijvoorzitters.



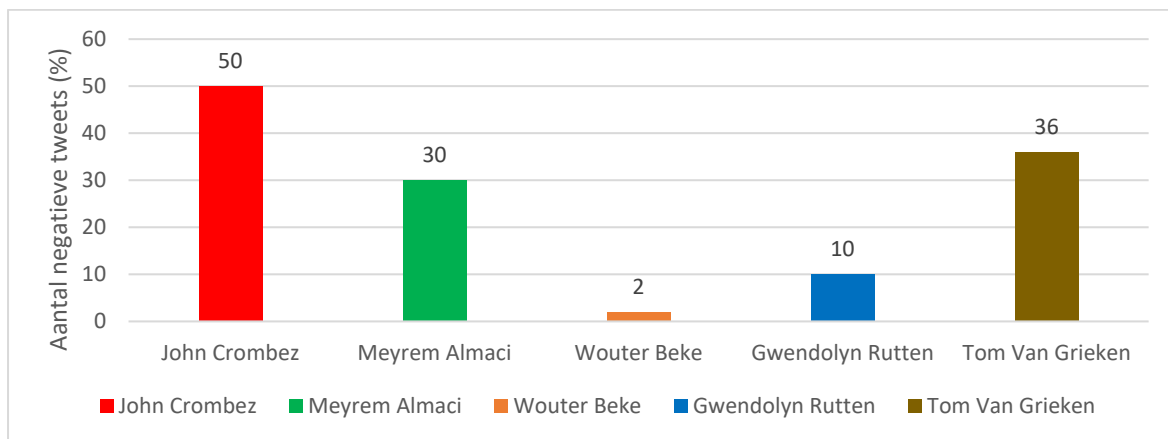
Figuur 6: Aantal politici per functie

De drie hypothesen, die aan de hand van de literatuur zijn geformuleerd, vergelijken steeds de gemiddelde negativiteit van een functie ten opzichte van de functie parlementslid. In de steekproef zitten 30 parlementsleden, die 1462 tweets verstuurd met een gemiddelde negativiteit per tweet van 0,226 (SD = 0,418) per tweet. We trachten een antwoord te vinden op de hypothesen aan de hand van independent samples t testen.

Allereerst verwachten we dat partijvoorzitters meer negatieve tweets versturen dan parlementsleden, dat stelt hypothese 4. Tabel 17 geeft weer dat de gemiddelde negativiteit per tweet van de partijvoorzitters (0,251) hoger is dan de gemiddelde negativiteit van de parlementsleden (0,226). Beide groepen kennen een gemiddelde negativiteit per tweet die hoger ligt dan het

gemiddelde van de steekproef. De independent samples t test geeft echter aan het verschil tussen parlementsleden en partijvoorzitters niet significant is ($t = .978, p = .329$). We kunnen geen uitspraak doen over dit verschil en kunnen hypothese 4 noch bevestigen, noch verwerpen.

Figuur 7 geeft aan hoeveel negatieve tweets elke partijvoorzitter verstuurde in de onderzoeksperiode. Hieruit blijkt dat Wouter Beke het minst aantal negatieve tweets verstuurde en John Crombez het meest. We kunnen dus stellen dat er grote verschillen zijn in het aantal negatieve tweets dat de partijvoorzitters van respectievelijk Vlaams Belang, Open VLD, CD&V, Groen en sp.a verstuurden. We kunnen hier geen eenduidige conclusie uit trekken aangezien er een grote variabiliteit is in het aantal negatieve tweets dat partijvoorzitters sturen. Bart De Wever, voorzitter N-VA, werd niet meegenomen in dit onderzoek omdat hij maar 20 tweets verstuurde in de onderzoeksperiode.



Figuur 7: Aantal negatieve tweets van partijvoorzitters

Hypothese 5 stelt dat ministers minder negatieve tweets versturen dan parlementsleden. Aan de hand van een independent samples t test stellen we vast dat de tweets verstuurd door parlementsleden gemiddeld negatiever (0,226) zijn dan de tweets verstuurd door ministers (0,040). Zoals Tabel 17 aangeeft, is dit verschil significant ($t = -14,553, p < 0,00$). Hypothese 5 wordt bevestigd. De gemiddelde negativiteit per tweet ligt lager bij ministers dan het steekproefgemiddelde van 0,172.

Als we gedetailleerder kijken naar het aantal negatieve tweets verstuurd door ministers krijgen we een duidelijk beeld zoals Tabel 16 aangeeft. Van de 18 ministers stuurden er 16 twee of minder negatieve tweets. Daarvan zijn er 9 ministers met geen enkele negatieve tweet verstuurd in de onderzoeksperiode. Er zijn echter twee ministers, meer specifiek twee staatsecretarissen, die de gemiddelde negativiteit omhooghalen. Theo Francken verstuurde 16 negatieve tweets. Ook Zuhail Demir stuurde meer negatieve tweets dan de gemiddeld minister, namelijk 10 negatieve tweets.

Aantal negatieve tweets	Ministers
0	Hilde Crevits, Jan Jambon, Jo Vandeurzen, Joke Schauvliege, Koen Geens, Kris Peeters, Maggie De Blck, Philippe De Backer, Pieter De Crem
1	Alexander De Croo, Ben Weyts, Geert Bourgeois, Philippe Muyters, Sven Gatz
2	Bart Tommelein, Johan Vanoverveldt
> 2	Zuhal Demir, Theo Francken

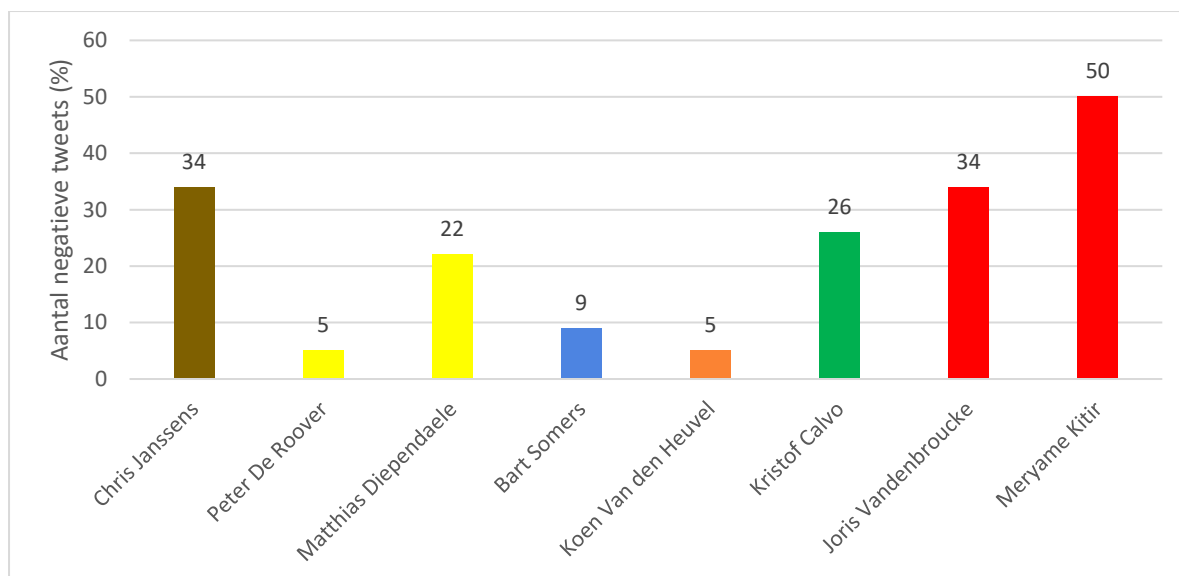
Tabel 16: Aantal negatieve tweets per minister

Als laatste vergelijken we fractieleiders met parlementsleden. Hypothese 6 stelt dat fractieleiders meer negatieve tweets versturen dan parlementsleden. Tabel 17 geeft aan dat de gemiddelde negativiteit per tweet van de fractieleiders 0,230 bedraagt. Het verschil tussen de gemiddelde negativiteit per tweet van fractieleiders (0,230) en parlementsleden (0,226) is zeer klein. De independent samples t test bevestigt dat dit verschil niet significant is ($t = 0,132$, $p = 0,895$). We kunnen hypothese 6 noch bevestigen, noch verwerpen.

Functie	Aantal tweets	Gemiddelde negativiteit per tweet	SD	Std. Error
Partijvoorzitter	243	0,255	0,437	0,028
Minister	879	0,040	0,196	0,007
Fractieleider	322	0,230	0,421	0,023
Parlementslid	1462	0,226	0,418	0,011

Tabel 17: Gemiddelde negativiteit per tweet naar functie – independent samples t test

Figuur 8 geeft voor elke fractieleider het aantal negatieve tweets. Kitir (sp.a) stuurde procentueel gezien het meeste negatieve tweets. Daarentegen is slechts 5 procent van de tweets van Peter De Roover (N-VA) en Koen Van den Heuvel (CD&V) negatief terwijl Chris Janssens (Vlaams Belang) en Joris Vandenbroucke (sp.a) er elk 17 verstuurden. De figuur geeft aan dat er sterke verschillen zijn tussen de fractieleiders en het aantal verstuurd negatieve tweets. Drie fractieleiders werden niet meegenomen in het onderzoek omdat ze weinig tweets verstuurden tussen 1 september 2017 en 31 december 2018 waardoor dit geen significante resultaten kan opleveren. Dit zijn Patrick Dewael (Open VLD), Björn Rzoska (Groen) en Servais Verherstraeten (CD&V).



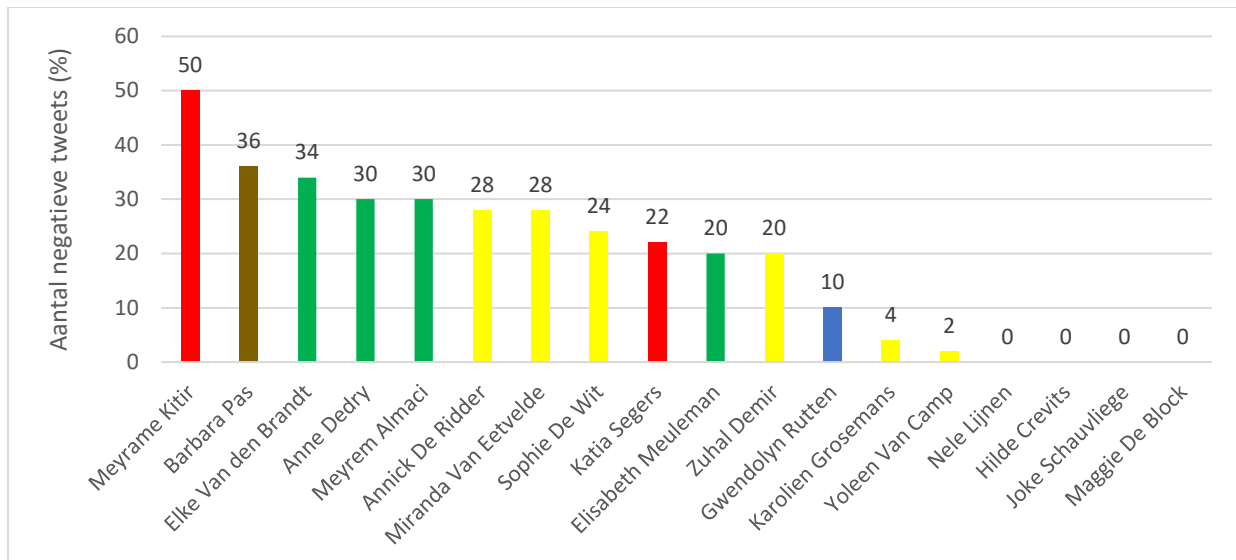
Figuur 8: Aantal negatieve tweets van de fractieleiders

Ook hypothese 7 trachten we te beantwoorden met een independent samples t test. De hypothese stelt dat vrouwelijke politici meer negatieve tweets versturen dan mannelijke politici. Zoals we verwachten, geeft Tabel 18 aan dat de gemiddelde negativiteit van een tweet verstuurd door vrouwelijke politici hoger (0,186) is dan de gemiddelde negativiteit verstuurd door mannelijke politici (0,167). De t test geeft echter aan dat dit verschil niet significant is ($t = -1,239$, $p = 0,216$). Hypothese 7 kan noch bevestigd, noch verworpen worden. Wanneer we beide groepen vergelijken met het steekproefgemiddelde van 0,172 scoren de tweets van mannelijk politici lager en de tweets van vrouwelijke politici hoger.

Geslacht	Aantal politici	Aantal tweets	Gemiddelde negativiteit per tweet	SD	Std. Error
Man	43	2080	0,167	0,373	0,008
Vrouw	18	826	0,186	0,390	0,014

Tabel 18: Gemiddelde negativiteit per tweet naar geslacht – independent samples t test

Zoals Figuur 2 op pagina 34 aangeeft, zitten er maar drie vrouwelijke politici bij de tien politici die de meeste negatieve tweets versturen. Meyrem Kitir (sp.a) stuurde procentueel gezien het meest negatieve tweets. Barbara Pas (Vlaams Belang) stuurde 18 negatieve tweets van de 50 tweets in de steekproef. Dit wil zeggen dat 36 procent van Pas haar tweets een reden geeft om niet op een politicus of partij te stemmen. Als derde volgt Elke Van den Brandt (Groen) met 17 negatieve tweets op 50 tweets in de steekproef. Figuur 9 geeft voor alle vrouwelijk politici het aantal negatieve tweets weer. In de top vijf komen enkel politica's van sp.a, Vlaams Belang, en Groen voor. De figuur geeft aan dat drie van de vier vrouwelijke ministers geen enkele negatieve tweet hebben verstuurd in de periode 1 september 2017 tot 31 december 2017.



Figuur 9: Aantal negatieve tweets verstuurd door vrouwelijke politici

In België zijn er meerdere parlementen en regeringen die zich op verschillende niveaus situeren. In dit onderzoek bekijken we het Vlaamse en federale niveau. De politici, die in dit onderzoek bestudeerd worden, zijn actief op een van de twee niveaus. Omdat de structuur van België uniek is, is het opstellen van een hypothese die voortkomt uit de literatuur onmogelijk. Toch verwachten we dat politici op het federale niveau meer negatieve tweets versturen. Deze verwachting ontstaat doordat het Vlaamse niveau bevoegd is voor minder controversiële thema's zoals bosbeheer, ruimtelijke ordening en dierenwelzijn. Op het federale niveau bevinden zich de meer controversiële thema's migratie en energie. Deze thema's zijn thema's waar links en rechts tegenover elkaar staan. Bijgevolg kennen deze thema's ook meer discussie en verwachten we dat politici op het federale niveau ook meer negatief tweeten omwille van dat conflict tussen linkse en rechtse thema's.

Aan de hand van een independent samples t test bekijken we of deze verwachting ook wordt bevestigd. Zoals Tabel 19 aangeeft, is de gemiddelde negativiteit per tweet van een politicus op federaal niveau hoger (0,187) dan de gemiddelde negativiteit per tweet verstuurd door een politicus die actief is op het Vlaamse niveau (0,156). De t test geeft aan dat dit verschil significant is ($t = -2,214$, $p = 0,027$). Politici die zich op het federaal niveau bevinden en dus bevoegd zijn voor de meer controversiële thema's sturen gemiddeld meer negatieve tweets.

Niveau	Aantal tweets	Gemiddelde negativiteit per tweet	SD	Std. Error
Vlaams	1336	0,156	0,363	0,010
Federaal	1570	0,187	0,390	0,010

Tabel 19: Gemiddelde negativiteit per tweet naar niveau – independent samples t test

We hebben verschillende hypothesen getest om te bepalen welke politici er negatief tweeten. Nu trachten we een volledig model op te bouwen met de verschillende variabelen om te verklaren welke politici negatieve tweets sturen.

Omdat de data verzameld voor dit onderzoek zich op het niveau van de tweet bevindt en de hypothesen zich op het niveau van de politicus of partij situeren, zouden we idealiter gebruik moeten maken van een multi-levelanalyse. Dit zou ons echter te ver leiden. Daarnaast hebben we op partijniveau maar zes verschillende groepen. Hierdoor zal wellicht niets significant zijn in een multi-levelanalyse. Daarom stellen we een volledig model op dat zich situeert op het niveau van de politicus. Aan de hand van een multivariate regressie proberen we de tweede onderzoeksvraag te beantwoorden.

De afhankelijke variabele in deze analyse is het percentage negatieve tweets per politicus. Daarbij zijn er 11 politici waarvan geen enkele tweet werd gecodeerd als negatief. Ze hebben dus een percentage van 0 negatieve tweets. John Crombez en Meyrame Kitir kennen daarnaast het grootste percentage aan negatieve tweets, namelijk 50 procent van hun tweets waren negatief. Aangezien onze afhankelijke variabele niet categorisch is, maken we gebruik van een multivariate regressie.

Voor elk model werd de multicollineariteit getest aan de hand van de *Variance Inflation Factor* (VIF). Wanneer deze waarde groter is dan 10 geeft dit een indicatie van een multicollineariteitsprobleem. Dit wil zeggen dat er een te sterke samenhang is tussen de onafhankelijke variabelen. De VIF-waarden bevinden zich in elk model tussen 1,0 en 1,4. Dit geeft aan dat er zich geen probleem van multicollineariteit voordoet.

Aan de hand van verschillende modellen bekijken we welke kenmerken bijdragen tot het verklaren welke politici negatieve tweets versturen. Zoals Tabel 20 weergeeft, wordt er bij elk model een variabele toegevoegd. Het eerste model kijkt of al dan niet lid zijn van een partij die de meerderheid vormt, leidt tot het sturen van meer negatieve tweets. Deze variabele verklaart 32,8 procent van de variantie ($p < 0,00$). In het tweede model wordt de variabele functie toegevoegd. In deze multivariate regressie maken we gebruik van een dummyvariabele waarbij we ministers, die significant minder negatieve tweets versturen, vergelijken met de drie andere functies, namelijk partijvoorzitter, fractieleider en parlementslid. De toename in verklaaringskracht van deze variabele is 12,0 procent, deze stijging is significant ($p < 0,00$). Model twee verklaart 44,1 procent van de variantie. In model drie voegen we de variabele geslacht toe. De verklaaringskracht van dit model neemt echter niet toe maar af. In model vier voegen we de variabele toe die aangeeft of de politici actief is op het Vlaamse niveau of op het federale niveau. De verklaaringskracht van dit model neemt echter ook niet toe. We kunnen dit verklaren doordat deze variabelen matig correleren met elkaar en zo verklaaringskracht delen. Tot slot voegen we in model vijf de variabele partij toe. Ook deze variabele wordt omgevormd tot een dummyvariabele. Hierbij nemen we de twee partijen, CD&V en Open VLD, die zeer weinig negatieve tweets sturen samen. Hierdoor kunnen we de centropartijen vergelijken met de partijen die zich meer aan de uitersten van het ideologische spectrum bevinden. De verklaaringskracht van dit model neemt significant toe ($R^2 \text{ change} = 0,078, p = 0,03$).

Het vijfde en tevens ook het volledige model verklaart 50,6 procent van de variantie, wat een relatief goede voorspelling is. Zoals Tabel 20 aangeeft, zijn er drie variabelen die een significante invloed uitoefenen op het versturen van negatieve tweets. De meest invloedrijke variabele in het model is de partijdummy. Wanneer een politicus lid is van CD&V of Open VLD neemt het aantal negatieve tweets af met 10,83 procent. Dit stemt overeen met hypothese 3 en bijhorende analyses waaruit blijkt dat partijen aan de uitersten van het ideologische spectrum negatiever tweeten dan politici die lid zijn van

partijen in het centrum. Daarnaast oefent de functiedummy ook een significante invloed op het versturen van negatieve tweets. Zoals het onderzoek aangeeft, is er een negatieve relatie. Dit wil zeggen dat ministers minder negatieve tweets versturen dan parlementsleden, partijvoorzitters en fractieleiders. De derde variabele, die een significante invloed uitoefent op de afhankelijke variabele, is het al dan niet lid zijn van de meerderheid. Politici die lid zijn van een partij die de meerderheid vormt, zijn minder negatief dan politici die lid zijn van een oppositiepartij. Net zoals hypothese 6 niet bevestigd kan worden, is ook geslacht niet significant in het volledige model. Daarnaast heeft de variabele niveau ook geen invloed op de afhankelijke variabele in het volledige model. Ondanks dat de variabelen niet samenhangen, worden de coëfficiënten van de variabele meerderheid en functiedummy kleiner naarmate er meer verklarende factoren worden toegevoegd. We kunnen dit verklaren doordat de partijdummy de meest belangrijke verklarende variabele is.

	Model 1 b(SD)	Model 2 b(SD)	Model 3 b(SD)	Model 4 b(SD)	Model 5 b(SD)
Meerderheid (H2)	-18,90*(3,46)	-13,30*(3,53)	-13,32*(3,57)	-13,03*(3,58)	-9,67* (3,51)
Functie (H4 – H6)		-12,76*(3,58)	-12,79*(3,62)	-13,05*(3,63)	-9,73*(3,56)
Geslacht (H7)			-0,30 (3,26)	- 0,64 (3,23)	-0,31 (3,06)
Niveau				3,07 (2,30)	3,43 (2,79)
Partij (H3)					-10,83* (3,54)
Constante	29,95*(2,86)	29,95*(2,61)	30,06*(2,90)	28,41*(3,31)	28,08*(3,09)
Adjusted R ²	0,328*	0,441*	0,431	0,431	0,506*

*p<0,00

Tabel 20: Effect op percentage negatieve tweets per politicus – multivariate regressie

7.3 Waarover tweeten Vlaamse politici negatief?

De derde en laatste onderzoeksvraag bekijkt waarover Vlaamse politici negatief tweeten. Net zoals Geer (2006) en Walter (2007, 2013) maak ik gebruik van een driedelige opdeling. Allereerst kan een tweet gaan over concreet beleid. Ten tweede kan de tweet gaan over de persoon of organisatie. De derde categorie spreekt over de toekomst en hoop.

De categorieën zijn niet mutueel exclusief, wat wil zeggen dat wanneer een tweet over meer actoren gaat, een tweet zowel over het beleid als over de persoon kan gaan. Een voorbeeld daarvan is de tweet die werd verstuurd door Chris Janssens (Vlaams Belang) op 27 november 2017: *Dwaze plannen van gemeenschapsonderwijs om gebruik andere talen in scholen toe te staan: slecht voor integratie, Vlaamse leerlingen eerste slachtoffer! Minister Crevits steunt #GO! en N-VA keft in de media, maar laat begaan. #waanzin.*

Hypothese 8 stelt dat negatieve tweets meer gaan over het beleid dan over de persoon of de organisatie. Om deze hypothese te testen, vergelijken we het aantal negatieve tweets waarin het minstens één keer over het beleid gaat met de negatieve tweets die minstens één keer over de persoon gaan. Aan de hand van Tabel 21 kunnen we zien dat 298 van de 501 negatieve tweets (59.5%) gaan over het beleid. Daarnaast werd er in 39.1 procent van de gevallen iets negatiefs gezegd over de persoon of organisatie. Hypothese 8 wordt bevestigd, wat wil zeggen dat negatieve tweets meer over het beleid gaan dan over de persoon of organisatie.

Inhoud	N	Percentage
Beleid	298	59,5
Persoon/organisatie	196	39,1
Beleid en persoon/organisatie	5	1,0
Waarden	2	0,40
N	501	

Tabel 21: De inhoud van negatieve tweets

Daarnaast werd er voor de gehele tweet bepaald wat het thema was en staat los van de drie variabelen die de inhoud bepalen. Voor deze variabele werd gebruik gemaakt van het *Comperative Agendas Project* (Polk et al., 2017). We maken gebruik van de 28 macrothema's en een toegevoegde categorie om te kijken waarover het meest getweet werd.

Zoals Tabel 22 aangeeft, is het meest voorkomende thema bij de negatieve tweets immigratie en integratie. Bijna 12 procent van de negatieve tweets gaat over dit thema. Dit kunnen we deels verklaren doordat immigratie een thema is waar links en rechts quasi lijnrecht tegenover elkaar staan. Daarnaast plaatste Theo Francken op Facebook het volgende bericht: *Vanmorgen 14 mensen aangehouden in Maximiliaanpark en 9 in het Noordstation, 3 verklaarde minderjarigen. Vlgs info politie nauwelijks volk in het park. #opkuisen.* Op Twitter reageerden heel wat politici erg kritisch op wat Francken had gezegd. Zo ook Alexander De Croo (Open VLD) die zijn enige negatieve tweet wijdde

aan Francken: *Geen enkele mens, Belg, vluchteling, om het even wie, verdient taalgebruik als dit.* (Verwijzing naar het facebookbericht van Francken.)

Het tweede meest voorkomend thema bij de negatieve tweets is macro-economie en belastingen. Aan het begin van het politieke jaar, dat start in september, wordt de begroting opgemaakt. Dit is een punt van discussie tussen partijen, waarover ook in de media bericht wordt. Die kritiek vindt ook zijn weg naar Twitter. Zo tweette John Crombez (sp.a) op 10 november 2017: *Er is een verschil van maar liefst 4 miljard euro tussen wat de regering zegt over begroting en wat Europa vaststelt #Blaasjes&Wijsmaken.* Ook Barbara Pas gelooft niet in de begroting, dat geeft ze aan via een tweet verstuurd op 11 oktober 2017: *"Na Ti-Ta-Tommelein is er Hocus-Pocus-Johan" die kan rekenen zonder cijfers #Effectentaks #transfertaks #beleidsverklaring #DeKamer.*

Het derde meest voorkomende thema hangt samen met de onafhankelijkheidsstrijd van Catalonië. Zo tweetten heel wat politici dat ze het niet vonden kunnen dat Spanje geweld gebruikt om ervoor te zorgen dat de bevolking van Catalonië niet kon gaan stemmen bij het referendum. Hierdoor namen ze het stemrecht en de vrijemeningsuiting af van hun bevolking. *Dat de conservatief Rajoy intimideert en mensen arresteert om Catalaanse referendum te boycotten is onaanvaardbaar. Alleen dialoog werkt!*, tweette Gwendolyn Rutten op 25 september 2017.

Ook de werking van de overheid wordt graag bekritiseerd. Zo gaat 9 procent van de negatieve tweets over de werking van de overheid. Eén subthema gaat over partijpolitiek en verkiezingen. Op 11 september 2017 tweette Orry Van de Wauwer (CD&V) over de N-VA die afstand doet van hun communautaire idee: *NVA heeft vaak kritiek op klassieke partijen. Maar geen v die partijen verloochent eerste zin uit partijstatuten zoals zij dat doen.*

Kritiek op lonen en belastingen maken deel uit van het vijfde meest voorkomende thema bij de negatieve tweets. Van Grieken tweette op 13 december 2017: *België heeft: 1. hoogste belastingen 2. laagste pensioenen. Van dit nieuws ☹ gaan je haren toch recht staan! #KrachtVanVerandering.* Hij deelt hier een scherpe sneer uit naar het belasting- en pensioenbeleid van N-VA. *Echt van m'n melk! Een minister van werk die denkt dat er minder dan 4% 50+'ers aan werk raakt. Zo'n gebrek aan expertise is toch onmogelijk.* Deze tweet stuurde Axel Ronse (N-VA) de wereld in op 15 september 2017. Ook hij is, als lid van de meerderheid, kritisch over de minister van Werk.

	N	Percentage
Immigratie en integratie	59	11,8
Macro-economie en belastingen	52	10,4
Burgerrechten en vrijheden	48	9,6
Werking overheid	45	9,0
Werk	38	7,8

Tabel 22: Meest voorkomende thema's bij negatieve tweets

Zo kunnen we ook de laatste onderzoeksvraag beantwoorden. In 60 procent van de gevallen stuurt de Vlaamse politicus een negatieve tweet over het beleid van een politieke tegenstander. De resterende 40 procent betreft een negatieve tweet over de persoon.

8 Conclusie

Hoeveel negativiteit is er op Twitter? Welke Vlaamse politici tweeten negatief over andere politieke actoren? Waarover tweeten Vlaamse politici negatief? Deze vragen trachten we in dit onderzoek te beantwoorden aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse van 2.906 tweets van 61 Vlaamse politici.

Dit onderzoek begint met de assumptie dat Vlaamse politici negatieve tweets versturen wanneer er geen campagne bezig is. Dit idee baseert zich enerzijds op de literatuur die campagnes grondig bestudeerd hebben en daarbij negativiteit vonden en anderzijds de idee dat het geven kritiek op een politieke tegenstander niet plots stopt wanneer de campagne over is. Hieruit volgt de eerste onderzoeksvraag: hoeveel negativiteit is er op Twitter? Het antwoord luidt dat er in 17,2 procent van de politiek relevante tweets een duidelijke reden wordt gegeven om niet op een politicus of een partij te stemmen.

Zoals we eerder aangaven, is een vergelijking maken met ander onderzoek moeilijk omwille van de verschillende definities en de verschillende media die onderzocht worden. Als we ons toch een globaal beeld vormen, ongeacht de gehanteerde definitie of de onderzochte media, is tijdens een Amerikaanse campagne 30 tot 40 procent (Geer, 2006; Lau & Pomper, 2001b) en tijdens een campagne in Europa 20 tot 40 procent van de uitspraken negatief (Elmelund-Præstekær, 2010; Elmelund-Præstekær, 2008; Walter, 2013; Walter & van der Brug, 2013; Walter & Vliegthart, 2010). Onderzoek dat Twitter bestudeert, vindt echter lagere percentages negativiteit dan bovenstaand onderzoek. Het onderzoek van Small (2017) vindt dat 8,8 procent van de Tweets van Canadese partijvoorzitters negatief was tijdens de campagne.

Met 17,2 procent negatieve tweets vindt dit onderzoek minder negativiteit dan onderzoek naar negatieve campagnes in traditionele media. Hieruit zouden we kunnen besluiten dat negativiteit buiten de campagne minder voorkomt. Daarentegen vindt dit onderzoek meer negativiteit op Twitter dan het onderzoek van Small. Dit lijkt dan weer aan te geven dat Vlaamse politici Twitter wel gebruiken om negatief te spreken over anderen. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat politici Twitter eerder gebruiken om met het electoraat te communiceren buiten de campagne. Terwijl ze tijdens de campagne gebruik maken van meer traditionele campagnemediã. Aangezien in Vlaanderen de hoeveelheid negativiteit tijdens een campagne nog nooit is nagegaan, kunnen we enkel concluderen dat negativiteit op Twitter buiten de campagne lijkt mee te vallen. Daarnaast ontbreekt ook onderzoek naar verschillende media en kunnen we niet bepalen of Twitter nu leidt tot meer negativiteit of net minder.

Dit onderzoek bevestigt dat het aantal positieve tweets groter is dan het aantal negatieve tweets (Small, 2017). Van de 2.906 tweets zijn er 25,4 procent waarin een reden wordt gegeven om wel op een partij of politicus te stemmen. Zowel in dit onderzoek als in het onderzoek van Small (2017) vormen de negatieve tweets de kleinste groep en is de grootste groep tweets neutraal. Aangezien ongeveer 60 procent van de tweets neutraal is, kunnen we concluderen dat politici op Twitter toch niet in die mate polariseren dan we zouden verwachten. Door het grote aantal neutrale tweets, kunnen we ons aansluiten bij onderzoek dat vaststelt dat politici Twitter vooral gebruiken om de bevolking te informeren (Larsson & Moe, 2012). Small (2017) geeft in haar onderzoek aan dat de

neutrale tweets vooral mededelingen zijn over de campagne. In dit onderzoek zijn het mededelingen over alledaagse politieke activiteiten.

Doorheen dit onderzoek zijn we op zoek gegaan naar de elementen die negativiteit verklaren. Daarbij onderzochten we kenmerken van de tweet zelf. Bevatten negatieve tweets een tag of verwijzing naar een nieuwsbericht? Wat is de inhoud van een negatieve tweet? Daarnaast bekeken we verschillende kenmerken van de zender van de tweet. Welk mandaat heeft hij of zij gekregen? Tot welke partij behoort de zender? Maakt de zender deel uit van de oppositie of de meerderheid? Aan de hand van al deze elementen trachten we te verklaren waar negativiteit in Vlaanderen zich schuilhoudt.

De idee dat interactie leidt tot meer negativiteit (Walter & Vliegenthart, 2010), vinden we terug in dit onderzoek. Tweets waarin de zender de politieke actor tagt, zijn vaker negatief dan tweets waarin de zender dit niet doet. Al moeten we dit idee nuanceren omdat Walter & Vliegenthart (2010) in hun onderzoek meerdere media met elkaar vergelijken. Hier bekijken we enkel wat interactie te weeg brengt in éénzelfde medium. Wat daarnaast opvalt, is dat actualiteit een belangrijke rol speelt op Twitter. In bijna één derde van de tweets verwijzen de politici letterlijk naar een nieuwsbericht. Dit kunnen we verklaren doordat politici zelf vaak onderwerp van berichtgeving zijn en hun politieke handelingen als nieuws worden aanschouwd. Een tweede verklaring is dat politici proberen om via Twitter aandacht te krijgen in traditionele nieuwsmedia, omdat deze nog altijd een belangrijke informatiebron zijn voor de bevolking (Meyer, Haselmayer, & Wagner, 2017).

De inhoud van negatieve is niet verontrustend. Het merendeel van de negatieve tweets gaat over het beleid. Dit wil zeggen dat Vlaamse politici vooral kritiek geven op het beleid van hun politieke tegenstander en minder op de tegenstander zelf. Zoals Geer (2006) aangeeft, zorgt dit ervoor dat de bevolking rijkere informatie krijgt. Kritiek op het beleid zorgt er namelijk voor dat de bevolking meerdere perspectieven te horen krijgt. Kritiek op de persoon daarentegen wordt gezien als een hardere vorm van negativiteit die minder tot niets bijdraagt aan de verrijking van relevante informatie voor politieke doeleinden (Walter, 2007).

De kenmerken van de zender bepalen in grote mate welke politici negatieve tweets zal versturen. Zo bevestigt dit onderzoek dat politici die lid zijn van een meerderheidspartij minder negatieve tweets versturen dan politici die lid zijn van de oppositie. De verklaring hiervoor is voor de hand liggend: oppositiepartijen moeten met hun kritiek aantonen dat zij een beter alternatief zijn voor de huidige regering.

De belangrijkste variabele bij het verklaren of politici al dan niet negatieve tweets zal versturen, is zijn politieke ideologie. Politici van CD&V en Open VLD sturen zelden negatieve tweets. Dit kunnen we verklaren doordat CD&V de centrumpartij is in Vlaanderen. Centrumpartijen sturen minder negatieve tweets omdat ze een minder extreme ideologie aanhangen. Hiermee bevestigen we het onderzoek van Walter en collega's (2013) dat stelt dat politici van centrumpartijen minder negatief zijn. Dat politici van Open VLD weinig negatieve tweets versturen kunnen we verklaren doordat Open VLD deel uitmaakt van de regering en daarbij minder nood heeft aan het versturen van negatieve tweets. Toch geldt deze verklaring niet voor N-VA, ook een meerderheidspartij. Politici van de N-VA sturen meer negatieve tweets dan politici van de CD&V en Open VLD ondanks dat N-VA samen met de twee laatstgenoemde partijen de regering vormt. We kunnen de negativiteit van N-VA eerder verklaren

door de plek op het ideologische spectrum. Onderzoek geeft aan dat partijen die zich meer naar het uiterste situeren, meer negatief zijn. We vinden dus dat politici van Groen, sp.a en Vlaams Belang zich meer laten verleiden tot het sturen van negatieve tweets. Dit idee wordt bevestigd. De mogelijke verklaring hiervoor is tweeledig. Enerzijds zijn dit partijen die de oppositie vormen en dus nood hebben aan negativiteit om te laten zien dat zij de betere optie zijn. Anderzijds bevinden deze partijen zich meer naar de uitersten van het ideologisch spectrum, wat de hoeveelheid negativiteit ook kan verklaren.

Wanneer we echter naar de variabelen functie en geslacht kijken, valt op dat hierbij de partij ook een grote rol speelt. Uit de analyse blijkt dat ministers minder negatieve tweets uitsturen dan partijvoorzitters, fractieleiders en parlementsleden. De verklaring hiervoor is enerzijds dat ministers deel uit maken van de meerderheid en zoals dit onderzoek eerder aangaf, sturen deze minder negatieve tweets. Daarnaast bevestigt dit het idee van Dolezal en collega's (2015) die aangeven dat de formele positie van de politicus en zijn betrokkenheid bij partijactiviteiten bepalen of een politicus zich negatief uitspreekt over anderen of niet. Ministers zijn politici die een hoge formele positie innemen waarbij ze zich minder bezighouden met partijactiviteiten, wat leidt tot weinig negatieve tweets. De kenmerken fractieleiders en partijvoorzitters kennen minder eensgezindheid. Uit de resultaten blijkt dat sommige partijvoorzitters zelden negatieve tweets versturen terwijl anderen dit regelmatig doen. Ook hier is de variabele partij belangrijk. Zo zien we dat Wouter Beke, voorzitter van de CD&V, zelden negatief tweet terwijl de voorzitters van Groen, sp.a en Vlaams Belang dit regelmatig doen. Gelijkaardige resultaten vinden we bij fractieleiders. We kunnen stellen dat binnen de variabele functie, de partij ook mee bepaalt welke politici negatieve tweets versturen.

In de top tien van politici die het meeste negatieve tweets verstuurd, zitten heel wat parlementsleden. Dit kunnen we verklaren doordat we de 15 meest actieve parlementsleden op Twitter selecteerden uit zowel het federaal als vlaams parlement. De redenering hierachter is dat ze waarschijnlijk meer bewust bezig zijn met Twitter en de tweets die ze versturen. We kunnen speculeren dat parlementsleden die veel tweeten ook meer negatief tweeten dan hun collega's die minder aandacht geven aan Twitter.

Uit dit onderzoek blijkt dat mannen noch meer, noch minder negatieve tweets versturen dan vrouwen. De twee politici die procentueel het meeste negatieve tweets versturen, zijn beiden van een ander geslacht. Dat John Crombez (sp.a) en Meyrime Kitir (sp.a) het meest negatieve tweets versturen, kunnen we eerder verklaren doordat ze lid zijn van een oppositiepartij die zich meer naar het uiterste van het ideologische spectrum bevindt. Geslacht blijkt dus geen doorslaggevend verklaring. We kunnen besluiten dat, net zoals Elmelund-Preasteaker (2008) aangeeft, partijen een grote rol spelen bij het verklaren welke politici er al dan niet negatieve tweets versturen.

9 Discussie

Ondanks dat we soms het gevoel hebben dat politici niets anders doen dan elkaar bekritisieren, bewijst dit onderzoek anders. Minder dan één op vijf politieke tweets zijn negatief. Wanneer we echter ook de tweets meenemen die geen politieke relevantie hebben, kunnen we stellen dat negativiteit op Twitter binnen de perken blijft.

Vlaamse politici behandelen elkaar met respect ondanks dat hun ideeën soms loodrecht op elkaar staan. In plaats van elkaar te bekritisieren, geven negatieve tweets vooral kritiek op het beleid. Dit geeft aan dat Vlaamse politici respectvol met elkaar omgaan. Daarnaast gebruiken Vlaamse politici Twitter niet hoofdzakelijk om te polariseren maar om hun achterban op de hoogte te houden.

Dit onderzoek draagt bij tot de bewustwording van politici over hun eigen twittergedrag maar zeker ook over dat van hun politieke tegenstanders. Daarnaast zorgt dit onderzoek ervoor dat de burger een idee krijgt hoe de Vlaamse politici met elkaar omgaan.

9.1 Limitaties en toekomstige onderzoek

Dit onderzoek is, naast dat van Ketelaars (2018), het enige onderzoek dat gaat kijken naar negativiteit in een periode waarin politici zich niet in een verkiezingscampagne bevinden. Daarom hebben we ons gebaseerd op de literatuur over campagnes om dit onderzoek uit te voeren. Toekomstig onderzoek moet zeker nog verder uitdiepen en bestuderen of er een verschil is in de mate van negativiteit tijdens een verkiezingscampagne en daarbuiten. En waar mogelijk een vergelijking maken tussen beide perioden. Dit is meteen ook de eerste beperking van dit onderzoek. We hebben negativiteit onderzocht in Vlaanderen op Twitter buiten de campagneperiode. We kunnen de gevonden resultaten echter niet vergelijken met negativiteit op Twitter in Vlaanderen tijdens een verkiezingscampagne. Toekomstig onderzoek kan ook hier een antwoord bieden.

Een tweede beperking van dit onderzoek heeft betrekking op de politieke partijen die bekeken worden in dit onderzoek. Er is in Vlaanderen nog een zevende partij die niet werd meegenomen, namelijk de PvdA. De PvdA krijgt op de links-rechtsschaal 0,04, en is een sterk linkse partij. Het zou dus interessante resultaten kunnen opleveren. De partij heeft echter geen mandaten. Hierdoor zouden we door de selectie enkel Peter Mertens als politicus van de PvdA in de steekproef kunnen opnemen. Omdat dit weinig betrouwbare en betekenisvolle resultaten zou opleveren, wordt hij niet meegenomen in de steekproef.

We zouden kunnen stellen dat de externe validiteit van het onderzoek laag is omdat geen enkel land identiek is aan België. Toch kunnen we stellen dat er elementen in dit onderzoek zitten die relevant zijn voor andere landen. België kent een meerpartijensysteem en vormt coalitieregeringen. Ondanks dat er in België geen federale partijen zijn, vinden we aan beide kanten van de taalgrens ongeveer dezelfde partijen terug. Dit is niet enkel het geval in België. Er zijn heel wat landen in Europa die gelijkaardige partijen kennen die op dezelfde manier gesitueerd kunnen worden op de links-rechtsschaal.

Zoals elke campagne uniek is, zo is ook elke periode buiten de campagne uniek. Dit onderzoek geeft aan hoeveel negativiteit er is op Twitter van de 61 deelnemende Vlaamse politici op één moment in

de tijd, namelijk een periode van vier maanden. We kunnen enkel vaststellen dat er 501 tweets zijn waarin een reden wordt gegeven om niet voor een kandidaat te stemmen. Omdat dit onderzoek een momentopname is, kunnen we niet spreken over tendensen of evoluties.

Toekomstig onderzoek kan meerdere periodes bekijken om zo te bepalen of er een toename, afname of stagnatie is van het aantal negatieve tweets dat politici versturen. Daarnaast is het relevant en interessant om ook andere media te bekijken in periodes waar er geen verkiezingscampagne aan de gang is omdat negativiteit verschilt naar media (Walter & Vliegenthart, 2010). Een derde mogelijkheid voor toekomstig onderzoek, is bepalen wie er wordt aangevallen. In dit onderzoek kijken we enkel naar de aanvaller maar er is heel wat onderzoek dat ook kijkt naar wie wordt aangevallen zowel in Amerika (Haynes & Rhine, 1998) als in Europa (Walter, 2012).

Bibliografie

- Ansolabehere, S., Iyengar, S., Simon, A., & Valentino, N. (1994). Does Attack Advertising Demobilize the Electorate? *The American Political Science Review*, 88(4), 829–838. <https://doi.org/10.2307/2082710>
- Ausserhofer, J., & Maireder, A. (2013). NATIONAL POLITICS ON TWITTER. *Information, Communication & Society*, 16(3), 291–314. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.756050>
- Broersma, M., & Graham, T. (2013). TWITTER AS A NEWS SOURCE. *Journalism Practice*, 7(4), 446–464. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.802481>
- Carraro, L., Gawronski, B., & Castelli, L. (2010). Losing on all fronts: The effects of negative versus positive person-based campaigns on implicit and explicit evaluations of political candidates. *British Journal of Social Psychology*, 49(3), 453–470.
- De Standaard. (2017, June 10). Open VLD-voorzitter Gwendolyn Rutten verontwaardigd over uitspraken van John Crombez (SP.A). Retrieved from http://www.standaard.be/cnt/dmf20170610_02919949
- Djupe, P. A., & Peterson, D. A. (2002). The impact of negative campaigning: Evidence from the 1998 senatorial primaries. *Political Research Quarterly*, 55(4), 845–860.
- Dolezal, M., Ennsner-Jedenastik, L., & Müller, W. C. (2015). Who will attack the competitors? How political parties resolve strategic and collective action dilemmas in negative campaigning. *Party Politics*, 23(6), 666–679. <https://doi.org/10.1177/1354068815619832>
- Druckman, J. N., Kifer, M. J., & Parkin, M. (2010). Timeless Strategy Meets New Medium: Going Negative on Congressional Campaign Web Sites, 2002–2006. *Political Communication*, 27(1), 88–103. <https://doi.org/10.1080/10584600903502607>
- Elmelund-Præstekær, C. (2008). Negative Campaigning in a Multiparty System. *Representation*, 44(1), 27–39. <https://doi.org/10.1080/00344890701869082>
- Elmelund-Præstekær, C. (2010). Beyond American negativity: Toward a general understanding of the determinants of negative campaigning. *European Political Science Review*, 2(1), 137–156.
- Evans, H. K., & Clark, J. H. (2015). “You Tweet Like a Girl!”: How Female Candidates Campaign on Twitter. *American Politics Research*, 44(2), 326–352. <https://doi.org/10.1177/1532673X15597747>
- Evans, H. K., Cordova, V., & Sipole, S. (2014). Twitter Style: An Analysis of How House Candidates Used Twitter in Their 2012 Campaigns. *PS: Political Science & Politics*, 47(2), 454–462. <https://doi.org/10.1017/S1049096514000389>
- Finkel, S. E., & Geer, J. G. (1998). A Spot Check: Casting Doubt on the Demobilizing Effect of Attack Advertising. *American Journal of Political Science*, 42(2), 573–595. <https://doi.org/10.2307/2991771>
- Fridkin, K. L., & Kenney, P. J. (2004). Do Negative Messages Work?: The Impact of Negativity on Citizens’ Evaluations of Candidates. *American Politics Research*, 32(5), 570–605. <https://doi.org/10.1177/1532673X03260834>
- Geer, J. G. (2006). *In defense of negativity: Attack ads in presidential campaigns*. University of Chicago Press.
- Gibson, R. K., Lusoli, W., & Ward, S. (2008). Nationalizing and normalizing the local? A comparative analysis of online candidate campaigning in Australia and Britain. *Journal of Information Technology & Politics*, 4(4), 15–30.

- Goldstein, K., & Freedman, P. (2002). Campaign Advertising and Voter Turnout: New Evidence for a Stimulation Effect. *Journal of Politics*, 64(3), 721–740. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00143>
- Hansen, K. M., & Pedersen, R. T. (2008). Negative Campaigning in a Multiparty System. *Scandinavian Political Studies*, 31(4), 408–427. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9477.2008.00213.x>
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. *Communication Methods and Measures*, 1(1), 77–89.
- Haynes, A. A., & Rhine, S. L. (1998). Attack Politics in Presidential Nomination Campaigns: An Examination of the Frequency and Determinants of Intermediated Negative Messages Against Opponents. *Political Research Quarterly*, 51(3), 691–721. <https://doi.org/10.1177/106591299805100307>
- Ketelaars, P. (2018). *Position, Preference and Personality. A Micro-Level Explanation of Negativity in Day-To-Day Politics*. Working paper.
- Klotz, R. (1997). Positive Spin: Senate Campaigning on the Web. *PS: Political Science & Politics*, 30(3), 482–486. <https://doi.org/10.2307/420127>
- Krupnikov, Y., & Bauer, N. M. (2014). The Relationship Between Campaign Negativity, Gender and Campaign Context. *Political Behavior*, 36(1), 167–188. <https://doi.org/10.1007/s11109-013-9221-9>
- Larsson, A. O., & Moe, H. (2012). Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*, 14(5), 729–747.
- Lau, R. R., & Pomper, G. M. (2001a). Effects of Negative Campaigning on Turnout in U.S. Senate Elections, 1988-1998. *The Journal of Politics*, 63(3), 804–819. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00088>
- Lau, R. R., & Pomper, G. M. (2001b). Negative Campaigning by US Senate Candidates. *Party Politics*, 7(1), 69–87. <https://doi.org/10.1177/1354068801007001004>
- Lau, R. R., Sigelman, L., & Rovner, I. B. (2007). The Effects of Negative Political Campaigns: A Meta-Analytic Reassessment. *The Journal of Politics*, 69(4), 1176–1209. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2508.2007.00618.x>
- Martin, P. S. (2004). Inside the Black Box of Negative Campaign Effects: Three Reasons Why Negative Campaigns Mobilize. *Political Psychology*, 25(4), 545–562. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2004.00386.x>
- Meyer, T. M., Haselmayer, M., & Wagner, M. (2017). Who Gets into the Papers? Party Campaign Messages and the Media. *British Journal of Political Science*, 1–22. <https://doi.org/10.1017/S0007123417000400>
- Momoc, A. (2012). The presidential candidates on Twitter during the 2009 Romanian elections. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 14(1), 21–37.
- Moody, M., Cohen, L., & Fournon, C. (2013). Negativity in a Twitter age: How politicians are adapting to social media. *Journal of Mass Communication & Journalism*, 3(151), 2.
- Polk, J., Rovny, J., Bakker, R., Edwards, E., Hooghe, L., Jolly, S., ... Zilovic, M. (2017). Explaining the salience of anti-elitism and reducing political corruption for political parties in Europe with the 2014 Chapel Hill Expert Survey data. *Research & Politics*, 4(1), 2053168016686915. <https://doi.org/10.1177/2053168016686915>
- Sanders, D., & Norris, P. (2005). The Impact of Political Advertising in the 2001 U.K. General Election. *Political Research Quarterly*, 58(4), 525–536. <https://doi.org/10.1177/106591290505800401>

- Schweitzer, E. J. (2008). Innovation or Normalization in E-Campaigning?: A Longitudinal Content and Structural Analysis of German Party Websites in the 2002 and 2005 National Elections. *European Journal of Communication*, 23(4), 449–470. <https://doi.org/10.1177/0267323108096994>
- Schweitzer, E. J. (2010). Global Patterns of Virtual Mudslinging? The Use of Attacks on German Party Websites in State, National and European Parliamentary Elections. *German Politics*, 19(2), 200–221. <https://doi.org/10.1080/09644001003774149>
- Small, T. A. (2011). WHAT THE HASHTAG? *Information, Communication & Society*, 14(6), 872–895. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.554572>
- Small, T. A. (2017). Online negativity in Canada.
- Souley, B., & Wicks, R. H. (2005). Tracking the 2004 Presidential Campaign Web Sites: Similarities and Differences. *American Behavioral Scientist*, 49(4), 535–547. <https://doi.org/10.1177/0002764205279434>
- Strömbäck, Jesper. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- The New Yorker, J. (2016, May 11). Closing Arguments: The Logic of Negative Campaigning. *The New Yorker*. Retrieved from <https://www.newyorker.com/news/john-cassidy/closing-arguments-the-logic-of-negative-campaigning>
- Thorson, E., Ognianova, E., Coyle, J., & Denton, F. (2000). Negative Political Ads and Negative Citizen Orientations toward Politics. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 22(1), 13–40. <https://doi.org/10.1080/10641734.2000.10505099>
- Toros, E. (2017). How to run the show? The differential effects of negative campaigning. *Turkish Studies*, 18(2), 297–312. <https://doi.org/10.1080/14683849.2016.1259575>
- Trammell, K. D., Williams, A. P., Postelnicu, M., & Landreville, K. D. (2006). Evolution of Online Campaigning: Increasing Interactivity in Candidate Web Sites and Blogs Through Text and Technical Features. *Mass Communication and Society*, 9(1), 21–44. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0901_2
- Van Heerde-Hudson, J. (2011). The Americanization of British party advertising? Negativity in party election broadcasts, 1964–2005. *British Politics*, 6, 52–77.
- VRTNWS. (2018, March 29). Calvo en Francken clashen over administratieve vereenvoudiging. Retrieved from <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2018/03/29/calvo-en-francken-clashen-over-administratieve-vereenvoudiging/>
- Walter, A. S. (2007). Met Bos bent u de klos: Negatieve campagnevoering tijdens de Tweede Kamerverkiezingen van 2002, 2003 en 2006. *Jaarboek Documentatiecentrum Nederlandse Politieke Partijen*, 128–150.
- Walter, A. S. (2012). Choosing the enemy: Attack behaviour in a multiparty system. *Party Politics*, 20(3), 311–323. <https://doi.org/10.1177/1354068811436050>
- Walter, A. S. (2013). Negative Campaigning in Western Europe: Similar or Different? *Political Studies*, 62(1_suppl), 42–60. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12084>
- Walter, A. S., Van der Brug, & van Praag, P. (2013). When the Stakes Are High: Party Competition and Negative Campaigning. *Comparative Political Studies*, 47(4), 550–573. <https://doi.org/10.1177/0010414013488543>

- Walter, A. S., & van der Brug, W. (2013). When the gloves come off: Inter-party variation in negative campaigning in Dutch elections, 1981–2010. *Acta Politica*, 48(4), 367–388. <https://doi.org/10.1057/ap.2013.5>
- Walter, A. S., & Vliegenthart, R. (2010). Negative Campaigning across Different Communication Channels: Different Ball Games? *The International Journal of Press/Politics*, 15(4), 441–461. <https://doi.org/10.1177/1940161210374122>
- Wicks, R. H., & Souley, B. (2003). Going Negative: Candidate Usage of Internet Web Sites during the 2000 Presidential Campaign. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(1), 128–144. <https://doi.org/10.1177/107769900308000109>