



# Masterproef Politieke Communicatie

## De media onder vuur?

Een kwantitatief onderzoek naar mediakritiek via Twitter door Vlaamse politici

August De Mulder



**Promotor: Prof. Dr. Steve Paulussen**

**Verslaggever: Prof. Dr. Peter Van Aelst**

Master Politieke Communicatie ([www.politiekecommunicatie.be](http://www.politiekecommunicatie.be))

S0153044

Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen

Academiejaar 2018-2019



## Abstract

Despite the presence of media-criticism by politicians throughout the Western world, research that focusses on the extent and form of political media-criticism is scarce. In our study, we contribute to filling this gap in academic literature by studying media-criticism via Twitter by Flemish politicians. We pose the following research questions: *"to what extent do Flemish politicians criticise the media via Twitter? What is the nature of their media-criticism via Twitter? And who is the target of their media-criticism via Twitter?"*. We answer these questions by conducting a quantitative content analysis of 1648 tweets by 68 politicians, in the non-election period of 15 October 2018 to 15 February 2019. This study establishes a theoretical framework by distinguishing the four most important critiques that politicians make: the media as "inaccurate", "biased", "negative" and "elitist". Our results show that politicians of most Flemish parties rarely criticise media via Twitter. Politicians of two parties, Vlaams Belang and N-VA, deviate from other politicians and criticize media more regularly. In addition, we show that politicians of Vlaams Belang and some politicians of N-VA criticise media in a more hostile and populist manner. In our conclusion, we discuss the implications of our results on media and their ability to perform their democratic duties.

**Keywords:** *media-criticism, populism, Belgium, Twitter, quantitative content analysis, fake-news, framing*

## Voorwoord

Ik heb enorm veel genoten van het schrijven van mijn masterproef. Ik vond het geweldig om een onderzoek van begin tot einde te doorlopen en me te verdiepen in dit interessante onderwerp. Ik wil dan ook als eerste mijn promotor, professor Steve Paulussen, bedanken. Met zijn gerichte feedback zorgde hij vanaf het begin van mijn masterproef voor de nodige structuur en richting. Ook was ik steeds welkom om vragen te stellen, waardoor ik altijd snel weer op weg kon. Hiervoor ben ik hem erg dankbaar.

Ook wil ik mijn ouders, grootouders, broer en zus, schoonbroer Nicholas en vriendin Luna bedanken voor de hulp die ze me boden met het vele denk- en naleeswerk. Mijn zus, Charlotte, wil ik in het bijzonder bedanken voor de grondigheid en het enthousiasme waarmee ze meermaals door mijn tekst is gegaan. Ook Geert en mijn mama ben ik dankbaar voor het dubbele codeerwerk dat ze op zich namen. Verder wil ik ook nog eens uitdrukkelijk mijn vriendin, Luna, bedanken. Zij maakte het voor mij heel gemakkelijk om me volledig op mijn thesis te smijten.

Tenslotte wil ik ook Pauline Ketelaars bedanken voor haar hulp bij het extraheren van de tweets. Ik ben zeker dat dit mij veel tijd en frustratie heeft bespaard.

# Inhoudsopgave

<b>Abstract</b> .....	<b>I</b>
<b>Voorwoord</b> .....	<b>II</b>
<b>Inhoudsopgave</b> .....	<b>III</b>
<b>Lijst met tabellen</b> .....	<b>IV</b>
<b>Lijst met figuren</b> .....	<b>IV</b>
<b>1 Probleemstelling</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Literatuurstudie</b> .....	<b>3</b>
2.1 <i>Mediakritiek, een lange geschiedenis van wantrouwen en strategie</i> .....	3
2.2 <i>Categorieën van mediakritiek</i> .....	5
2.2.1 Kritiek op de "inaccurate" media .....	5
2.2.2 Kritiek op de "vooringenomen" media.....	6
2.2.3 Kritiek op de "te negatieve" media .....	8
2.2.4 Kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media .....	9
2.3 <i>Mediakritiek in tijden van sociale media</i> .....	10
<b>3 Overzicht onderzoeksvragen en hypothesen</b> .....	<b>12</b>
<b>4 Methodologie</b> .....	<b>13</b>
4.1 <i>Selectie politici</i> .....	13
4.2 <i>Selectie tweets</i> .....	14
<b>5 Operationalisering</b> .....	<b>18</b>
<b>6 Resultaten</b> .....	<b>24</b>
6.1 <i>Mediaverwijzingen in politieke tweets</i> .....	24
6.1.1 Zelfpromotie.....	26
6.1.2 Kritiek op tegenstanders .....	27
6.1.3 Onderdeel van gesprek .....	28
6.1.4 Mediakritiek .....	28
6.2 <i>Aard van de mediakritiek van politici op Twitter</i> .....	31
6.2.1 Kritiek op de "vooringenomen" media.....	32
6.2.2 Kritiek op de "te negatieve" media .....	33
6.2.3 Kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media .....	33
6.2.4 Kritiek op de "inaccurate" media .....	34
6.3 <i>Doelwit van de mediakritiek van politici op Twitter</i> .....	37
6.4 <i>Evolutie mediakritiek van N-VA</i> .....	40
<b>7 Conclusie en discussie</b> .....	<b>42</b>
<b>8 Bibliografie</b> .....	<b>47</b>
<b>9 Appendix</b> .....	<b>50</b>

## Lijst met tabellen

Tabel 1: Overzicht van de onderzoeksvragen en hypothesen .....	12
Tabel 2: Overzicht van de 68 opgenomen politici, opgedeeld per selectie criterium .....	14
Tabel 3: Overzicht van de 109 gebruikte trefwoorden om mediatweets te selecteren .....	16
Tabel 4: Lijst met traditionele en alternatieve media, te raadplegen door codeur .....	20
Tabel 5: Aantal mediatweets gericht op traditionele en alternatieve media, opgedeeld per partij (N=1646).....	26
Tabel 6: Verband tussen partij en aantal mediakritische tweets - negatieve binomiale regressie (N=265).....	30
Tabel 7: Aantal politici die minstens één kritiek gaven op media, per partij (N=68) .....	31
Tabel 8: Aantal mediakritische tweets, opgedeeld per type mediakritiek en per partij (N=265) .....	32
Tabel 9: Verdeling tweets gericht op objectieve/subjectieve fout bij VB en N-VA (N=103) .....	35
Tabel 10: Verdeling tweets gericht op objectieve/subjectieve fout bij VB en N-VA, exclusief Francken (N=48) .	35
Tabel 11: Verdeling tweets gericht op misinformatie/desinformatie bij VB en N-VA (N=103) .....	36
Tabel 12: Aantal mediakritische tweets, opgedeeld per doelwit en per partij (N=265) .....	38
Tabel 13: Aantal mediakritische tweets van VB en N-VA exclusief Francken, opgedeeld per doelwit (N=121) ...	39
Tabel 14: Mediakritische tweets N-VA voor- en na regeringsval - Wilcoxon signed-rank test (N=148) .....	41
Tabel 15: Gemiddeld percentage mediatweets van verschillende doelen, opgedeeld per partij (N=1568) .....	50

## Lijst met figuren

Figuur 1: Aantal mediatweets van politici in periode 15 oktober - 15 februari, opgedeeld per partij (N=1646) .	25
Figuur 2: Gemiddeld percentage mediatweets van verschillende doelen, opgedeeld per partij (N=1568) .....	27
Figuur 3: Aantal mediakritische tweets, opgedeeld per partij (N=265) .....	30
Figuur 4: Aantal mediakritische tweets voor- en na de regeringsval, opgedeeld per partij (N=265) .....	40

# 1 Probleemstelling

Naar aanleiding van het nieuws dat hij in Vlaams-Brabant de lijst zal trekken voor Vlaams Belang, is Dries Van Langenhove op 9 januari 2019 te gast in de studio van Terzake, een duidingsprogramma van de Vlaamse openbare omroep. Het interview draait uit op een merkwaardig schouwspel, waarbij Van Langenhove de openbare omroep er meermaals van beschuldigt leugens te verspreiden. Eveneens verwijst hij naar de mogelijkheden van sociale media als tegenhanger van de "liegende" traditionele media: "ik [ben] bezig aan een nieuw mediakanaal, een nieuwskanaal om jullie fake news en leugens te gaan counteren in de toekomst" (Arnoudt, 2019). Het interview deed erg denken aan uitspraken van de Amerikaanse president Donald Trump. Ook hij gebruikt regelmatig labels als "Fake News" en beschuldigt de mainstream media ervan "gebiast" te zijn (Bennett & Livingston, 2018). De media ondubbelzinnig aanvallen en hun geloofwaardigheid in twijfel trekken via zijn persoonlijke twitteraccount zijn een bijna dagelijkse bezigheid geworden voor de Amerikaanse president (Ross & Rivers, 2018). Hoewel Trump zonder twijfel ongeëvenaard is in de frequentie en toon van zijn mediakritiek, zien we in de hele westerse wereld politici die openlijk de media op de korrel nemen.

Populistische politici in Europese landen als Oostenrijk, het Verenigd Koninkrijk, Zwitserland en Italië gebruiken eveneens sociale media als kanaal om hun ontevredenheid over de traditionele media te uiten (Engesser, Ernst, Esser, & Büchel, 2017). Het zou echter verkeerd zijn om mediakritiek door politici weg te zetten als een recent fenomeen dat uitsluitend voorkomt binnen het populistische discours van populistische politici. Mediakritiek komt immers voor over het volledige politieke spectrum, en is bovendien van alle tijden. Zo wordt de retoriek van de republikeinen in de VS reeds sinds het presidentschap van Nixon systematisch gekenmerkt door beschuldigingen van "linkse media" (Smith, 2010). Ook Engesser et al. (2017) tonen dat mediakritiek niet beperkt is tot populistische of extreme partijen, maar dat ook politici van traditionele partijen, zoals *Labour* en de *Conservatives* in Groot-Brittannië, in zekere mate aan mediakritiek doen. Rechts-populistische partijen blijken desalniettemin duidelijk de meest hevige mediakritici. Verschillende auteurs benadrukken hoe deze mediakritiek kan bijdragen tot een groter mediawantrouwen onder de bevolking, met mogelijke negatieve implicaties voor de goede werking van onze democratieën (Ladd, 2010; Smith, 2010).

Hoewel politieke mediakritiek simpelweg tot doel kan hebben om foutieve berichtgeving recht te zetten of om zichzelf te verdedigen tegen mediaberichtgeving, benadrukken auteurs eveneens het strategische aspect van aanvallen op media door politici (von Krogh, 2012). Zo kan men media bekritisieren in een poging om mediaframes te counteren en de eigen, meer gewenste frames te promoten. Meer problematisch kan mediakritiek eveneens gebruikt worden als strategische aanvalstechniek om journalisten te intimideren en bijgevolg kritische journalistiek tegen te werken (Niven, 2001).

In deze studie onderzoeken we in welke mate mediakritiek door Vlaamse politici zich manifesteert op Twitter. Wij stellen ons de eerste onderzoeksvraag:

***"In welke mate leveren Vlaamse politici mediakritiek via Twitter?"***

Om uitspraken te doen omtrent de "mate" van mediakritiek hebben we een populatie nodig waarmee we de hoeveelheid mediakritische tweets kunnen vergelijken. We stellen daarom volgende subvragen: "*Hoe vaak verwijzen Vlaamse politici naar media via Twitter?*" en "*Hoe vaak hebben deze tweets met mediaverwijzingen als doel kritiek te leveren op media?*".

Ook zijn we geïnteresseerd in de *wijze* waarop politici mediakritiek geven via Twitter. Wat verwijten politici de media precies wanneer ze kritiek geven? En wie is het doelwit van hun kritiek? Geven politici voornamelijk kritiek op de media in het algemeen? Of worden vooral specifieke media of journalisten bekritiseerd? We stellen daarom ook volgende onderzoeksvragen:

***"Wat is de aard van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?"***

***"Wie is het doelwit van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?"***

Ondanks de hierboven reeds geschetste maatschappelijke relevantie, is de wetenschappelijke literatuur die zich specifiek focust op de mate en wijze dat politici de media bekritisieren eerder beperkt (von Krogh, 2012). Naast studies die zich richten op de impact van mediakritiek op mediavertrouwen (Ladd, 2010; Smith, 2010; Watts, Domke, Shah, & Fan, 1999) wordt mediakritiek veeleer behandeld als onderdeel van een populistische communicatiestijl, als uiting van een anti-establishmentpositie (Bracciale & Martella, 2017; Engesser et al., 2017; Jagers & Walgrave, 2007). In deze populisme-studies wordt het fenomeen "mediakritiek" eerder oppervlakkig behandeld, naast andere kenmerken van populisme. Door diepgaander te focussen op de mate en vorm van mediakritiek door politici, kan dit onderzoek bijdragen tot beter inzicht in dit fenomeen.

In Vlaamse context onderzochten Jagers en Walgrave (2007) reeds kenmerken van populisme in de communicatie van politieke partijen, waaronder kritiek op de traditionele media. Op basis van een kwantitatieve inhoudsanalyse van de zendtijd voor politieke partijen op de openbare oproep tonen zij aan dat van alle partijen, het populistische Vlaams Belang (toen nog Vlaams Blok) het meest frequent de media bekritiseerde in de periode 1999-2001. Bij andere partijen blijkt mediakritiek een eerder marginaal fenomeen. De keuze van hun sample maakte echter dat zij enkel zicht hadden op communicatie die tot stand kwam na lange deliberatie door de partijtop (Jagers & Walgrave, 2007).

Door ons in dit onderzoek te focussen op de communicatie van individuele politici via hun persoonlijke twitteraccounts, verwachten we een zuiverder beeld te krijgen van hoe mediakritiek door politici zich manifesteert in Vlaanderen. Twitter is namelijk bij uitstek een individueel platform, waar politici aanwezig zijn niet als deel van hun eigen politieke partij maar als individuele personen (Enli & Skogerbø, 2013). Dit maakt dat we niet enkel een beeld krijgen van verschillen in mediakritiek tussen partijen, maar ook mogelijk variaties kunnen opmerken binnen partijen.

Tenslotte benadrukken verschillende auteurs hoe sociale media als Twitter specifiek kunnen dienen als handige tool voor mediakritiek (Engesser et al., 2017; Gerbaudo, 2018) Ons onderzoek probeert zo een gedetailleerd beeld te geven van mediakritiek door politici in tijden van sociale media.



## 2 Literatuurstudie

### 2.1 Mediakritiek, een lange geschiedenis van wantrouwen en strategie

Reeds in het begin van de 20ste eeuw was de pers onderhevig aan hevige kritiek, zowel vanuit de mediasector als daarbuiten. Walter Lippmann veroordeelde als journalist reeds in de jaren 20 de "gebiaste" en "incompetente" verslaggeving van The New York Times in hun berichtgeving over de Russische revolutie. Ook vanuit de politiek, waarop onze focus in dit onderzoek ligt, waren begin vorige eeuw kritische stemmen te horen en klaagde Theodore Roosevelt openlijk over journalisten die hun professionele grenzen overtraden. De vicepresident onder Nixon, Spiro Agnew, was nog radicaler in zijn kritiek en veroordeelde het negativisme in de pers en lag mee aan de basis van de vandaag nog veel gehoorde verwijten van "linkse media" (Goldstein, 2007). De huidige president van de Verenigde Staten, Donald Trump, zet deze traditie verder door op systematische en erg expliciete wijze de media onder vuur te nemen (Bennett & Livingston, 2018; Haller & Holt, 2018; Ross & Rivers, 2018).

Mediakritiek is echter niet beperkt tot de VS. Ook in de rest van de wereld zien we gelijkaardige fenomenen. Jagers en Walgrave (2007) toonden in hun studie hoe het populistische Vlaams Belang de media meermaals onder vuur neemt via de zendtijd die politieke partijen kregen op de openbare omroep. Ook in andere Europese landen zien we politieke leiders die via hun sociale media-accounts de traditionele media bekritisieren (Engesser et al., 2017; Pal, Thawani, van der Vlugt, Out, & Chandra, 2018). Zo noemde Frauke Petry, een van de leiders van de rechts-populistische partij Alternative für Deutschland (AfD), de traditionele media de "Pinokkio-pers". Ook de Vrijheidspartij van Oostenrijk (FPÖ) staat bekend voor haar frequente kritiek op de openbare omroep (Haller & Holt, 2018).

Ondanks deze lange geschiedenis is de wetenschappelijke literatuur rond politieke mediakritiek eerder beperkt (von Krogh, 2012). Er bestaat echter wel een consensus dat constructieve mediakritiek wenselijk en zelfs noodzakelijk is in een democratische samenleving (Caspi, 1981). Auteurs hebben dan ook reeds pogingen gewaagd om dit type mediakritiek te omschrijven (Ihlebak, 2018). Een dominante opvatting vinden we bij Wyatt (2007), die mediakritiek ziet als *"the ongoing exchange of debate among members of the press and between the press and its audience over the role and performance of the press in a democratic society"* (p. 7). In deze definitie wordt het belang van dialoog tussen journalisten en de rest van de maatschappij onderstreept en dit met het oog op het behoud of het versterken van kwaliteitsvolle journalistiek. Dit laatste, op een constructieve wijze de kwaliteit van de media en journalistiek trachten verbeteren, is wederkerend als notie die ten gronde zou moeten liggen van goede mediakritiek (von Krogh, 2012).

Mediakritiek bevat echter meer dan deze ideale, constructieve vormen. Uit deze definitie blijkt een erg veeleisende en professionele vorm van mediakritiek waar zelden aan wordt voldaan. Vaak is mediakritiek, eerder dan een rationele poging om de media te verbeteren, een emotionele uitlating van mediacyanisme of mediawantrouwen (Ihlebak, 2018). Niet enkel onder burgers, maar ook onder politici blijkt er groot wantrouwen te leven ten opzichte van journalisten (Van Aelst & Aalberg, 2011).

De relatie tussen journalisten en politici wordt gekenmerkt door een onderlinge afhankelijkheid (Mancini, 1993; Van Aelst & Aalberg, 2011). Politici zijn voor een groot deel aangewezen op de media

om hun ideeën tot het volk te krijgen, terwijl journalisten evenzeer afhankelijk zijn van politici voor de input van hun nieuws (Matthes, Maurer, & Arendt, 2017). Tegelijkertijd bestaat de relatie inherent uit spanningen en conflict. Politici en journalisten zijn het niet altijd eens over wat nieuwswaardig is en hoe gebeurtenissen zouden moeten worden gerapporteerd. Ook willen politici niet enkel in de media verschijnen, ze willen ook een zekere mate van controle behouden over hun boodschap, en hekelen overmatig actieve of interpreterende journalisten (Van Aelst & Aalberg, 2011). Een zekere mate van wantrouwen van politici ten opzichte van journalisten is dan ook een natuurlijk deel van hun bijzondere relatie.

Verschillende auteurs verklaren de ontevredenheid en het wantrouwen van politici naar de media toe gedeeltelijk vanuit het "hostile media phenomenon" (HMP) (Matthes et al., 2017; Smith, 2010; Vallone, Ross, & Lepper, 1985). Vallone, Ross en Lepper (1985) introduceerden dit concept om aan te duiden dat mensen die sterk betrokken zijn bij of geïnteresseerd zijn in de nieuwsberichtgeving, de neiging hebben om deze mediaberichtgeving te zien als oneerlijk gebiast ten opzichte van de opvattingen die zij dragen. Dit effect wordt bovendien sterker naarmate men meer geïnteresseerd is in of betrokken is bij de berichtgeving. Als erg betrokken en geïnteresseerde individuen bij politieke issues, is het HMP ook van toepassing op politici (Matthes et al., 2017; Smith, 2010).

Binnen deze conflictueuze en wantrouwige relatie onderscheiden we in deze studie vier concrete motieven voor mediakritiek. Kritiek van politici op media is vaak simpelweg een reactie op effectief of vermeend foutieve berichtgeving, een poging om foutieve berichtgeving recht te zetten. Auteurs benadrukken eveneens het strategische aspect van mediakritiek door politici. Zo kan kritiek op de media deel uitmaken van een poging van stakeholders om de media te beïnvloeden en zo te wegen op de framing en agendasetting van gebeurtenissen. De mediakritiek door de Nixon-administratie zou in deze categorie kunnen worden geplaatst (von Krogh, 2012). Bovenstaande motieven voor mediakritiek, enerzijds foutieve berichtgeving rechtzetten en anderzijds eigen frames promoten en mediaframes counteren, komen voor bij politici uit het gehele politieke spectrum en kan men plaatsen binnen een "gezond" democratisch debat.

Auteurs zoals Niven (2001) verwijzen naar andere strategische voordelen die politici halen uit het roepen van mediabias. Net als een voetbalcoach die systematisch klaagt bij de scheidsrechter om er voordeel uit te halen, zouden politici door het wekken van de perceptie van gebiaste media hopen op voor hen voordelige overcompensatie. De van bias betichte media zullen immers omzichtig zijn om die perceptie niet te versterken en worden zo belemmerd in de kritische uitvoering van hun job. Men kan spreken van een "chilling-effect" (Kenyon, 2010): mediakritiek met als doel journalisten te intimideren om bepaalde zaken niet of anders te berichten.

Tenslotte benadrukken auteurs ook het strategische aspect van mediakritiek voor populistische politici in het bijzonder. Door de media aan te vallen probeert men zich te profileren als "anti-establishmentfiguur" en spreekt men volgers aan die zich niet vertegenwoordigd voelen door de mainstreammedia. Ongunstige berichtgeving wordt hierbij weggezet als "fake news", gepropageerd door de elite (Mazzoleni, 2008). In tegenstelling tot de eerst besproken motieven, zijn het "chilling-effect" en "anti-elitarisme" vooral gelinkt met autoritaire en populistische politici.

## 2.2 Categorieën van mediakritiek

Doordat de literatuur rond mediakritiek eerder beperkt is (von Krogh, 2012), is er tot op heden geen theoretisch kader rond de meest prominente kritieken die politici uiten op media. In dit onderzoek proberen we op dit vlak een bijdrage te leveren. De vier motieven die we hierboven reeds besproken, vertalen zich naar onzes inziens in vier belangrijke categorieën van mediakritiek: kritiek op de "inaccurate" media, kritiek op de "vooringenomen", "gebiaste" media, kritiek op de "te negatieve" media en tenslotte, kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media. Deze typologie van kritieken is geenszins exhaustief of mutueel exclusief. Niet alle mediakritische uitspraken door politici zullen binnen deze vier categorieën passen, noch zullen allen slechts binnen één categorie te plaatsen zijn. De categorisering draagt echter wel bij tot een beter begrip en kadering van de voornaamste mediakritische uitspraken door politici, met andere woorden tot "de aard" van politieke mediakritiek.

### 2.2.1 Kritiek op de "inaccurate" media

De accuraatheid van berichtgeving is een van de meest fundamentele principes in de journalistiek. Dit principe wordt echter regelmatig, bewust of onbewust, geschonden (Maier, 2005). Sinds de jaren '30 toonden meerdere onderzoekers reeds aan dat ongeveer de helft van alle nieuwsberichtgeving wel op een of andere manier een "fout" bevat (Singletary, 1980). Een meer recente studie van Maier (2005) bevestigt deze verontrustende cijfers. In zijn studie ziet hij dat in meer dan 60 procent van de onderzochte lokale nieuwsverhalen fouten werden opgemerkt door de geciteerde nieuwsbronnen.

Auteurs onderscheiden twee verschillende categorieën van fouten in de berichtgeving, zijnde enerzijds "objectieve" fouten en anderzijds "subjectieve" fouten (Berry Jr, 1967; Maier, 2007; Singletary, 1980). Objectieve fouten verwijzen naar feitelijke of mechanische fouten zoals typfouten, spelfouten en het verkeerd berichten van namen, leeftijden, adressen, citaten, tijden, locaties en data. Subjectieve fouten verwijzen naar fouten in de presentatie van de feiten, zoals misleidende titels, overdrijving en sensationalisering, of selectieve berichtgeving (Berry Jr, 1967; Maier, 2007).

Een verder onderscheid in foutieve berichtgeving zou kunnen bestaan in het verschil tussen "misinformatie" en "desinformatie". Met misinformatie bedoelt men de onopzettelijke verspreiding van inaccurate informatie zonder kwaadwillige bedoelingen. Desinformatie is daarentegen de opzettelijke creatie en verspreiding van informatie waarvan de valsheid is geweten (Bennett & Livingston, 2018; Ross & Rivers, 2018). Hoewel de eerste, meer onschuldige categorie van fouten ongetwijfeld het meeste voorkomt, zijn er ook voorbeelden van desinformatie door journalisten van traditionele media. Zo schreef journalist Stephen Glass eind jaren '90 minstens 23 verhalen voor de krant *The New Republic*, die geheel of gedeeltelijk waren gefabriceerd (Maier, 2007). Gelijkaardig hieraan is het verhaal van Pardiep Ramesar, een journalist van de Nederlandse krant *Trouw*. Ook hij verzon jarenlang verhalen die geen feitelijke basis zouden hebben. Zo voert Ramesar in zijn artikels rond o.a. jihadisme en mensenhandel 126 personen op, die later niet blijken te bestaan (Van Es, 2014).

Een term die, gepopulariseerd door Donald Trump, de laatste jaren opgang maakt in het discours van politici en binnen dit type mediakritiek kan worden geplaatst, is de term "Fake news". Deze term

wordt volgens verschillende auteurs door Trump en andere mediakritische politici regelmatig gebruikt in een poging om de geloofwaardigheid van de traditionele media te ondermijnen (Bennett & Livingston, 2018; Nielsen & Graves, 2017; Ross & Rivers, 2018).

Naast de mogelijke problematische doeleinden waarvoor hij wordt gebruikt, is de term "fake news" ook op zichzelf problematisch. Het is namelijk een erg brede en slecht gedefinieerde term, waarbij het niet duidelijk is of het gaat om misinformatie of desinformatie (Nielsen & Graves, 2017). Op die manier wordt door het gebruik van de term een aura van kwaadwilligheid en bedrieglijkheid rond de van "fake news" betichte bron gecreëerd. Dit terwijl een ongelukkige spelfout zeker niet op dezelfde hoogte kan worden geplaatst als een bewust gefabriceerd verhaal. Bovendien verwijst de term eveneens naar het vele nepnieuws dat op het internet circuleert (Nielsen & Graves, 2017). Door deze term te gebruiken om traditionele media te bekritisieren, worden deze geassocieerd met en op dezelfde hoogte geplaatst als obscure nepnieuwssites.

### 2.2.2 Kritiek op de "vooringenomen" media

Het concept "mediabias", doelend op vooringenomen media, is gelinkt aan het concept "framing". Ook dit label duikt regelmatig op wanneer politici ontevreden zijn over berichtgeving. Zo noemde Tom Van Grieken (2018) via zijn persoonlijke twitteraccount de berichtgeving over de verkiezingsoverwinning van Forza Ninove "walgelijke framing". Ook N-VA-voorzitter Bart De Wever beschreef eerder de "bewuste framing" van het VRT-programma De Afspraak als "om van te kotsen" (Decaestecker, 2016). Het concept wordt hier gebruikt met een duidelijk negatieve connotatie, en verwijst schijnbaar naar een bewuste vertekening, of bias, in de berichtgeving.

Een vooraanstaande definitie van *framing* vinden we bij Entman (1993). Hij beschrijft het proces van framen als volgt: "*To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation*" (p. 52). Entman benadrukt in zijn definitie het belang van selectie en het meer opvallend maken van bepaalde elementen. Framing wordt hierbij begrepen als een soort "second-level agenda-setting" (Bosman & d'Haenens, 2008). Een andere aanpak vinden we bij Capella and Jamieson (1997). Zij beschrijven nieuwsframes als: "*those rhetorical and stylistic choices ... that alter the interpretation of the topics treated.*" (p. 39). Net als Entman benadrukken zij dat de manier waarop iets wordt "geframed", de interpretatie van het issue beïnvloedt. Echter, waar Entman eerder de selectie en het meer opvallend maken van bepaalde elementen (*wat*) in de berichtgeving benadrukt, hebben Capella en Jamieson het eerder over de manier waarop (*hoe*) over een issue wordt berichtgegeven. Beiden hebben echter minder oog voor de manier waarop nieuwsframes tot stand komen.

Berbers et al. (2016) bieden hieromtrent meer duidelijkheid en definiëren frames als "*interpretative packages, created by journalists and partly based on the perspective of sources invested in politics (i.e. frame advocates).*" (p. 800). Hierbij komen de frames die journalisten gebruiken tot stand onder invloed van een veelvoud aan factoren, waaronder mediaroutines, persoonlijke interpretaties van journalisten, organisationele en maatschappelijke factoren en activiteiten van "frame advocates". Met dit laatste bedoelt men personen of groepen die er belang bij hebben dat de media een gebeurtenis op een specifieke manier gaan framen. Door deze focus op de totstandkoming van

frames en hoe deze worden beïnvloed door persoonlijke interpretaties en organisatorische of externe belangen, ligt deze definitie van Berbers et al. (2016) dicht bij de manier waarop politici de term "framing" gebruiken wanneer ze mediakritiek geven. Politici lijken hiermee namelijk te verwijzen naar een soort bias in de berichtgeving, onder druk van bepaalde, o.a. politieke en sociaal-economische belangen. Ook Entman (2007) schreef over de conceptuele verbondenheid van beide begrippen. Hij definieert "bias" als "*consistent patterns in the framing of mediated communication that promote the influence of one side in conflicts over the use of government power*" (p. 166). Hij ziet bias hier dus als een consistente framing ten voordele van een bepaalde partij. Op deze manier zijn uitspraken van politici die de "framing" van de media veroordelen in het voordeel van een bepaalde partij in deze categorie van mediakritiek te plaatsen.

De notie van een "liberal bias" kent een lange geschiedenis in de VS. Reeds sinds het presidentschap van Richard Nixon wordt de retoriek van republikeinse politici gekenmerkt door beschuldigen van een vooringenomen of gebiaste media (Smith, 2010). Zo herhaalden zowel George Bush als George W. Bush meermaals dat de media gebiast zouden zijn ten nadele van hun familie en deelde George Bush tijdens zijn presidentscampagne in 1992 zelfs bumperstickers uit met daarop geschreven "Annoy the Media, Re-Elect George Bush" (Niven, 2001; Watts et al., 1999). Ook Bob Doyle, presidentskandidaat in 1996, liet zich opmerken met zijn kritiek op de "linkse" media, die hij zag als reden voor zijn verlies tegen Bill Clinton (Watts et al., 1999). Beschuldigingen van mediabias zijn echter niet beperkt tot republikeinse politici. Zo bekritiseerde Hillary Clinton tijdens de democratische *primaries* van 2008 de media voor de volgens haar overmatig positieve berichtgeving die haar tegenstander Barack Obama zou krijgen. Hoewel eveneens beschuldigingen van rechtse bias voorkomen (zo zou president Reagan op gunstigere berichtgeving hebben kunnen rekenen), worden de media overwegend beschuldigd door politici uit het rechtse spectrum omwille van een gepercipieerde "linkse mediabias" (Niven, 2001).

Watts et al. (1999) onderzochten in hun studie welke factoren bijdragen tot de groeiende perceptie in de VS dat de nieuwsmedia een "liberal bias" zouden bevatten. De auteurs tonen aan dat de stijgende publieke perceptie van een "liberal bias" veeleer te wijten is aan blootstelling aan verwijten van mediabias, dan dat het een gevolg is van effectieve biases in de berichtgeving. Op die manier zouden de uitspraken door politici belangrijke signalen of "cues" zijn voor burgers bij het vormen van hun impressie over het al dan niet gebiast zijn van nieuwsberichtgeving. De auteurs stellen dat dit ook begrijpelijk is. De politieke realiteit is immers zo complex dat het voor burgers niet mogelijk is om een balans op te maken van de berichtgeving en te oordelen of deze gebiast zou zijn in het voordeel van een bepaalde partij. Bijgevolg zijn mensen erg afhankelijk van signalen van elites, zoals politici, bij het helpen met hun evaluatie van de berichtgeving.

Smith (2010) bouwt verder op dit werk van Watts et al. (1999). Waar Watts et al. aantonen dat elite cues, eerder dan werkelijke biases, verantwoordelijk zijn voor de stijgende perceptie van bias, onderzoekt Smith hoe dit proces precies in zijn werk gaat. Het is namelijk mogelijk dat, zoals Watts et al. (1999) suggereerden, burgers elite cues overnemen om hun mening te vormen over de media. Dit impliceert echter dat politici de perceptie van mediabias kunnen verhogen zelfs wanneer er geen bias is. Dit heeft potentieel problematische implicaties voor de werking van de media in onze representatieve democratie. Immers, als elite-aanvallen de perceptie onder burgers van een gebiaste media kunnen verhogen, hebben zij het potentieel om politieke verantwoording te verzwakken. De

mate waarin de media hun taken als "public informants" en "government watchdogs" kunnen uitvoeren is namelijk in grote mate afhankelijk van hun geloofwaardigheid. Een andere mogelijkheid is dat politici door de media te bekritisieren effectief bestaande biases in de berichtgeving simpelweg meer opvallend maken voor burgers, en mensen zo ook meer bewust worden van de bestaande biases. Dit impliceert dat aanvallen van politici op de media enkel effectief zouden zijn wanneer er ook werkelijk biases waar te nemen zijn. Dit laatste zou niet problematisch zijn en net erg positief, aangezien politici door hun mediakritiek weinig kwaliteitsvolle journalistiek zouden aanklaarten en bijgevolg de pers gezond zouden houden.

Op basis van zijn experimentele studie toont Smith (2010) echter dat mensen eerder cues van politici overnemen en op basis daarvan een mening vormen over de kwaliteit van de mediaberichtgeving, los van het effectieve bestaan van biases. Ook Ladd (2009) toont dat mediakritische uitspraken door politici de attitude van burgers over de media sterk kunnen beïnvloeden. Deze bevindingen zijn in lijn met eerdere studies van Zaller (1992) en Mondak (1993) die eveneens stellen dat mensen sterk afhankelijk zijn van elitesignalen wanneer ze politieke informatie verwerken.

We stellen volgende hypothese:

H1: Politici aan de rechterzijde van het politieke spectrum beschuldigen de media vaker van "biases" dan politici aan de linkerzijde van het politieke spectrum.

### 2.2.3 Kritiek op de "te negatieve" media

Een veel gehoorde kritiek op de media is dat ze te veel "negatief nieuws" brengen. De eerdergenoemde ex-vice-president van de VS, Spiro Agnew, is eveneens bekend omwille van zijn uitspraak in 1970 waarin hij naar de pers verwees als 'nattering nabobs of negativism' (Bennett & Livingston, 2018). Waar beschuldigingen van mediabias controversieel zijn, is er meer overeenstemming over de overheersing van negatief nieuws in de politieke berichtgeving. Zo tonen verschillende studies hoe negatieve verhalen duidelijk prominenter in het nieuws komen dan positieve verhalen (Niven, 2001). Groeling en Kernell (1998) vonden bijvoorbeeld dat veranderingen in de populariteit van een president eerder media-aandacht zullen krijgen wanneer het een trend in de negatieve richting is, dan wanneer men een positieve trend opmeet. Niven (2001) komt tot een gelijkaardige bevinding in zijn studie rond de berichtgeving over werkloosheid tijdens de presidentschappen van George Bush en Bill Clinton. Hieruit blijkt dat in periodes met hoge werkloosheid, de berichtgeving rond de werkloosheidscijfers 45 percent hoger was dan in periodes met lage werkloosheid. Eveneens waren artikels 13 percent langer, drie keer zo waarschijnlijk om op de voorpagina te staan en vier keer zo waarschijnlijk om duidelijk naar de president te verwijzen, waarbij deze verwijzingen met een duidelijk negatieve toon gebeurde.

Capella en Jamieson (1996, 1997) hebben het eveneens over de negativiteit van de media. Zij stellen dat de laatste decennia een verandering heeft plaatsgevonden in de politieke berichtgeving. Hierbij zouden media meer zijn gaan focussen op de motieven en stijl van politici, eerder dan op inhoud, beleid of oplossingen. Deze "strategische news frames" zouden bijdragen tot een "spiral of cynicism", waarbij politiek cynisme, en indirect eveneens mediacyanisme, gevoed wordt. Andere auteurs nuanceren deze stelling en tonen dat de relatie tussen mediaberichtgeving en politiek- en mediacyanisme erg afhankelijk is van de mate en specifieke inhoud van het strategische nieuws (De

Vreese, 2005) en vooral bestaat bij politiek bewuste burgers (Ladd, 2010).

#### 2.2.4 Kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media

Kritiek op de traditionele media is sterk gelinkt aan populisme. In haar bredere definitie wordt door de meeste auteurs, naast verwijzingen naar "het volk" en "de exclusie van bepaalde bevolkingsgroepen", een "anti-elite positie" als belangrijk aspect gezien van een populistische communicatiestijl. Deze elites kunnen economische, politieke of intellectuele elites zijn, maar eveneens de media (Engesser et al., 2017; Jagers & Walgrave, 2007; Mazzoleni, 2008). Het aanvallen van de media is dan ook een terugkerend fenomeen op de twitteraccounts van politici van populistische partijen als het Oostenrijkse SPÖ, het Britse UKIP of het Duitse AfD. Vooral de publieke omroepen moeten het ontgelden als deel van "het establishment" (Engesser et al., 2017; Haller & Holt, 2018). Jagers en Walgrave (2007) tonen in hun studie eveneens dat van alle Vlaamse partijen, het rechts-populistische Vlaams Belang het meest frequent de media bekritiseert. De opgang van populistische, anti-establishment attitudes en bewegingen in de westerse wereld heeft geleid tot termen als "lügenpresse", "de MSM" of "polcor-pers" om traditionele media aan te duiden als deel van het 'politiek-correcte' establishment dat haar politieke agenda wil opdringen aan het volk (Haller & Holt, 2018).

Populistische politici van het linkse- en het rechtse politieke spectrum delen een anti-establishment houding, maar deze lijkt zich te richten op verschillende doelwitten. Links-populistische partijen vallen vooral de economische en politieke elite aan. Aanvallen op de media-elite zijn veeleer beperkt tot recht-populistische politici (Gerbaudo, 2018). Wij verwachten in onze studie bijgevolg dat aanvallen op de traditionele media vooral zullen voorkomen bij de rechts-populistische partij Vlaams Belang. Dit ligt in lijn met de resultaten van Jagers en Walgrave (2007). Eveneens verwachten we dat bepaalde politici van de rechts-conservatieve partij N-VA een hoge mate van mediakritiek uiten via hun twitteraccounts. Hoewel onderzoek toont dat N-VA als partij of vanuit hun programma niet als populistisch kan worden gecategoriseerd (van Haute, Pauwels, & Sinardet, 2018), wordt er gewezen op het populistische karakter van individuele politici van de partij. Zo wijst politicologe Sarah de Lange op de discrepantie tussen het discours van individuele politici en de officiële partijlijn van N-VA (Vidal, 2018). Aangezien Twitter een individueel medium is waarbij politici kunnen afwijken van de partijcommunicatie (Enli & Skogerbø, 2013), verwachten we dat bepaalde politici van N-VA een hoge mate van mediakritiek zullen uiten via hun twitteraccount.

Tenslotte maken we een onderscheid in het doelwit waarop politici hun mediakritiek richten. In de reeds vermelde studie van Jagers en Walgrave (2007) stelt men dat het anti-elitarisme radicaler en feller is naarmate het meer diffuus is gericht; naarmate het is gericht op meer algemene doelwitten. Kritiek op "de media" of "de pers" in het algemeen is hierbij vijandiger en meer populistisch dan kritiek op een specifiek medium zoals de krant De Morgen. Wij verwachten ook in deze studie dat mediakritiek door rechts-populistische politici meer diffuus gericht zal zijn dan mediakritiek door andere politici.

We stellen volgende hypothesen:

H2: Rechts-populistische politici leveren vaker mediakritiek via Twitter omwille van het vermeend elitaire of 'politiek correcte' karakter.

H3: Rechts-populistische politici leveren vaker mediakritiek met als doelwit de media in het algemeen.

### 2.3 Mediakritiek in tijden van sociale media

Hoewel mediakritiek door politici altijd heeft bestaan, zorgt de opgang van sociale media voor een nieuwe dimensie bij dit fenomeen. Met de komst van sociale media zoals Twitter hebben politici de mogelijkheid gekregen om de kritische journalist te omzeilen en rechtstreeks een groot publiek te bereiken. Met deze disintermediatie verschuift de machtsverhouding tussen media en politiek in het voordeel van die laatste. Politici zijn immers niet meer afhankelijk van de traditionele media om tot mogelijke kiezers te spreken en kunnen de kwaliteitscontrole en nieuwswaarden van journalisten omzeilen. Bovendien worden ze zelf een nieuwsplatform, waarbij ze meer controle krijgen over de framing van publieke gebeurtenissen (Broersma & Graham, 2016; Ekman & Widholm, 2015). Politici hebben zo een bijkomende incentive om de media aan te vallen en de geloofwaardigheid van journalisten in twijfel te trekken. Het wordt voor deze politici hierbij gemakkelijker om het gewenste frame aan te bieden aan hun volgelingen. Immers, hoe minder de burgers de traditionele media geloven, hoe meer relatieve waarde de boodschappen van politici via sociale media krijgen.

Ross en Rivers (2018) plaatsen de mediakritiek van de Amerikaanse president Donald Trump binnen deze strategie. Zo zou Trump Labels als "fake news" systematisch gebruiken in een poging om de geloofwaardigheid van de, voor hem vaak kritische, media te ondermijnen en zichzelf bij zijn volgers te positioneren als de enige geloofwaardige bron van nieuws. Op deze manier tracht hij meer controle te verkrijgen over de framing, en bijgevolg ook over de interpretatie van publieke gebeurtenissen. Andere auteurs stellen eveneens dat Twitter een handige tool is voor politici om journalistieke gatekeepers te omzeilen en meer controle te verkrijgen over eigen boodschappen (Engesser et al., 2017). Bovendien blijken media-aanvallende tweets populairder te zijn onder volgers en leiden ze tot meer retweets (Lee & Xu, 2018). Dit maakt dat een mediakritische tweet de kans verhoogt om als politicus relevant te worden beschouwd en bijgevolg opgenomen te worden in de bekritiseerde mainstreammedia. Hierdoor bereikt de politicus door zijn Twitter-gebruik niet enkel zijn reeds overtuigde volgelingen wanneer hij de media beschuldigt van biases, maar ook het grotere publiek.

Engesser et al. (2017) stellen dan ook dat politici, en populistische politici in het bijzonder, met de komst van sociale media een hybride communicatiestrategie zullen nastreven. Politici zullen nog steeds veel belang hechten aan het verspreiden van hun boodschappen via de traditionele kanalen. Ze blijven immers in zekere mate afhankelijk van de publiciteit van de traditionele massamedia. Hierbij moeten hun boodschappen echter voldoen aan de medialogica en geven politici een grote mate van controle over hun boodschap uit handen, en kan deze onmiddellijk gekaderd, bekritiseerd en zelfs aangepast worden door de betrokken journalist. Bijgevolg zullen politici zich eveneens begeven tot de sociale media. Hier kunnen ze ongemedieerd en zonder kritische kadering van journalisten hun volgelingen toespreken en die boodschappen verspreiden die niet aan de nieuwswaarden van de traditionele media voldoen. Bovendien kunnen ze deze media, indien ze niet tevreden zijn over de berichtgeving, bekritisieren via hun persoonlijke twitteraccount. Wanneer deze tweet voldoende populair is onder de volgers, wordt deze wellicht nieuwswaardig geacht en wordt het voorval opgenomen in de traditionele media. Hierdoor kan de politicus alsnog het voor hem



meest gewenste frame tot het grotere publiek brengen, of kan hij het door de media gehanteerde frame trachten te ondermijnen.

Het laatste decennium zien we bovendien een opgang van alternatieve, partijdige onlinemediën (Ihlebaek, 2018). Deze alternatieve mediën zijn vaak erg kritisch voor de traditionele mediën en kenmerken zich door populistisch, anti-systeem en anti-elite sentiment (Haller & Holt, 2018). Mediakritische uitspraken via sociale mediën door politici, en populistische politici in het bijzonder, gaan dan ook regelmatig gepaard met het promoten van deze alternatieve, duidelijk partijdige mediën (Bennett & Livingston, 2018; Haller & Holt, 2018). Naast de eerder besproken vormen van rechtstreekse mediakritiek, beschouwen we het promoten of delen van alternatieve mediën als een onrechtstreekse vorm van mediakritiek op de traditionele mediën.

Mediakritiek is echter slechts een van vele doelen wanneer politici verwijzen naar mediën via Twitter. Een inhoudsanalyse van tweets door parlementsleden in de VS toont dat politici Twitter voornamelijk gebruiken om informatie te verspreiden, en dit vooral door nieuwsartikelen te delen over zichzelf. Mediaverwijzingen via Twitter vormen zo een manier om zichzelf of partijgenoten te promoten (Golbeck, Grimes, & Rogers, 2010). Enli & Skogerbø (2013) benadrukken eveneens hoe Twitter door politici voornamelijk wordt gebruikt om boodschappen te verspreiden omwille van zelf-marketing. Andere auteurs tonen hoe Twitter zich eveneens aandient als tool voor politieke oppositie, om politieke tegenstanders te bekritisieren (Van Kessel & Castelein, 2016). Eerder onderzoek naar het Twittergedrag van Vlaamse politici in niet-verkiezingstijd toont dat ongeveer een vijfde van alle tweets bedoeld is om tegenstanders te bekritisieren, om negatieve campagne te voeren (Janssen, 2018). Tenslotte biedt de grote aanwezigheid van journalisten op Twitter (Broersma & Graham, 2013) ook de mogelijkheid om in directe dialoog te gaan met mediën-actoren. Tweets die verwijzen naar mediën noemen we in het verdere verloop van deze studie "mediatweets".

### 3 Overzicht onderzoeksvragen en hypothesen

Tabel 1: Overzicht van de onderzoeksvragen en hypothesen

Onderzoeksvragen en hypothesen
<b>OV1: In welke mate leveren Vlaamse politici mediakritiek via Twitter?</b>
OV1a: Hoe vaak verwijzen Vlaamse politici naar media via Twitter?
OV1b: Hoe vaak hebben deze tweets met mediaverwijzingen als doel kritiek te leveren op media?
<b>OV2: Wat is de aard van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?</b>
H1: Politici aan de rechterzijde van het politieke spectrum beschuldigen de media vaker van "biases" dan politici aan de linkerzijde van het politieke spectrum.
H2: Rechts-populistische politici leveren vaker mediakritiek via Twitter omwille van het vermeend elitaire of 'politiek correcte' karakter.
<b>OV3: Wie is het doelwit van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?</b>
H3: Rechts-populistische politici leveren vaker mediakritiek met als doelwit de media in het algemeen.

## 4 Methodologie

In deze studie trachten we een antwoord te vinden op de onderzoeksvragen:

**OV1: In welke mate leveren Vlaamse politici mediakritiek via Twitter?**

**OV2: Wat is de aard van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?**

**OV3: Wie is het doelwit van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?**

We maken hierbij gebruik van een kwantitatieve inhoudsanalyse van tweets waarin Vlaamse politici verwijzen naar media of media-actoren. Eerder onderzoek rond mediakritiek is beperkt, waardoor we grotendeels gebruik maken van zelf geconstrueerde categorieën, desalniettemin geïnspireerd door de wetenschappelijke literatuur.

We focussen ons in dit onderzoek uitsluitend op Vlaamse politici van de zeven grootste partijen in Vlaanderen. Enkel van de Belgische arbeiderspartij (PVDA-PTB) nemen we Franstalige politici op aangezien dit de enige op nationaal gestructureerde partij is in Vlaanderen. Daarnaast zullen we ons focussen op een niet-campagne periode. Hierdoor kunnen we uitspraken doen over de manier waarop politici de media bekritisieren in een periode waarin politici niet onder directe druk staan van verkiezingen. Onze dataset start op de dag na de gemeenteraadsverkiezingen van 2018 en loopt door tot meer dan drie maanden voor de federale en Vlaamse verkiezingen. Meer specifiek onderzoeken we een periode van vier maanden, van 15 oktober 2018 tot 15 februari 2019.

### 4.1 Selectie politici

De politici die we in deze studie onderzoeken, selecteren we in een eerste stap op basis van de positie van de politicus. Concreet selecteren we de partijvoorzitters van de zeven grootste partijen, N-VA, CD&V, Open VLD, Sp.a, Groen, Vlaams Belang en PVDA-PTB. Hierdoor beschikken we van elke partij reeds over een prominente politicus. Eveneens nemen we alle ministers van de Vlaamse regering en alle Nederlandstalige ministers en staatssecretarissen van de federale regering op in onze dataset. Hierbij baseren we ons op de ministers in functie aan het begin van onze verzamelperiode op 15 oktober 2018. Vanwege de val van de regering Michel I in december 2018 en enkele individuele ontslagen, zijn niet alle ministers in functie gebleven tijdens de periode van dit onderzoek. Dit is niet noodzakelijk problematisch en heeft zelfs aanzienlijke voordelen. Het laat ons immers toe om te controleren of veranderingen in de machtspositie van politici leiden tot veranderingen in het uiten van mediakritiek. Dit selectie criterium leidde tot een opname van negen politici van N-VA, zes van CD&V en vijf van Open VLD.

Omdat we streven naar een balans in het aantal politici per partij, selecteren we meer parlementsleden van de oppositiepartijen dan van de regeringspartijen. Op die manier trachten we voor elke partij aan een totale selectie van 12 politici te komen. Concreet selecteren we per partij handmatig de meest actieve twitteraars van het Vlaamse en federale parlement (op basis van het totale aantal tweets). Dit maakt dat we zes Vlaamse en vijf federale politici van Groen selecteren, zes Vlaamse politici en vijf federale politici van Sp.a, één Vlaamse en één federale politicus van N-VA, drie Vlaamse en twee federale politici van CD&V, drie Vlaamse en drie federale politici van Open VLD, vijf Vlaamse en drie federale politici van Vlaams Belang en twee federale politici van PVDA-PTB.

Bij deze laatste twee partijen is het niet mogelijk om 12 politici te selecteren omdat zij niet over voldoende parlementsleden beschikken. Onze totale sample bestaat hierdoor aanvankelijk uit 72 politici, waarvan telkens 12 politici van Groen, Sp.a, N-VA, CD&V en Open VLD, en respectievelijk negen en drie politici van Vlaams Belang (VB) en PVDA-PTB. Na het ingeven van onze zoektermen gericht op het vinden van mediaverwijzingen, vallen politici Yamila Idrissi (Sp.a), Karin Temmerman (Sp.a) en Bart De Wever (N-VA) uit onze dataset. Ook Franc Bogovic (Open VLD) valt uit onze dataset doordat hij geen tweets met mediaverwijzingen verstuurde in de onderzochte periode. Tabel 2 geeft een overzicht van de 68 geselecteerde politici, waarvan we tweets zullen analyseren.

*Tabel 2: Overzicht van de 68 opgenomen politici, opgedeeld per selectie criterium*

<b>Selectie politici (68)</b>	
<b>Partijvoorzitters (6)</b>	John Crombez (Sp.a), Gwendolyn Rutten (Open VLD), Wouter Beke (CD&V), Meyrem Almaci (Groen), Tom Van Grieken (VB), Peter Mertens (PVDA-PTB)
<b>Vlaamse Ministers (9)</b>	Geert Bourgeois (N-VA), Hilde Crevits (CD&V), Sven Gatz (Open VLD), Liesbeth Homans (N-VA), Ben Weyts (N-VA), Jo Vandeurzen (CD&V), Philippe Muyters (N-VA), Joke Schauvliege (CD&V), Lydia Peeters (Open VLD)
<b>Federale ministers (7)</b>	Kris Peeters (CD&V), Jan Jambon (N-VA), Alexander De Croo (Open VLD), Koen Geens (CD&V), Maggie De Block (Open VLD), Johan Van Overtveldt (N-VA), Steven Vandeput (N-VA)
<b>Staatssecretarissen (4)</b>	Pieter De Crem (CD&V), Phillipe De Backer (Open VLD), Zuhail Demir (N-VA), Theo Francken (N-VA)
<b>Vlaamse parlementsleden (22)</b>	Imade Annouri (Groen), Elisabeth Meuleman (Groen), An Moerenhout (Groen), Björn Rzoska (Groen), Bart Caron (Groen), Elke Van den Brandt (Groen), Peter Persyn (N-VA), Orry Van de Wauwer (CD&V), Robrecht Bothuyne (CD&V), Joris Poschet (CD&V), Bart Tommelein (Open VLD), Mercedes Van Volcem (Open VLD), Tine Soens (Sp.a), Joris Vandenbroucke (Sp.a), Rob Beenders (Sp.a), Katia Segers (Sp.a), Yasmine Kherbache (Sp.a), Stefaan Sintobin (VB), Anke Van dermeersch (VB), Chris Janssens (VB), Ortwin Depoortere (VB), Guy D'haeseleer (VB)
<b>Federale parlementsleden (20)</b>	Kristof Calvo (Groen), Wouter De Vriendt (Groen), Stefaan Van Hecke (Groen), Anne Dedry (Groen), Evita Willaert (Groen), Peter Dedecker (N-VA), Jef Van den Bergh (CD&V), Veli Yüksel (CD&V), Vincent Van Quickenborne (Open VLD), Egbert Lachaert (Open VLD), Nele Lijnen (Open VLD), Dirk Van der Maelen (Sp.a), Annick Lambrecht (Sp.a), Peter Vanvelthoven (Sp.a), Karin Jiroflée (Sp.a), Filip Dewinter (VB), Barbara Pas (VB), Jan Penris (VB), Raoul Hedebouw (PVDA-PTB), Marco Van Hees (PVDA-PTB)

## 4.2 Selectie tweets

Onze selectie van tweets start met de verzameling van alle verzonden tweets van bovenstaande 68 politici in de periode van vier maanden tussen 15 oktober 2018 en 15 februari 2019. Dit doen we door gebruik te maken van het programma Python om de tweets te extraheren naar een Excel bestand. Dit brengt ons tot een selectie van 13908 tweets. We nemen geen retweets op in onze

dataset, maar focussen ons enkel op tweets die geschreven zijn door de politicus zelf. Hoewel het delen van mediakritische inhoud ook een interessante vorm kan zijn van mediakritiek, zijn we in deze studie vooral geïnteresseerd in de manier waarop een politicus zelf kritiek uit op de media of media-actoren.

In deze studie analyseren we enkel tweets die een mediaverwijzing bevatten. Concreet doelen we op tweets die verwijzen naar media-inhoud, mediabedrijven of journalisten. Zo beschouwen we deze tweet, verstuurd door Theo Francken (N-VA) als een mediaverwijzing: *"Ontelbaar politicologen telt dit land. Hoogdringend om dit fenomeen eens uit te diepen. 'Brussel heeft etnisch gestemd' <https://t.co/LmvgcNqIZh> via @destandaard"*. Deze tweet beschouwen we als mediaverwijzing omdat hij verwijst naar een bepaalde krant, De Standaard. Wanneer een tweet verwijst naar een journalist, nemen we de tweet eveneens op in onze dataset. Bijvoorbeeld deze tweet van Robrecht Bothuyne die gericht is op een journalist van krant De Morgen, Joël De Ceulaer: *"@jdceulaer Het is niet omdat u, en vele anderen, een debat nu pas ontdekken, dat het niet al heel lang en intens gevoerd wordt..."* Ook tweets die niet expliciet verwijzen naar een bepaald medium of media-actor, maar woorden bevatten die mogelijk verwijzen naar de media, behoren tot onze dataset. Zo beschouwen we deze tweet, verstuurd door Orry Van de Wauwer op 16 oktober 2018, eveneens als mediaverwijzing: *"Leedvermaak ontsiert een winnende partij & zegt veel over houding van mensen. Ik zou met die partij nt besturen, maar die framing van Hitlergroet is nefast en nergens voor nodig"*. Het woord framing verwijst mogelijk naar de media.

Om deze relevante tweets met mediaverwijzingen te selecteren, gaan we tewerk met een lijst van zoektermen. Aan de hand van een formule in Excel kunnen we een lijst met trefwoorden opgeven en nagaan of minstens één van deze woorden voorkomt in een bepaalde cel. Wanneer dit het geval is komt bij de desbetreffende tweet de tekst "waar" te staan, zo niet verschijnt de tekst "onwaar". We selecteren alle tweets die in hun tekst een woord uit de lijst bevatten. Tweets die media-inhoud delen, maar in hun tekst op geen enkele manier verwijzen naar de bron, vallen zo uit onze dataset. Dit doen we zodat we enkel tweets selecteren waarbij de zender van de tweet zich in zekere mate bewust is van de bron die hij deelt, wanneer hij verwijst naar een artikel. Tweets die niet relevant blijken, maar toch zijn opgenomen binnen onze te analyseren tweets doordat ze een bepaald woord bevatten uit onze lijst met zoektermen, filteren we uit onze dataset aan de hand van een schiftingsvraag in ons codeboek.

De lijst met trefwoorden is tot stand gekomen door de tweets te scannen van de twee meest actieve politici op Twitter van elke partij. Dit deden we voor een periode van 14 dagen, meer bepaald van 9 februari tot 23 februari 2019. Specifiek focusten we op bepaalde woorden die men gebruikte om naar de media te refereren, zoals "krant", "artikel", "journalist", "msm" (maintreammedia), "media" etc. Eveneens namen we alle Belgische mediatitels en journalisten op waarnaar men verwees. Hierdoor ontstond een lijst met 80 trefwoorden.

Deze lijst vulden we aan met woorden die we verwachten terug te komen in mediaverwijzingen, en mediakritische verwijzingen in het bijzonder, op basis van inzichten uit de literatuur. Hiertoe behoren woorden zoals "framing", "fakenews", "titel", "mediakritiek" etc. We hebben de trefwoorden, indien vertaling mogelijk was, vertaald naar het Frans om mogelijke verwijzingen door de twee Franstalige parlementsleden van de PVDA-PTB niet te missen. Eveneens voegden we een Vlaamse en een

Franstalige krant toe aan onze lijst zodat deze, naast andere mediatitels, ook de volledige door Gopress voorgestelde lijst van kranten bevatte. Op deze twee kranten na hadden we immers al de volledige lijst van Vlaamse en Waalse kranten in Gopress opgenomen in onze zoektermen door de twitteraccounts te scannen. Door de tweets te scannen hebben we eveneens vier alternatieve mediatitels opgenomen, waarvan twee als rechts-conservatief en twee als links-progressief worden bestempeld, respectievelijk Doorbraak en SCEPTR, en Apache en DeWereldMorgen.

Tabel 3: Overzicht van de 109 gebruikte trefwoorden om mediatweets te selecteren

<b>Trefwoorden (109)</b>	
<b>Woorden mediaverwijzing o.b.v. Twitter (11)</b>	Interview, Krant, Artikel, Journalist, Journalisme, Media, Citaat, Omroep, Fake, Msm, Leugenpers
<b>Woorden mediaverwijzing toegevoegd o.b.v. literatuur (12)</b>	Medium, Journaal, Dagblad, Fakenews, Check, Factcheck, Framing, Frame, Titel, Berichtgeving, Spin, Verslaggeving
<b>Mediaverwijzingen vertaald naar Frans (13)</b>	Presse, Journal, Article, Journaliste, Journalisme, Nouvelles, Photo, Citation, Diffuseur, Télévision, Faits, Titre, Reportage
<b>Vlaamse Mediatitels o.b.v. Twitter (27)</b>	Knack, Standaard, Destandaard, HLN, Humo, Hetlaatstenieuws, Gva, VRT, Vrtnews, Canvas, De7dedag, 7dag, Deafspraak, Afspraak, Hbvl, DeMorgen, VTMnieuws, VTM, Nieuwsblad, DeTijd, Terzake, Trends, Bruzz, Metro, DeZondag, Pano, @tijd
<b>Alternatieve media gevonden o.b.v. Twitter (4)</b>	Doorbraak, SCEPTR, Apache, DeWereldMorgen
<b>Journalisten gevonden o.b.v. Twitter (27)</b>	Drabbe, Bultinck, Vandaele, Johnvdaele, vaderiVRT, Moella&Verweer, Aaahmehoela, Dujardin, Ceulaer, Vervaeck, Zaougui, Cools, DeSmedt, Cauwelaert, Meulemeester, Walraven, Jnwlrn, Casagrande, LilianaCasa, Eeckhout, Albers, Italbers, Desmet, Yvesd, Brinckman, Brinckie, PhWalkowiak
<b>Waalse mediatitels gevonden o.b.v. Twitter (13)</b>	RTBF, Sudinfo, Libre, Lalibre, Sudpresseonline, Sudpresse, RTL.info, RTL, Dhnet.be, Ladernièreheure, Lesoir, L'echo, Lameuse
<b>Mediatitels toegevoegd o.b.v. Gopress (2)</b>	@Kweeet (Krant van West-Vlaanderen), L'Avenir

Sommige zoektermen hebben we echter moeten schrappen aangezien deze zorgden voor de selectie van een groot aantal niet relevante tweets. Het magazine "Mo" zorgde bijvoorbeeld voor de opname van alle tweets met een woord dat begon met de letters "mo". Een gelijkaardig probleem hadden we met de zoektermen "pers" en "fact". Deze woorden verwijderden we bijgevolg uit de zoeklijst. Uiteindelijk resulteerde deze procedure in een totaal van 109 trefwoorden (zie tabel 3). Na het invoeren van deze trefwoorden in het Excelbestand met de 13908 tweets van Vlaamse politici, blijven er 1855 tweets over. Wanneer we uit deze tweets de niet-relevante tweets hadden

verwijderd, bleven er 1648 mediatweets over. Dit zijn de tweets die we uiteindelijk kwantitatief analyseren.

## 5 Operationalisering

In dit deel bespreken we de operationalisering van onze variabelen. Om na te gaan of onze variabelen betrouwbaar zijn voerden we een pilootstudie uit. Hierbij codeerden drie codeurs afzonderlijk dezelfde 50 mediatweets. We vermelden bij de bespreking van de variabelen steeds de intercodeurbetrouwbaarheid die we voor deze variabele berekenden op basis van onze pilootstudie.

De eerste variabele in dit onderzoek peilt naar het **doel van de mediatweet**. Op basis van de literatuur onderscheiden we vijf voornamelijk doelen van politici om over media te twitteren: om negatieve mediakritiek te uiten (Engesser, Ernst, Esser, & Büchel, 2017); om positieve mediakritiek te uiten; om zichzelf te promoten (Golbeck, Grimes, & Rogers, 2010; Enli & Skogerbø, 2013); om tegenstanders te bekritisieren (Van Kessel & Castelein, 2016; Janssen, 2018); als onderdeel van een gesprek (Broersma & Graham, 2013). De variabele is een categorische variabele bestaande uit deze vijf categorieën, alsook een zesde categorie "overige".

We beschouwen het doel van een tweet als *negatieve mediakritiek* wanneer de tweet op een negatieve manier verwijst naar de media, een bepaald medium of een bepaalde journalist. Bijvoorbeeld in de tweet: "*Beste @destandaard, dit is pure reclame en heeft helemaal niets meer met journalistiek te maken. #msm*". Ook meer subtiele of ironische tweets die tot doel hebben negatief naar media te verwijzen worden tot deze categorie gerekend, bijvoorbeeld: "*Ben er eigenlijk nog altijd niet uit. Was dit nu een interview of een kruisverhoor met @DVanLangenhove in @terzaketv? @CoolsKat misschien...!?*". Wanneer in eenzelfde tweet een negatieve verwijzing naar media wordt gecombineerd met een ander doel, bijvoorbeeld zelfpromotie, beschouwen we de tweet uitsluitend als negatieve mediakritiek.

Een tweet geeft *positieve mediakritiek* wanneer hij op een positieve manier verwijst naar de media, een bepaald medium of een bepaalde journalist. Een voorbeeld hiervan is de volgende tweet: "*VTM maakte mee dat we vandaag zijn wie we zijn: Vlamingen. Pretentieloos en fier. Met 30j laagdrempelig amusement, verbinding en sterke competitie in TV-journalistiek. Een succesverhaal. Gelukkige verjaardag, VTM, en doe er nog vele jaren bij*". Wanneer positieve mediakritiek wordt gecombineerd met een ander doel dan beschouwen we de tweet uitsluitend als positieve mediakritiek, behalve wanneer de tweet ook tot doel heeft negatieve mediakritiek te uiten. In dat geval beschouwen we de tweet enkel als negatieve mediakritiek.

Mediatweets hebben *zelfpromotie* tot doel wanneer ze verwijzen naar media of media-inhoud om zichzelf, de partij, partijleden of de eigen ideologie positief te belichten. Zo bijvoorbeeld deze tweet, waarin een politicus verwijst naar haar eigen uitspraak: "*Zoals ik gisteren in #terzaketv zei: investeren in het klimaat loont, zelfs al denk je alleen maar in economische parameters. Reductie CO2 met 80-95% (2050) levert netto 80.000 jobs op tegen 2030, en bespaart 1,6 miljard €. Meer info: <https://t.co/3iD29YJX8q>*". Ook deze tweet door een CD&V-politicus beschouwen we als zelfpromotie: "*'Christendemocraten grijpen de macht in alle fusiegemeenten' <https://t.co/NXrxij4XD> via @destandaard*".

Verwijzingen naar media of media-inhoud om andere politieke partijen, politici van andere partijen of personen niet-verbonden aan media (bv. professoren) te bekritisieren, beschouwen we als



mediatweets met als doel *kritiek op tegenstanders*. Dit gebeurt bijvoorbeeld in volgende tweet: *"Groen is arrogant. Voelen zich onaantastbaar. Pijnlijke cocktail. 'Antwerpse gemeenteraad stuurt Groen wandelen' <https://t.co/ltWJzH7NA> via @destandaard"*. Wanneer politici een partijgenoot promoten door een uitspraak van deze partijgenoot te delen, maar in het citaat een andere partij of politicus wordt aangevallen, beschouwen we de tweet tot de categorie "kritiek op tegenstanders" en niet tot "zelfpromotie", bijvoorbeeld: *"De mensen zijn kwaad omdat deze regering onrechtvaardig beleid blijft voeren. Het is steeds de gewone man die de verhoogde facturen moet betalen, ze zijn dit beu' zegt @MeryameKitir @De7deDag"*.

Wanneer politici verwijzen naar media of journalisten als onderdeel van een conversatie via Twitter, beschouwen we dit als een mediatweet *als onderdeel van een gesprek*. Dit kan inhouden dat een politicus Twitter gebruikt om rechtstreeks tot journalisten te spreken en met hen een dialoog aan te gaan via de "@"-functie, bijvoorbeeld: *"@jdceulaer Er is zo veel meer ih leven dan politiek! Al maakt politiek het ook enorm boeiend. En waarom zou het politiek itv dood zijn ;)?"*. Daarnaast brengen we ook tweets waarbij men journalisten of media via de "@" functie betreft bij een gesprek met derden onder deze categorie. Bijvoorbeeld in de tweet: *"@kristofcalvo @HLN\_BE Jullie hebben het zagezegd gemeld aan de politie. Tiens, waarom niet aan mij of aan DVZ? Ik zie u elke week in de Kamer. Is er dan geen PV opgemaakt van jullie info? Zo vreemd"*.

Indien meer context noodzakelijk was om het doel van de tweet te onderscheiden, kon de codeur steeds de originele tweet opzoeken via de website Allmytweets.net. Dit kon de codeur overigens doen bij alle variabelen. Op basis van de pilootstudie berekenden we de Krippendorff's Alpha voor de variabele "doel van de tweet", deze bedraagt 0,8012. De codering van deze variabele is dus betrouwbaar.

Een tweede variabele in dit onderzoek toont of de mediatweet al dan niet gericht is op de **traditionele media**. Deze variabele is dichotoom, met waarde 1 voor tweets die verwijzen naar traditionele media en waarde 0 voor variabelen die niet verwijzen naar traditionele media. Allereerst beschouwen we verwijzingen naar een televisieomroep, zowel naar de openbare omroepen VRT en RTBF als naar de commerciële omroepen VTM en RTL, als traditionele mediatweets, alsook verwijzingen naar programma's verbonden aan deze omroepen. Bijvoorbeeld in deze tweet, waarin men verwijst naar VRT-actualiteitenprogramma "de zevende dag": *"Terwijl de rechter @vlbelang niet als racistisch beoordeelt, verschuilen de traditionele partijen zich nog altijd achter dat racismeverhaal om cordon te handhaven. Waanzin! @tomvangrieken #7dag"*. Ook beschouwen we alle Vlaamse en Waalse kranten met een gedrukte versie als traditionele media. We baseren ons hierbij op de volledige krantenlijst van Gopress. Om de codeur een overzicht te bieden, maakten we een lijst met de belangrijkste traditionele mediatitels, die de codeur steeds kon raadplegen, deze vindt u in tabel 4. Deze lijst vulden we aan met mediatitels van magazines die we eerder vonden door de twitteraccounts van politici te scannen.

Wanneer een tweet verwijst naar een persoon waarvan de identiteit onbekend is voor de codeur, mocht de naam van deze persoon worden opgezocht via Google. Wanneer deze persoon verbonden is aan een medium uit de lijst met traditionele media, beschouwen we de tweet ook als gericht op de traditionele media. Tenslotte beschouwen we tweets die verwijzen naar "de media" of "journalisten", zonder dat men een specifiek medium vermeldt, ook als traditionele mediatweets.

Bijvoorbeeld in volgende tweet: "Vandaag opmerkelijk weinig media-aandacht voor onze Ijzertoren en deze cruciale passage in de geschiedenis van de Vlaamse Beweging. Spijtig. Daarom deze foto. AVV-VVK. #Wapenstilstand <https://t.co/mchRRbOjim>". De Krippendorff's Alpha voor deze variabele bedraagt 0,9294. De codering van deze variabele is dus betrouwbaar.

Naast verwijzingen naar traditionele media, kunnen tweets ook gericht zijn op **alternatieve media**. De variabele alternatieve media is eveneens dichotoom, met waarde 1 voor tweets die verwijzen naar alternatieve media en waarde 0 voor variabelen die niet verwijzen naar alternatieve media. Alternatieve media begrepen we als "digital only" spelers die expliciet of impliciet worden gelinkt aan een politieke kleur. Concreet beschouwden we vier media als alternatief: Apache, DeWereldMorgen, Doorbraak en SCEPTR. We selecteerden deze vier media door de twitteraccounts van politici te scannen. Ook deze mediatitels voegden we toe aan de lijst in tabel 4, die de codeur steeds kon raadplegen.

Wanneer een tweet verwijst naar een persoon waarvan de identiteit onbekend is voor de codeur, mocht de naam van deze persoon worden opgezocht via Google. Wanneer deze persoon verbonden is aan een medium uit de lijst met alternatieve media, beschouwen we de tweet ook als gericht op de alternatieve media. In tegenstelling tot bij de variabele "traditionele media", beschouwen we tweets die verwijzen naar "de media" of "journalisten", zonder dat men een specifiek medium vermeldt, niet als alternatieve mediatweets. Wanneer politici in algemene termen spreken over "de media", doelen ze naar onzes inziens meer op traditionele media, dan op alternatieve spelers. De Krippendorff's Alpha van deze variabele bedraagt 0,9343 en is dus betrouwbaar.

Tabel 4: Lijst met traditionele en alternatieve media, te raadplegen door codeur

<b>Traditionele media</b>	
<b>Vlaamse media</b>	Bruzz, Canvas, De Standaard (ds), De Tijd, De Zevende Dag of De7dedag of 7dag, De Afspraak of Afspraak, De Morgen (DM), De Zondag, Gazet Van Antwerpen (Gva), Het Belang van Limburg (hbvl), Het Laatste Nieuws (HLN), Het Nieuwsblad, Humo, Knack, Krant van West-Vlaanderen (KW), Metro, MO, Pano, Terzake, Trends, VRT of Vrtnws, VTM of Vtmnieuws
<b>Waalse media</b>	L'Avenir, L'Echo, La Dernière Heure (dh) of Dhnet.be, La Libre, La Meuse, Le Soir, RTBF, RTL, Sudinfo, Sudpresse
<b>Alternatieve media</b>	
	Apache, DeWereldMorgen, Doorbraak, SCEPTR

Noot: om opzoekwerk voor de codeur te vereenvoudigen staan de mediatitels binnen elke categorie in alfabetische volgorde

In wat volgt bespreken we de variabelen die enkel betrekking hebben op mediatweets waarin politici negatieve kritiek uiten op media. Hierop ligt de focus van dit onderzoek. Onder andere willen we in deze studie te weten komen wie het doelwit is van politieke mediakritiek. Om de variabele **doelwit van de mediakritiek** te operationaliseren baseren we ons op Jagers en Walgrave (2007). In hun studie differentiëren ze tussen drie mogelijke doelwitten van politieke mediakritiek: een specifiek medium, bijvoorbeeld kritiek op de krant De Standaard of de openbare omroep VRT; een groep media, bijvoorbeeld kritiek op de VRT én VTM en alle media, kritiek op "de media" of "de pers" in het

algemeen. Hierbij zou mediakritiek een sterkere mate van anti-elitarisme vertonen wanneer het zich richt op een algemeen doelwit, op "de media".

In dit onderzoek nemen we deze categorisering grotendeels over. Echter, waar Jagers en Walgrave (2007) kritiek op een groep media begrijpen als kritiek op meerdere media, zoals De Morgen én De Standaard, beschouwen wij ook kritiek op meerdere media via overkoepelende termen als "de kranten" of "de Vlaamse pers" als behorend tot deze categorie. Tenslotte voegen we ook een categorie toe: kritiek op één of meerdere journalisten. Wegens de grote aanwezigheid van journalisten op Twitter (Broersma & Graham, 2013) verwachten we dat mediakritische tweets zich ook zullen richten op dit meest specifieke doelwit.

Indien een tweet kritiek gaf op meerdere doelwitten, bijvoorbeeld zowel op een specifieke journalist als op een bepaald medium, werden meerdere categorieën aangeduid. Echter, wanneer in een tweet meerdere media werden bekritiseerd, bijvoorbeeld De Morgen én De Standaard, diende de codeur enkel de categorie "groep media" te selecteren en niet "specifiek medium". De Krippendorff's Alpha van deze variabele bedraagt 0,9796 en is dus betrouwbaar.

Naast het doelwit van mediakritiek zijn we in dit onderzoek ook geïnteresseerd in de aard van mediakritiek. Wat verwijten politici de media wanneer ze een mediakritische tweet versturen? We onderscheiden vier categorieën van mediakritiek: kritiek op de "vooringenomen", "gebiaste" media; kritiek op de "te negatieve" media; kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media en tenslotte, kritiek op de "inaccurate" media. We meten de vier categorieën door middel van vier dichotome variabelen waarbij waarde 1 steeds staat voor de aanwezigheid van het kenmerk, en waarde 0 voor de afwezigheid van het kenmerk.

De eerste categorie, kritiek op de "vooringenomen", "**gebiaste**" media, begrijpen we als tweets die verwijzen naar berichtgeving in het voordeel of het nadeel van een bepaalde partij, politicus of deel van het politiek spectrum (links-rechts, conservatief-progressief). Bijvoorbeeld tweets als "*linkse framing van de VRT*" of "*Het is de buitenlandse pers dat wél het causale verband ziet tussen de druk van @vlbelang in zake het immigratiepact en de val van de regering. <https://t.co/oGx7fPpf3I>*". De eerste tweet verwijst naar een bias in de media in het voordeel van "links", terwijl de tweede tweet vooringenomenheid in berichtgeving aanklaagt in het nadeel van een partij, namelijk Vlaams Belang.

Wanneer de context van de tweet (bv. een foto) duidelijk maakt dat de tweet wijst op een bepaalde bias voor of tegen een bepaalde persoon, partij of deel van het politiek spectrum, beschouwen we de tweet ook als een kritiek op de "vooringenomen" media. Bijvoorbeeld een politicus die tweet: "*Zou de pers deze foto, genomen tijdens de campagne, ook publiceren? Wat een framing! Degoutant gewoon!*" gepaard met een foto van de desbetreffende politicus. De variabele is betrouwbaar met een Krippendorff's Alpha van 0,9469.

De variabele "**negatieve**" media verwijst naar tweets waarin politici kritiek geven op media omdat ze te veel zouden focussen op negatief nieuws en op het strategische aspect van politiek, in plaats van beleid en oplossingen. Bijvoorbeeld tweets als: "*Wanneer brengen de media eens positieve verhalen ipv die focus op alles wat misloopt?!*" of "*... Cynisme en dedain van media over parlementaire politiek irriteren mij mateloos*". Met een Krippendorff's Alpha van 0,9564 is de variabele betrouwbaar.

De derde categorie omtrent de aard van politieke mediakritiek meten we met de variabele "**elitaire**" **media**. Deze variabele verwijst naar tweets waarin politici kritiek geven op de "politiek correcte", "elitaire" media die bepaalde onderwerpen achterhouden of promoten. Vaak gaat het om eerder vage verwijzingen naar de media die onderwerpen achterhouden: "*Wat u niet zult lezen, horen of zien op #MSM*" of die onderwerpen net meer aandacht geven om hun politiek correcte eliteagenda te dienen: "*Een nieuwe dag, een nieuw artikel over genderwaanzin*". Ook de ironische tweet "*Wat krijgen we nu? Niks over het #klimaat in @terzaketv ....*" zou binnen deze categorie thuishoren.

Om een duidelijk onderscheid te maken met de variabele "*gebiaste*" *media*, beschouwen we tweets niet tot de "elitaire media"-categorie wanneer ze verwijzen naar een bepaalde partij, persoon of deel van het politiek spectrum die/dat wordt bevoordeeld of benadeeld. De tweet: "*Proficiat @realDonaldTrump #MidtermElections2018 winnen in #USA ondanks de permanente hetze v/d politiek correcte #MSM pers! Job well done! <https://t.co/Lpv52nwGcn>*" beschouwen we hierdoor niet als een "elitekritiek", ook al wijst de tweet expliciet op het "politiek correcte" karakter van de "mainstreammedia". De tweet verwijst namelijk ook naar een bias in het nadeel van een persoon, Donald Trump. We zijn ons ervan bewust dat deze beslissing in beperkte mate de validiteit van onze variabele vermindert. Het maakt echter wel een betrouwbare meting mogelijk. Dit blijkt ook uit de Krippendorff's Alpha die voor deze variabele 0,9556 bedraagt.

De laatste categorie, kritiek op de "**inaccurate**" **media**, is zowel gericht op tweets waarin politici verwijzen naar objectieve, feitelijke fouten, zoals spelfouten en verkeerde cijfers, als op tweets waarin men wijst op subjectieve fouten, fouten in de voorstelling van feiten of overdrijving. We maken hier nog geen onderscheid tussen tweets die zich richten op enerzijds objectieve- en anderzijds subjectieve fouten. We maken dit onderscheid wel bij de volgende variabele "subjectieve fout" (zie infra). De Krippendorff's Alpha van de variabele "inaccurate media" bedraagt 0,9463. De variabele is dus betrouwbaar.

Met de variabele **subjectieve fout** speciëren we op welke fouten politici zich precies richten wanneer ze inaccurate mediaberichtgeving aanklaagt via Twitter. Deze variabele is dichotoom met waarde 1 voor tweets gericht op subjectieve fouten en waarde 0 voor tweets gericht op objectieve fouten. Voor het onderscheid tussen subjectieve- en objectieve fouten baseren we ons op het werk van Fred Berry (1967) en Scott Maier (2007). Beide auteurs spreken over een dichotomie van subjectieve - objectieve fouten. Subjectieve fouten verwijzen naar fouten in de presentatie van de feiten, zoals misleidende titels, overdrijving en sensationisering, of selectieve berichtgeving. Tweets die binnen deze categorie zouden passen zijn bijvoorbeeld: "*Titel dekt de lading niet @demorgen*" of "*Natuurlijk is 8% nog te veel, maar deze grafiek van @Nieuwsblad\_be geeft echt een compleet vertekend beeld door foute verhoudingen in de balkjes*". Objectieve fouten verwijzen naar feitelijke of mechanische fouten zoals typfouten, spelfouten en het verkeerd berichten van namen, leeftijden, adressen, citaten, tijden, locaties en data. Een verwijzing naar een objectieve fout vinden we bijvoorbeeld in deze tweet, waarbij men aanklaagt dat magazine Knack een verkeerde naam berichtte: "*Knack Helemaal in de war: maakt Steven Vanackere minister van Defensie en lid van #NVA. <https://t.co/EVPdH7EJbm>*". Deze variabele bleek ook voldoende betrouwbaar met een Krippendorff's Alpha van 0,7649.

Met de variabele **desinformatie** hebben we in deze studie tenslotte ook aandacht voor de manier waarop politici inaccurate berichtgeving aankaarten via Twitter. Deze variabele is dichotoom met waarde 1 voor tweets gericht op desinformatie en waarde 0 voor tweets gericht op misinformatie. Met misinformatie doelen we op de onopzettelijke verspreiding van inaccurate informatie zonder kwaadwillige bedoelingen. Desinformatie is daarentegen de opzettelijke creatie en verspreiding van informatie waarvan de valsheid is geweten (Bennett & Livingston, 2018; Ross & Rivers, 2018). Wanneer men in een tweet verwijst naar het bewuste of kwaadwillige karakter van een fout in berichtgeving, coderen we de tweet als desinformatie. Bijvoorbeeld de tweet: "*@demorgen 'vergeet' de nationaliteit van de dader te vermelden...*" Wanneer er geen duidelijke verwijzing is naar bewuste kwaadwilligheid beschouwen we de tweet als misinformatie. Omdat we deze variabele pas toevoegden aan ons codeboek na het uitvoeren van de pilootstudie konden we voor deze variabele geen Krippendorff's Alpha berekenen.

## 6 Resultaten

Dit deel bevat de resultaten van het onderzoek. Aangezien onze onderzoeksvragen en hypothesen zich op het niveau van politici bevinden, doen we onze statistische analyses voornamelijk op dit geaggregeerde niveau. De resultatensectie wordt als volgt opgebouwd: eerst wordt een algemeen overzicht gegeven van het aantal mediaverwijzingen door politici in de door ons onderzochte periode. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen verwijzingen naar traditionele media enerzijds en verwijzingen naar alternatieve media anderzijds. Daarna wordt voor de mediatweets het *doel* van de verwijzing naar media nagegaan. Hierdoor kunnen we mediaverwijzingen met als doel *mediakritiek* onderscheiden. Op deze tweets ligt immers de focus van deze studie. Door eerst na te gaan hoe vaak politici in hun tweets naar media verwijzen, en daarna de tweets met als doel mediakritiek te onderscheiden van mediatweets met andere doelen, kunnen we een antwoord bieden op onze eerste onderzoeksvraag:

### **OV1: In welke mate leveren Vlaamse politici mediakritiek via Twitter?**

Tenslotte bespreken we de bevindingen omtrent de *aard* en het *doelwit* van mediakritiek in onze dataset. Aan de hand van deze resultaten trachten we een antwoord te bieden op de overige twee onderzoeksvragen:

### **OV2: Wat is de aard van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?**

### **OV3: Wie is het doelwit van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter?**

Aangezien N-VA tijdens de onderzochte periode de federale regering verliet, wordt ook nagegaan of deze gebeurtenis een invloed heeft gehad op het aantal mediakritische tweets die politici, en N-VA-politici in het bijzonder, verstuurden. Deze analyse is echter niet noodzakelijk voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen.

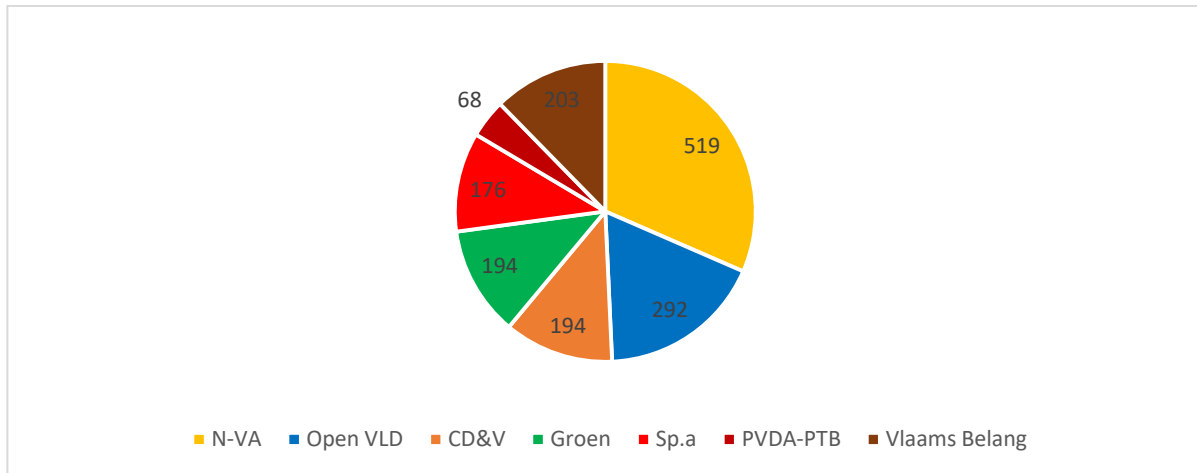
## 6.1 Mediaverwijzingen in politieke tweets

Nadat we uit de totale sample van 13908 tweets de tweets zonder mediaverwijzing hadden verwijderd, bleven we over met een steekproef van 1646 mediatweets in de periode van 15 oktober 2018 tot 15 februari 2019. De 1646 mediatweets zijn afkomstig van 68 politici: 12 van Groen, 12 van CD&V, 11 van N-VA, 11 van Open VLD, 10 van Sp.a, negen van Vlaams Belang en tenslotte drie van PVDA-PTB. Onze resultaten tonen dat politici van de N-VA gedurende de onderzochte periode het vaakst verwezen naar media. Met 519 tweets verstuurden politici van deze partij 32 percent van alle mediatweets in onze dataset. Als een gevolg van het lagere aantal opgenomen PVDA-PTB-politici bevat onze dataset opmerkelijk minder mediatweets van deze partij dan van de andere partijen, namelijk 68 tweets ofwel 4 percent (zie figuur 1).

Gezien de grote verschillen in het aantal mediatweets tussen partijen, analyseren we onze data zowel in absolute als relatieve cijfers. Op deze manier kunnen we betekenisvolle vergelijkingen maken over de mate en de manier waarop politici van verschillende partijen mediakritiek leveren. Eveneens sporen we steeds mogelijke uitschieters op in onze data. Wanneer het verwijderen van deze uitschieters onze resultaten sterk beïnvloedt, rapporteren we zowel de analyse met als zonder

uitschieters. De uitschieters volledig uit onze analyse laten is niet wenselijk aangezien het in onze dataset steeds gaat om legitieme observaties.

Figuur 1: Aantal mediatweets van politici in periode 15 oktober - 15 februari, opgedeeld per partij (N=1646)



Tabel 5 toont dat 1568 van de 1646 mediatweets gericht zijn op traditionele media (95%), zoals de openbare oproep, de media in het algemeen, of kranten van de massamedia zoals De Standaard of De Morgen. Slechts 103 mediaverwijzingen in onze dataset richten zich op alternatieve media (6%). Alternatieve media begrepen we als "digital only" spelers die expliciet of impliciet gelinkt worden aan een politieke kleur. Concreet beschouwden we vier media als alternatief: Apache, DeWereldMorgen, Doorbraak en SCEPTR. De eerste twee media worden als links-progressief beschouwd, terwijl men de laatste twee een rechts-conservatief karakter toeschrijft. Het merendeel van de verwijzingen naar alternatieve media werden verstuurd door politici van twee partijen, namelijk N-VA en Vlaams Belang. Meer dan zestien percent van de mediaverwijzingen door Vlaams Belang politici richt zich op alternatieve media, voornamelijk Doorbraak.be en SCEPTR.net. Ook N-VA-politici richten zich specifiek op deze alternatieve media, of journalisten verbonden aan deze media, in elf percent van hun mediaverwijzingen via Twitter. Gezien het kritische karakter van deze alternatieve media ten opzichte van de traditionele, "mainstream" media, kunnen we de alternatieve mediatweets door politici beschouwen als onrechtstreekse kritiek op traditionele media. Dit is niet het geval wanneer politici zich negatief uitlaten over alternatieve media. Dit komt echter bijna nooit voor.

Een meer gedetailleerde analyse van de data toont dat 52 van de 57 mediatweets van N-VA-politici waarin verwezen wordt naar een alternatief medium, werden verstuurd door Theo Francken of Peter Persyn. Het hogere gemiddelde van N-VA lijkt zo vooral het resultaat van het twittergedrag van twee individuele politici, waardoor we dit niet als partijkenmerk kunnen beschouwen. Bij Vlaams Belang vonden we daarentegen een meer gelijke verdeling van het aantal alternatieve mediatweets. Tenslotte maken we een kanttekening bij het lage percentage van verwijzingen naar alternatieve media door politici van PVDA-PTB. De lijst met zoektermen die we gebruikten om data te verzamelen bevatte enkel mediatitels van Nederlandstalige alternatieve media. Aangezien twee van de drie opgenomen PVDA-PTB-politici Franstalig zijn, heeft dit mogelijk het resultaat voor deze partij vertekend.

Tabel 5: Aantal mediatweets gericht op traditionele en alternatieve media, opgedeeld per partij (N=1646)

Partij	Traditionele media	Alternatieve media	Mediatweets totaal (N)
<b>N-VA (11 politici)</b>	478 (92,1%)	57 (11,0%)	519 (100,0%)
<b>Open VLD (11 politici)</b>	290 (99,3%)	2 (0,7%)	292 (100,0%)
<b>CD&amp;V (12 politici)</b>	189 (97,4%)	6 (3,1%)	194 (100,0%)
<b>Groen (12 politici)</b>	193 (99,5%)	3 (1,5%)	194 (100,0%)
<b>Sp.a (10 politici)</b>	174 (98,9%)	2 (1,1%)	176 (100,0%)
<b>PVDA-PTB (3 politici)</b>	68 (100,0%)	0 (0,0%)	68 (100,0%)
<b>Vlaams Belang (9 politici)</b>	176 (86,7%)	33 (16,3%)	203 (100,0%)
<b>Totaal (68 politici)</b>	1568 (95,3%)	103 (6,3%)	1646 (100,0%)

Noot: Omdat sommige tweets verwijzen naar zowel traditionele als alternatieve media geeft een optelsom van deze cijfers een groter getal dan het totale aantal mediaverwijzingen.

Dit onderzoek focust zich in de eerste plaats op mediakritiek die politici uiten op de traditionele media via Twitter. Om een zuiverder beeld te hebben van politieke mediakritiek via Twitter, focussen we ons in het verdere verloop van deze resultatensectie uitsluitend op verwijzingen naar traditionele media (N=1568).

Uit onze data blijkt dat Vlaamse politici voornamelijk verwijzen naar media omwille van zelfpromotie, om tegenstanders te bekritisieren of als onderdeel van een gesprek. Tweets waarin men media bekritiseert, zowel positief als negatief, kwamen minder vaak voor. Figuur 2 toont per partij het gemiddeld percentage tweets waarin politici met een bepaald doel verwezen naar media via Twitter. We berekenden hierbij eerst de percentages voor de individuele politici, om vervolgens van deze percentages het gemiddelde te nemen per partij. De partijgemiddeldes in figuur 2 zijn zo niet beïnvloed door variaties in de absolute hoeveelheid mediatweets van politici. De tabel met de ruwe cijfers kan teruggevonden worden in de appendix (tabel 15).

### 6.1.1 Zelfpromotie

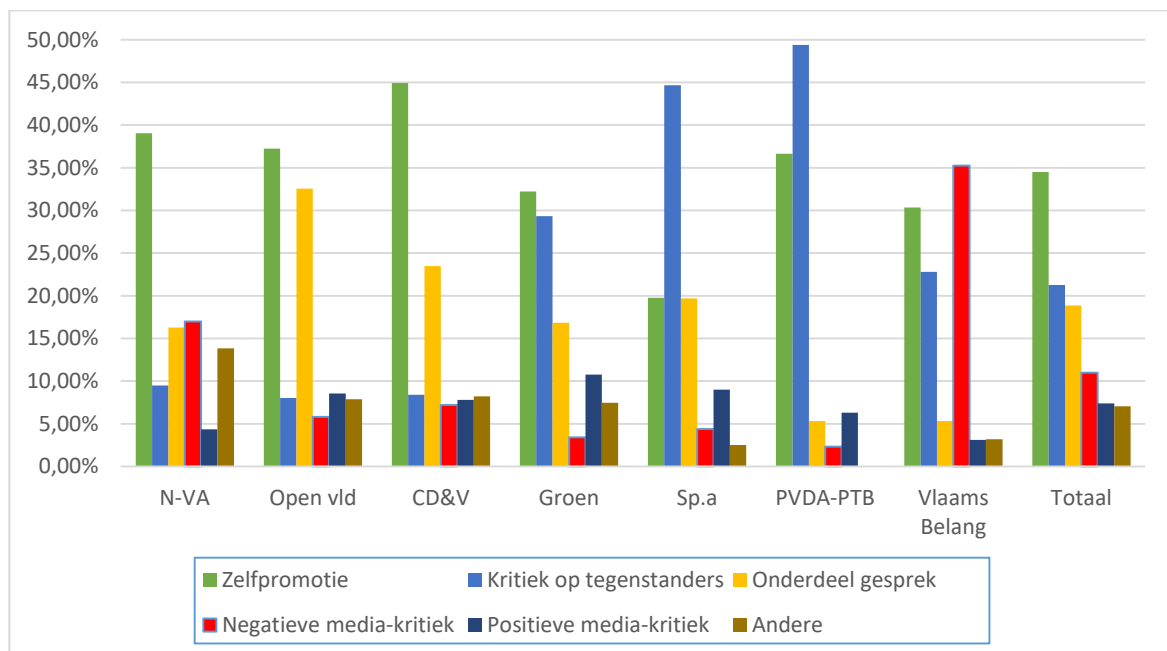
Figuur 2 toont dat Vlaamse politici gemiddeld het vaakst naar media verwijzen omwille van zelfpromotie, namelijk in 35 percent van hun mediatweets. In totaal verstuurd de 68 politici in onze steekproef 471 mediatweets om aan zelfpromotie te doen, ofwel 30 percent van alle mediatweets die politici verstuurd. Om te verduidelijken wat we bedoelen met een "zelfpromotietweet" geven we deze tweet van Theo Francken (N-VA) als voorbeeld: *"Tot de allerlaatste dag van mijn staatssecretariaat heb ik hard gewerkt aan een veiliger land en een sterker migratiebeleid. 'Moordenaar Kitty Van Nieuwenhuysen wordt na zijn vrijlating land uitgezet' via @Nieuwsblad\_be"*. In deze tweet verwijst hij naar een krantenartikel met als doel zichzelf in een positief daglicht te zetten. Ook mediatweets waarin politici niet zichzelf, maar andere partijleden, de partij of de eigen ideologie promoten, beschouwen we als tweets met als doel zelfpromotie. Een



voorbeeld hiervan is de tweet van Peter Mertens (PVDA-PTB) over zijn collega Jos D'Haese, waarbij hij een artikel deelt van de Gazet van Antwerpen waarin staat dat D'Haese lijsttrekker zal zijn bij de volgende verkiezingen: "PVDA schuift @JosDHaese naar voren als lijsttrekker voor Vlaamse verkiezingen | @gva <https://t.co/iW9qVoCvYI> #verkiezingen2019 #fenomenaalsociaal".

Het gemiddelde percentage mediatweets omwille van zelfpromotie is bij alle partijen redelijk hoog, steeds tussen 20 en 50 percent. Wel zien we dat Sp.a politici in vergelijking met politici van andere partijen gemiddeld minder vaak mediatweets versturen om zichzelf of hun partijgenoten te promoten. CD&V-ers blijken relatief vaak aan zelfpromotie te doen via Twitter. Dit verschil tussen partijen is echter niet significant: een one-way analysis of variance (ANOVA) die de gemiddeldes van de partijen met elkaar vergelijkt, toont dat partijen niet significant verschillen in de mate waarin ze aan zelfpromotie doen ( $p=0,295$ ).

Figuur 2: Gemiddeld percentage mediatweets van verschillende doelen, opgedeeld per partij (N=1568)



### 6.1.2 Kritiek op tegenstanders

In onze dataset hadden 299 mediatweets tot doel om tegenstanders te bekritisieren, om aan negatieve campagnevoering te doen. Zo bijvoorbeeld deze tweet waarin Kristof Calvo (Groen) negatief verwijst naar een politicus van een andere partij, namelijk Theo Francken van N-VA: "Onbegrijpelijk dat Francken geen actie ondernam. Hij is twee keer (!) getipt over vermeende fraude met visa. <https://t.co/dSE4zrrFQN> Via @HLN\_BE".

Gemiddeld versturen Vlaamse politici ongeveer 1/5 van hun mediatweets om tegenstanders te bekritisieren. Dit gemiddelde ligt opvallend hoger bij oppositiepartijen Groen, Sp.a, PVDA-PTB en Vlaams Belang dan bij de drie regeringspartijen, N-VA, Open VLD en CD&V. Bij politici van de regeringspartijen bedraagt het aantal tweets met als doel kritiek op tegenstanders gemiddeld nooit meer dan 10 percent van hun totale aantal mediaverwijzingen. Bij de oppositiepartijen ligt dit gemiddelde percentage steeds boven 20 percent, en bij Sp.a en PVDA-PTB zelfs tussen de 40-50

percent. Een Mann–Whitney U test  $p=0,000$  toont dat politici van oppositiepartijen statistisch significant vaker naar de media verwijzen via Twitter omwille van "negatieve campagnevoering" dan regeringspartijen.

### 6.1.3 Onderdeel van gesprek

Ook is gemiddeld 1/5 van de mediatweets die Vlaamse politici versturen onderdeel van een gesprek. Vlaamse politici blijken gebruik te maken van Twitter om rechtstreeks in dialoog te gaan met journalisten, of om media te betrekken in gesprekken met derden. Zo bijvoorbeeld Yasmine Kherbache (Sp.a) die via Twitter een gesprek aangaat met VRT-journalist Ivan De Vadder: "*@vadderiVRT Op lokaal niveau hebben we inderdaad tegenstellingen overbrugd in het belang vd Antwerpenaar. Met nationale verkiezingen in het vooruitzicht zal komende maanden het lokale werk weleens overschaduwd worden door bovenlokale discussies. Reden te meer om het hoofd koel te houden*". Vaak gaat het niet om een rechtstreekse dialoog tussen politici en journalisten, maar wordt naar aanleiding van een krantenartikel een gesprek gestart met derden, waarna men het betreffende nieuwsmedium ook in het gesprek betreft doormiddel van de "@"-functie. Dit zien we bijvoorbeeld in deze tweet van Hilde Crevits (CD&V): "*@Ploobuyck @demorgen Je moet maatregelen ook wat tijd geven om effect te sorteren. Modernisering start volgend jaar; toelatingsproeven worden veralgemeend; hogescholen en universiteiten nemen nu effectief studievoortgangmaatregelen;...*". Crevits, op dat moment minister van onderwijs, reageert hierbij op een tweet van professor Patrick Loobuyck waarin hij een artikel deelde van De Morgen dat de lage slaagkans van bachelor studenten aanklaarde. De 68 onderzochte politici verstuurden in onze niet-verkiezingsperiode 343 mediatweets als onderdeel van een gesprek.

Wanneer we opnieuw kijken naar figuur 2 blijkt dat de partijen aan de twee uitersten van het politieke spectrum, Vlaams Belang en PVDA-PTB, gemiddeld erg weinig verwijzen naar media als onderdeel van een gesprek, met beiden een gemiddelde van ongeveer vijf percent. Bij andere partijen ligt dit gemiddelde steeds boven 15 percent tot zelfs rond 30 percent bij Open VLD. Wanneer we een Mann-Whitney U test  $p=0,003$  uitvoeren, zien we dat politici van extreme partijen significant minder naar de media verwijzen als onderdeel van een gesprek dan politici van partijen meer centraal in het politieke spectrum.

### 6.1.4 Mediakritiek

In dit onderzoek ligt onze focus op de mate waarin politici negatieve kritiek uiten op media wanneer ze mediatweets versturen. Met negatieve mediakritiek bedoelen we tweets die op een negatieve manier verwijzen naar media of journalisten, zoals bijvoorbeeld in de tweet van Theo Francken: "*En dit dagblad contacteert me niet eens voor een repliek want mensenrechtenspecialisten hebben natuurlijk altijd gelijk. Wat een barslechte journalistiek ... - Gazet van Antwerpen Mobile <https://t.co/itKPgA28Zg>*".

Figuur 2 toont dat Vlaamse politici gemiddeld in 11 percent van hun mediatweets negatieve kritiek uiten op media. Twee partijen trekken dit gemiddelde echter sterk naar boven: N-VA met een gemiddelde van 17 percent en Vlaams Belang met een gemiddelde van 35 percent negatieve mediakritiek. Bij politici van Vlaams Belang blijkt het uiten van negatieve mediakritiek zelfs het

voornaamste doel wanneer men mediatweets verstuurt. Bij andere partijen ligt het gemiddelde percentage negatieve mediakritiek rond vijf procent. Een Kruskal-Wallis test  $p=0,000$  toont dat er significante verschillen zijn in de mate waarin politici van bepaalde partijen media bekritisieren. Dit verband bespreken we meer gedetailleerd in absolute cijfers verder in deze sectie.

Wanneer we niet het gemiddelde percentage, maar het totale percentage mediakritische tweets bekijken, toont onze data dat 17 percent van de 1568 mediatweets die de 68 politici verstuurd tot doel had media negatief te bekritisieren. Dit is goed voor 265 negatieve mediakritische tweets.

Positieve mediakritiek is minder voorkomend dan negatieve mediakritiek. Slechts 99 tweets maakten een positieve verwijzing naar media. Een voorbeeld van positieve mediakritiek vinden we in de tweet van Peter Dedecker (N-VA), waarin hij een compliment geeft aan een journalist van krant De Morgen: *"Sterk stuk van @jdceulaer. Over de groene religie vol boetedoening en zelfkastijding, ..."*. Ook bij Vincent Van Quickenborne (Open VLD) vinden we enkele voorbeelden van tweets waarin hij positief verwijst naar media, bijvoorbeeld in deze tweet: *"Voor dit soort artikelen lees ik De Tijd, de beste gazet van het moment. Pet af. <https://t.co/7BkJJEkOg>"*.

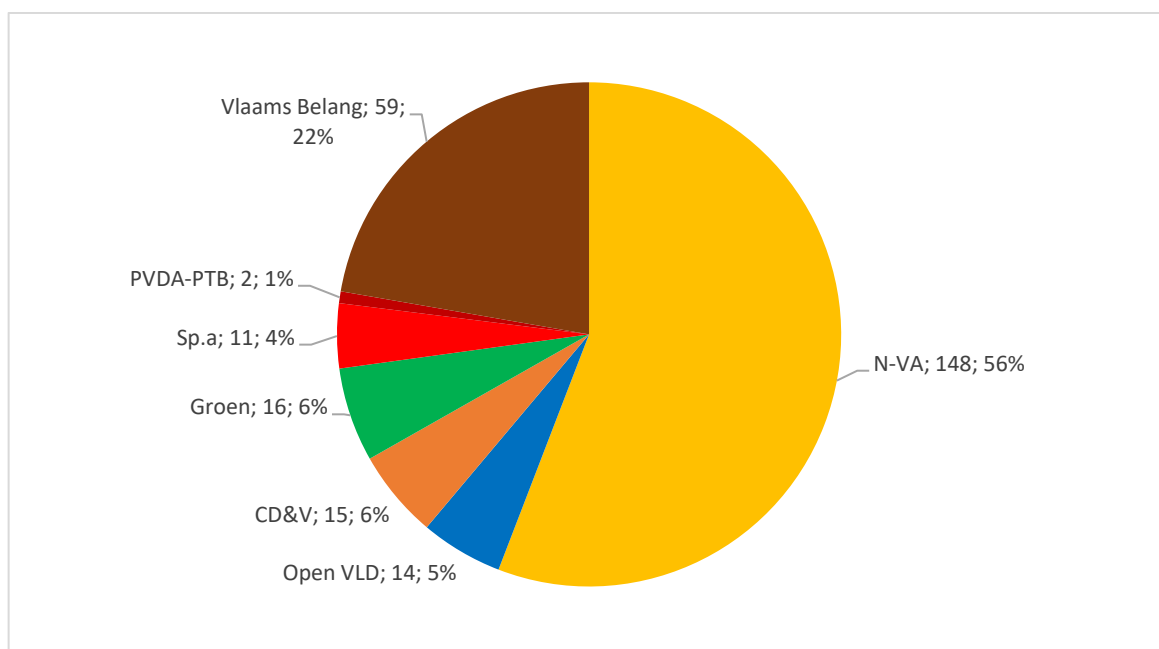
Het grote verschil in hoeveelheid positieve en negatieve mediakritiek lijkt echter ook vertekend door het hoge aantal negatieve mediakritiek en het lage aantal positieve mediakritiek bij N-VA en Vlaams Belang. Politici van alle andere partijen geven gemiddeld vaker positieve mediakritiek dan dat ze negatieve mediakritiek geven (zie figuur 2).

Hoewel politici van N-VA en Vlaamse Belang minder dan gemiddeld positieve mediakritiek uiten, tonen een Kruskal-Wallis test  $p=0,352$  en een lineaire regressie  $p=0,535$  dat er geen significant verschil is in de mate waarin politici van verschillende partijen positieve verwijzingen naar media maken. Politici van N-VA en Vlaams Belang geven niet significant minder positieve mediakritiek dan de andere partijen. Wel zien we duidelijke verschillen tussen Vlaams Belang- en N-VA-politici enerzijds en politici van andere partijen anderzijds in de verhouding positieve-negatieve mediakritiek.

In wat volgt bespreken we meer in detail de verschillen in de hoeveelheid negatieve mediakritische tweets (N=265) door politici. In het verdere verloop van deze studie beschrijven we negatieve mediakritiek omwille van de leesbaarheid van de tekst simpelweg als "mediakritiek" en speciëren we enkel wanneer we doelen op positieve mediakritiek.

In figuur 2 zagen we dat politici van N-VA en Vlaams Belang gemiddeld een hoger percentage mediakritische tweets versturen dan politici van andere partijen. Figuur 3 toont de verdeling van het absolute aantal mediakritische tweets per partij. Meer dan de helft van de 265 mediakritische tweets die Vlaamse politici verstuurd, zijn verstuurd door politici van N-VA, namelijk 148 tweets. Vlaams Belang politici waren verantwoordelijk voor 22 percent van alle mediakritieken met 59 tweets, meer dan de vijf overige partijen samen. Zij verstuurd in totaal 58 mediakritische tweets.

Figuur 3: Aantal mediakritische tweets, opgedeeld per partij (N=265)



Om het verband tussen partij en het aantal mediakritische tweets statistisch te onderzoeken voeren we een negatieve binomiale regressie uit (zie tabel 6). De regressie  $p=0,000$  toont dat er een significant verband is tussen partij en de absolute hoeveelheid mediakritische tweets. Om het effect van onze variabelen beter te begrijpen, bekijken we de incidence rate ratios (IRR), in de tabel terug te vinden onder Exp(B). De constante heeft een IRR van 72,995. De IRR van N-VA bedraagt 0,090 en die van Vlaams belang bedraagt 0,184.

Tabel 6: Verband tussen partij en aantal mediakritische tweets - negatieve binomiale regressie (N=265)

Negatieve Binomiale Regressie			
<b>Pearson Chi-Square / df</b>	0,851		
<b>Significantie Model</b>	0,000***		
Parameter Estimates			
Variabelen	B	Significantie	Exp(B)
<b>Constante</b>	4,290	0,000***	72,995
<b>N-VA = 0</b>	-2,410	0,000***	0,090
<b>N-VA = 1</b>	0	-	1
<b>Vlaams Belang =0</b>	-1,691	0,006**	0,184
<b>Vlaams Belang =1</b>	0	-	1
* significantie met meer dan 90 percent betrouwbaarheid			
** significantie met meer dan 95 percent betrouwbaarheid			
*** significantie met meer dan 99 percent betrouwbaarheid			

We interpreteren onze resultaten als volgt: van een N-VA-politicus verwachten we  $(72,995*1*0,184)$  13 mediakritische tweets in onze niet-verkiezingsperiode van vier maanden. Van een Vlaams Belang politicus verwachten we  $(72,995*0,090*1)$  zeven mediakritische tweets. Politici van andere partijen zouden slechts  $(72,995*0,090*0,184)$  één mediakritische tweet versturen. Anders gezegd betekent dit dat we van N-VA-politici 91% meer mediakritische tweets verwachten dan van politici die niet tot N-VA of Vlaams Belang behoren. Van Vlaams Belang-politici verwachten we 81,6% meer mediakritische tweets.

Een meer gedetailleerde kijk naar onze data toont dat Theo Francken verantwoordelijk was voor 86 van de 148 mediakritische tweets bij N-VA. Slechts één politicus van N-VA verstuurde met andere woorden 58 percent van alle mediakritieken afkomstig van zijn partij. Een negatieve binomiale regressie zonder Francken in het model toont echter eveneens een significant effect voor N-VA.

We concluderen dat ook in absolute cijfers N-VA-politici en Vlaams Belang-politici significant vaker de media bekritisieren dan politici van de andere partijen. Mediakritiek via Twitter lijkt, met uitzondering van N-VA en Vlaams Belang, een eerder marginaal fenomeen te zijn bij politici in Vlaanderen.

Om een beter beeld te krijgen van hoe wijdverspreid politieke mediakritiek via Twitter is in Vlaanderen, willen we weten hoeveel politici in onze steekproef minstens één mediakritische tweet verstuurden. Tabel 7 toont dat slechts 35 van de 68 politici kritiek gaven op media in de onderzochte periode van vier maanden, net iets meer dan de helft. N-VA en Vlaams Belang vallen op met een hoger aantal politici die media bekritisieren via Twitter. Slechts drie politici van Groen en drie politici van Sp.a verstuurden minstens één mediakritische tweet.

Tabel 7: Aantal politici die minstens één kritiek gaven op media, per partij (N=68)

Partij	Politici totaal	Politici met mediakritiek
N-VA	11	8
Open VLD	11	6
CD&V	12	6
Groen	12	3
Sp.a	10	3
PVDA-PTB	3	2
Vlaams Belang	9	7
<b>Totaal</b>	<b>68</b>	<b>35</b>

## 6.2 Aard van de mediakritiek van politici op Twitter

We willen in deze studie niet enkel te weten komen hoe vaak politici mediakritiek geven via Twitter, maar ook op welke manier ze dat doen. We onderscheiden in onze literatuurstudie vier categorieën van mediakritiek: kritiek op de "vooringenomen", "gebiaste" media, kritiek op de "te negatieve" media; kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media en tenslotte, kritiek op de "inaccurate" media. Aangezien niet elke kritiek uit onze dataset binnen een van bovenstaande categorieën paste, voegden we een laatste categorie "overige" toe. Tabel 8 toont hoeveel mediakritische tweets van elke categorie werden verstuurd per partij.

Tabel 8: Aantal mediakritische tweets, opgedeeld per type mediakritiek en per partij (N=265)

Partij	Inaccuraat	Bias	Negatief	Elite	Overige
<b>N-VA</b> <b>(11 politici)</b>	76 (56,3%)	76 (55,9%)	3 (50,0%)	12 (38,7%)	8 (57,1%)
<b>Open VLD</b> <b>(11 politici)</b>	6 (4,4%)	4 (2,9%)	2 (33,3%)	0 (0,0%)	2 (14,3%)
<b>CD&amp;V</b> <b>(12 politici)</b>	8 (5,9%)	8 (5,9%)	0 (0,0%)	2 (6,5%)	1 (7,1%)
<b>Groen</b> <b>(12 politici)</b>	10 (7,4%)	3 (2,2%)	1 (16,7%)	0 (0,0%)	2 (14,3%)
<b>Sp.a</b> <b>(10 politici)</b>	7 (5,2%)	4 (2,9%)	0 (0,0%)	2 (6,5%)	1 (7,1%)
<b>PVDA-PTB</b> <b>(3 politici)</b>	1 (0,7%)	2 (1,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
<b>Vlaams Belang</b> <b>(9 politici)</b>	27 (20,0%)	39 (28,7%)	0 (0,0%)	15 (48,4%)	0 (0,0%)
<b>Totaal</b> <b>(68 politici)</b>	135 (100%)	136 (100%)	6 (100%)	31 (100%)	14 (100%)

Noot: Omdat sommige tweets tot meerdere categorieën van mediakritiek behoren, geeft een optelsom van deze cijfers een groter getal dan het totale aantal mediakritische tweets.

### 6.2.1 Kritiek op de "vooringenomen" media

Op basis van de literatuur verwachtten we dat voornamelijk politici van rechtse partijen media zullen beschuldigen van "biases", van oneerlijk vooringenomen te zijn (Niven, 2001). Onze data bevestigen dit en tonen dat politici van de twee meest rechtse partijen in Vlaanderen, N-VA en Vlaams Belang, het vaakst "biastweets" versturen. Theo Francken van N-VA klaagt bijvoorbeeld herhaaldelijk over media die hem anders zouden behandelen dan andere politici. Zo stelt hij dat Maggie De Block van Open VLD, die Francken opvolgde als staatssecretaris van asiel en migratie, niet even kritisch wordt ondervraagd door journalisten: *"Euhm, waarom vraagt niemand aan mijn opvolgster waarom die terugkeervlucht nr Armenië plots geannuleerd werd en of er nu een probleem ovv openbare orde ih dossier zit? Ik zou er niet zo gemakkelijk mee wegkomen. Sommigen zouden er een complot in zien."* Ook voorzitter van Vlaams Belang, Tom Van Grieken, beschuldigt media in meerdere tweets van biases tegen zijn partij of in het voordeel van andere partijen: *"Is @HLN\_BE nog geïnteresseerd in feiten en cijfers of is @HLN\_BE gewoon het ledenblad van de N-VA geworden? Het was al gewoon 4 jaar een opendeurenbeleid! <https://t.co/ctsyCLdktL> (echte cijfers: <https://t.co/bML8qIn3fd>)"*. In deze tweet verwijt Van Grieken de krant Het Laatste Nieuws van biases in het voordeel van N-VA. Bovendien valt op dat de tweet niet enkel vooringenomenheid aanklaagt, maar ook de verspreiding van inaccuraat cijfers. Kritieken van bias worden regelmatig gecombineerd met kritieken gericht op inaccuraat berichtgeving, in onze dataset namelijk 50 keer.

In totaal bekritiseerden N-VA-politici de media 76 keer omwille van vermeende biases. Politici van Vlaams Belang deden dit in 39 tweets. De twee meest uitgesproken rechtse partijen in Vlaanderen waren zo verantwoordelijk voor 85 percent van de 136 tweets die vooringenomenheid van media aanklaagden. Opvallend is dat ook politici van centropartij CD&V acht keer biases in de media aanklaagden, het dubbele van de meeste andere partijen. Een gedetailleerde kijk naar dit resultaat

toont echter dat 2 van de 8 "biastweets" door CD&V werden verstuurd door CD&V-politicus Orry Van de Wauwer, die niet de vooringenomenheid van media veroordeelde in het nadeel van zijn partij, maar in het nadeel van een andere partij, namelijk Vlaams Belang. Deze tweets verstuurd hij nadat De Morgen foto's publiceerde waarop aanhangers van Forza Ninove, de lokale partij van Vlaams Belang-parlementslid Guy D'haeseleer, hun verkiezingsoverwinning vierden. Op deze foto's lijken de partijaanhangers een Hitlergroet uit te voeren. Deze foto's bleken echter volledig uit hun context gehaald. Van de Wauwer verstuurd daarom volgende tweet: *"Leedvermaak ontsiert een winnende partij & zegt veel over houding van mensen. Ik zou met die partij nt besturen, maar die framing van Hitlergroet is nefast en nergens voor nodig. <https://t.co/IX7OBHEXVH>".* Omdat Van de Wauwer de misleidende berichtgeving kadert vanuit een verondersteld waardeoordeel door de journalist over Forza Ninove (of Vlaams Belang), verwijst deze tweet naar de media als vooringenomen. De tweet is echter uniek aangezien het geen bias aanklaagt in het nadeel van zijn partij of in het voordeel van andere partijen, maar in het nadeel van een andere partij.

### 6.2.2 Kritiek op de "te negatieve" media

In slechts zes tweets klaagden politici over een te negatieve media. Ondanks de overeenstemming in academische literatuur dat media eerder focussen op negatief nieuws (Niven, 2001), blijkt uit onze resultaten dat Vlaamse politici via Twitter zelden media bekritisieren omdat ze te negatief zouden zijn.

### 6.2.3 Kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media

Kritiek op de elitaire, "politiek correcte" media kwam voor in 31 tweets. We beschouwden tweets als behorend tot deze categorie wanneer men kritiek gaf op de media omdat ze bepaalde onderwerpen zouden promoten of achterhouden om een eliteagenda te dienen. Zo bijvoorbeeld de tweet van Tom Van Grieken (Vlaams Belang): *"De #VRT benadrukt dat de schietende islamist (Chérif Chekatt) een geboren en getogen Fransman is. Administratief zal dat wel kloppen, maar journalistieke onzin! Het is even belachelijk als bij (vroegere) IRA-aanslagen zeggen: Een Brit pleegt een aanslag in Groot-Brittannië. #msm <https://t.co/W3PO51QKDr>".* Met deze tweet verwijst Van Grieken naar het volgens hem "politiek correcte" karakter van de VRT en maakt hij bovendien gebruik van het anti-establishment-label "msm" (mainstreammedia). Dit label komt herhaaldelijk terug in tweets van voornamelijk Vlaams Belang-politici wanneer ze de "politiek correcte" media aanvallen, bijvoorbeeld ook in deze tweet van Filip Dewinter: *"Hang alle blanken op'.... Franse rapper roept op tot moord tegen 'blanken'. Wedden dat MSM doof en stom blijft? <https://t.co/vqRMBdPEyi>".*

Uit de literatuur blijkt dat voornamelijk rechts-populistische politici de "elitaire" media zullen aanvallen om zich te profileren als anti-establishmentfiguur (Mazzoleni, 2008). Tabel 4 toont dat in onze data voornamelijk politici van twee partijen media bekritisieren als elite: N-VA- en Vlaams Belang-politici waren samen verantwoordelijk voor 87 percent van dit type mediakritiek. Andere partijen bekritisieren media quasi nooit op deze wijze. Wanneer we onze data meer gedetailleerd bekijken zien we dat de 15 "elitetweets" door het rechts-populistische Vlaams Belang eerder gelijk verdeeld zijn over zes politici. Bij N-VA blijkt echter dat 11 van de 12 "elitetweets" verstuurd waren door slechts twee politici: Theo Francken en Peter Persyn. Dit doet uitschijnen dat de eerder

populistische kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media geen discouseigenschap is van N-VA als partij, maar eerder van enkele individuele politici van die partij.

#### 6.2.4 Kritiek op de "inaccurate" media

In onze dataset verstuurden politici 135 mediakritische tweets om inaccurate berichtgeving aan te klagen of recht te zetten. Meer dan de helft van alle mediakritiek (N=265) had met andere woorden te maken met bepaalde "fouten" die media zouden hebben gemaakt. 56 percent van de tweets die tot dit type mediakritiek behoorden werden verstuurd door N-VA-politici, meer specifiek 76 tweets. Vlaams Belang politici waren met 27 tweets verantwoordelijk voor 20 percent van de mediakritiek gericht op inaccurate berichtgeving. Hoewel ook politici van alle andere partijen inaccurate berichtgeving aanklagen via Twitter, en dit bovendien de voornaamste kritiek is bij al deze partijen, blijkt de mate waarin ze dit doen eerder beperkt, namelijk nooit meer dan 10 keer.

Kritiek op de inaccurate media ging in 14 tweets gepaard met het gebruik van de omstreden term "fake news". Zo bekritiseerde Stefaan Sintobin (Vlaams Belang) een journalist van VTM omdat hij het aantal betogers op de "Mars voor Democratie", een manifestatie georganiseerd door Vlaams Belang, zou onderschatten: "*@dirkvdbogaert @VTMNIEUWS Enkele honderden...!? #FakeNews*". Partijgenoot Filip Dewinter verstuurde een gelijkaardige tweet: "*Volgens @demorgen waren er in #Dresden 4000 personen op @OFFICIAL\_PEGIDA manifestatie waar ik het woord voerde. Oordeel zelf... #FakeNews*". Ook politici van andere partijen, zoals Imade Annouri van Groen, gebruiken de term wanneer ze wijzen op fouten. Naar aanleiding van de (inaccurate) berichtgeving door HLN.be dat het Europees Parlement zou hebben gestemd dat buitenlanders na één dag werken al een uitkering zouden ontvangen, twitterde Annouri bijvoorbeeld: "*Fakeeeee neeeeeewwwsssss Komen er eigenlijk rechtzettingen of mag dit gewoon zijn eigen leven blijven leiden op het internet? <https://t.co/RuaUUPnljh>*".

In wat volgt bespreken we meer in detail welke fouten politici rechtzetten wanneer ze kritiek geven op de media als inaccuraat, alsook de wijze waarop politici deze fouten rechtzetten. Omdat enkel N-VA- en Vlaams Belang-politici geregeld inaccurate berichtgeving aanklagen via hun twitteraccounts, zullen we ons enkel focussen op mogelijke verschillen of gelijkenissen tussen deze twee partijen. Gezien het lage aantal tweets gericht op de media als inaccuraat bij de andere partijen zou statistische vergelijking niet zinvol zijn.

In de literatuur onderscheidt men twee categorieën van fouten in de berichtgeving: enerzijds "objectieve" fouten en anderzijds "subjectieve" fouten (Berry Jr, 1967; Maier, 2007; Singletary, 1980). Met objectieve fouten wijst men op feitelijke fouten of mechanische fouten zoals typfouten of het berichten van verkeerde aantallen. Subjectieve fouten verwijzen naar de presentatie van feiten, zoals misleidende titels, selectieve berichtgeving of overdrijving. Geven politici in Vlaanderen eerder kritiek gericht op de inaccurate media om objectieve fouten recht te zetten? Of eerder om hun ongenoegen te uiten over de manier waarop men feiten presenteert?

In tabel 9 tonen we de verdeling tussen kritiek op objectieve en kritiek op subjectieve fouten bij N-VA en Vlaams Belang. In beide categorieën gaven politici van N-VA het meeste mediakritiek: 51 tweets om objectieve fouten recht te zetten en 25 tweets die wezen op subjectieve fouten in berichtgeving.



Waar N-VA-politici zich duidelijk vaker richten op objectieve fouten dan op subjectieve fouten, zien we dat dit eerder gelijk verdeeld is bij Vlaams Belang, met zelfs iets meer kritiek op subjectieve fouten.

Een meer gedetailleerde kijk naar onze data toont dat Theo Francken verantwoordelijk is voor 55 van de 76 N-VA tweets gericht op inaccurate informatie. Meer specifiek verstuurd hij 40 tweets gericht op objectieve fouten en 15 tweets gericht op subjectieve fouten. Als we de verdeling objectieve-subjectieve fouten van N-VA bekijken zonder Francken (zie tabel 10) zien we dat ook politici van N-VA zich ongeveer even vaak richten op objectieve fouten als op subjectieve fouten wanneer ze kritiek geven op de media als inaccuraat.

Tabel 9: Verdeling tweets gericht op objectieve/subjectieve fout bij VB en N-VA (N=103)

	<b>N-VA (11 politici)</b>	<b>Vlaams Belang (9 politici)</b>
<b>Objectief</b>	51 (67,1%)	12 (44,4%)
<b>Subjectief</b>	25 (32,9%)	15 (55,6%)
<b>Totaal</b>	76 (100%)	27 (100%)

Tabel 10: Verdeling tweets gericht op objectieve/subjectieve fout bij VB en N-VA, exclusief Francken (N=48)

	<b>N-VA (10 politici)</b>	<b>Vlaams Belang (9 politici)</b>
<b>Objectief</b>	11 (52,4%)	12 (44,4%)
<b>Subjectief</b>	10 (47,6%)	15 (55,6%)
<b>Totaal</b>	21 (100%)	27 (100%)

Waar we geen betekenisvolle verschillen vonden tussen N-VA en Vlaams Belang in de mate waarin ze zich richten op objectieve of subjectieve fouten, blijkt de wijze waarop ze fouten in mediaberichtgeving kaderen wel sterk te verschillen.

Tabel 11 toont dat N-VA-politici fouten door media voornamelijk kaderen als misinformatie, meer specifiek 62 keer, ofwel 81 percent van alle tweets door N-VA-politici gericht op inaccurate berichtgeving. Misinformatie doelt op de onopzettelijke verspreiding van inaccurate informatie zonder kwaadwillige bedoelingen (Bennett & Livingston, 2018; Ross & Rivers, 2018). Wanneer een tweet een vermeende fout door journalisten niet kaderde als een bewust gemaakte fout, beschouwden we deze als misinformatie. Zo bijvoorbeeld de tweet door Peter Dedecker (N-VA) die wijst op een onschuldige vergissing van een journalist: "*Volgens @HLN gaat SpaceShip Two 3x sneller dan het licht. Dat zou wel heel straf zijn en een Nobelprijs opleveren... #geluid <https://t.co/Z6WQUGyeYZ>*". Ook Geert Bourgeois verwijst in een van zijn tweets naar misinformatie door VRT-journalist Marc Van de Looverbosch: "*Het voorstel om werkloosheidsuitkeringen eerst te laten stijgen en dan degressief te maken, kwam niet van Kris Peeters zoals Mark Vandelooverbos [sic]*"

beweerde. Het voorstel van @Stijn\_Baert heb ik politiek gelanceerd in #deochtend op 11 juli @radio1be".

Wanneer Vlaams Belang-politici verwijzen naar fouten door media, kaderen ze deze in meer dan 85 percent van de tweets als desinformatie, als een bewuste verspreiding van informatie waarvan het foutieve karakter is geweten. Slechts vier tweets die wezen op "foutieve" nieuwsberichtgeving verwezen niet naar de vermeende kwaadwilligheid van het nieuwsmedium of van de journalist. In totaal verstuurd politici van Vlaams Belang 23 tweets gericht op desinformatie. Soms was de verwijzing naar het kwaadwillige karakter van foutieve berichtgeving eerder impliciet, zoals in de tweet van Filip Dewinter: "Volgens de #MSM media 'enkele honderden'... Bekijk deze beelden en besef: enkele duizenden op #MarsVoorDemocratie in #Ninove <https://t.co/9DPQiv9R0K>". Soms waren verwijten van desinformatie erg expliciet, bijvoorbeeld deze tweet van Vlaams Belang voorzitter Tom Van Grieken: "Bewust gefotoshopte foto's om aan kwalijke en politiek framing te doen. Shame on you @HLN\_BE! #msm". Een Pearson's chi-squared test  $p=0,000$  toont dat het geobserveerde verschil tussen Vlaams Belang-tweets en N-VA-tweets statistisch significant is.

Tabel 11: Verdeling tweets gericht op misinformatie/desinformatie bij VB en N-VA (N=103)

	<b>N-VA (11 politici)</b>	<b>Vlaams Belang (9 politici)</b>
<b>Misinformatie</b>	62 (81,6%)	4 (14,8%)
<b>Desinformatie</b>	14 (18,4%)	23 (85,2%)
<b>Totaal</b>	76 (100%)	27 (100%)

Tabel 11 toont dat ook N-VA-politici in 14 tweets de media beschuldigden van desinformatie. Twaalf van deze tweets werden echter verstuurd door één politicus, Theo Francken. Francken twitterde bijvoorbeeld: "Zelfs in de studio van @VTMNIEUWS probeert men verwarring te zaaien over de verklaring van Marrakesh die in mei werd aangenomen. Heeft NIETS te maken met het VN migratiecompact. <https://t.co/1Uyupy25hj>", een duidelijke verwijzing naar desinformatie door omroep VTm. In een andere tweet insinueert hij dat De Standaard in een studie naar het aantal twittervolgers van politici bewust een cijfer te weinig zou hebben vermeld bij het aantal volgers van Francken: "7.990 echte volgers. Oeps @destandaard 'vergeet' plots de 4. Toeval? Minder actieve volgers zijn daarom geen valse volgers, lijkt me. Maar soit, ik heb alleszins nog nooit @Twitter volgers gekocht. <https://t.co/1kPkQEFyVI>". Waar bijna alle "desinformatietweets" door N-VA verstuurd werden door één politicus, verstuurd vier verschillende politici van Vlaams Belang dergelijke tweets.

We concluderen dat wanneer N-VA-politici kritiek hebben op inaccurate berichtgeving, ze dit vooral kaderen als misinformatie, als onbewust gemaakte fouten. Vlaams Belang-politici kaderen vermeende fouten in berichtgeving bijna altijd als een bewuste en kwaadwillige verspreiding van foutieve informatie. Hoewel Theo Francken, in lijn met zijn partij, voornamelijk misinformatie aanklaagt, geeft hij ook in 12 tweets kritiek op vermeende desinformatie. Op de 13 "desinformatietweets" van Vlaams Belang-voorzitter Tom Van Grieken na, is dit het meeste van alle onderzochte politici in Vlaanderen

Samengevat tonen de resultaten in deze sectie dat enkel politici van N-VA en Vlaams Belang regelmatig media bekritisieren. Politici van andere partijen lijken hier omzichtiger mee om te gaan. Bovendien lijkt er bij deze politici een zekere schroom te bestaan over het uiten van mediakritiek. Exemplarisch hiervoor is de tweet van Kristof Calvo (Groen): *"Ik doe zelden aan openlijke mediakritiek, maar titels als 'hele dag theater, niks veranderd' zijn onbegrijpelijk na een dag waarop parlement uitzonderlijk de leiding neemt. Cynisme en dedain van media over parlementaire politiek irriteren mij mateloos @Nieuwsblad\_be"*. Ook Vincent Van Quickenborne (Open VLD) veroordeelt via Twitter de politieke mediakritiek van sommige politici: *"Meer en meer zie je nu ook in Europa bepaalde politici die sans gêne journalisten publiekelijk uitkafferen, beledigen en beliegen. Alsof die journalisten deel uitmaken van een groot complot. <https://t.co/7LSdLqncLn>"*.

### 6.3 Doelwit van de mediakritiek van politici op Twitter

Wanneer Vlaamse politici kritiek geven op media via Twitter, wie is dan het doelwit van de kritiek? Viseert men een individuele journalist? Een bepaald medium? Of wordt "de media" in het algemeen aangevallen? In navolging van Jagers en Walgrave (2007) stellen we dat mediakritiek meer populistisch is en een sterkere mate van "anti-elitarisme" vertoont wanneer het zich richt op algemene doelwitten. Kritiek op "de media" of "de pers" is hierbij vijandiger en meer populistisch dan kritiek op een specifiek medium zoals bijvoorbeeld kritiek op krant De Morgen. Bij aanvang van deze studie verwachtten we dan ook dat rechts-populistische politici hun mediakritiek vaker zullen richten op "de media" dan andere politici.

In deze studie onderscheiden we vier verschillende doelwitten waarop politieke mediakritiek gericht kan zijn: kritiek op één of meerdere journalisten; kritiek op een bepaald medium; kritiek op een groep media en kritiek op "de media" in het algemeen. Tabel 12 toont hoe vaak de verschillende partijen een bepaald doelwit bekritisierden.

Van de 265 mediakritieken die Vlaamse politici verstuurd waren er 144 gericht op een specifiek medium. Dit gebeurde bijvoorbeeld in deze tweet, waarin Theo Francken (N-VA) de Gazet van Antwerpen verwijt dat ze hem geen weerwoord boden: *"Geachte @gva, Aangezien u 'vergat' me om reactie te vragen, zie ik graag volgende reactie alsnog verschijnen: 'Wat de mensenrechtenexpert stelt is flagrant onjuist. Het Kinderrechtenverdrag is essentieel in het bevel om moeders en kinderen naar België te krijgen (F/5, F/7). 1/2"*. Bij alle partijen was het voornaamste doelwit van mediakritiek een specifiek medium.

In 67 tweets bekritisieert men een individuele journalist of meerdere journalisten. Tom Van Grieken (Vlaams Belang) schrijft bijvoorbeeld: *"@fernandvandamme @BasBogaerts Poetin kan nog iets leren van jullie twee. Walgelijke framing! <https://t.co/mGkCHdawac>"*. In deze tweet richt hij zich specifiek tot twee journalisten van De Morgen die verantwoordelijk waren voor de eerdergenoemde (misleidende) foto van de Forza Ninove-aanhangers.

"De media" in het algemeen wordt in 51 tweets aangevallen. Zo bijvoorbeeld in de tweet van Chris Janssens (Vlaams Belang): *"Ik vraag me n.a.v. het filmpje van Dries Van Langenhove af waar de verontwaardiging ter linkerzijde blijft. Stel je voor dat een leerkracht rechtse taal zou spreken en een*

linkse politicus zou beledigen; de media en de politiek stonden in rep en roer.' #vlaparl <https://t.co/QdOCXkYRpE>. Ook wanneer men sprak over "journalisten" in algemene termen, beschouwden we de kritiek als gericht op "de media" in het algemeen. Een voorbeeld hiervan is volgende tweet van Theo Francken: "Hoezo mijn opvolgster heeft niet gezegd dat er in Aalst ook geld aan verdiend is?! Toch maar even dit fragment bekijken. Ik wil daar dus graag enig bewijs van zien. Journalisten vragen het niet, die stellen enkel vragen aan mij, dan doe ik het zelf wel. Of mag zij alles zomaar zeggen?".

Tabel 12: Aantal mediakritische tweets, opgedeeld per doelwit en per partij (N=265)

Partij	Journalist	Medium	Groep media	Media algemeen
<b>N-VA</b> <b>(11 politici)</b>	33 (49,3%)	79 (54,9%)	21 (65,6%)	25 (49,0%)
<b>Open VLD</b> <b>(11 politici)</b>	4 (6,0%)	7 (4,9%)	2 (6,2%)	4 (7,8%)
<b>CD&amp;V</b> <b>(12 politici)</b>	6 (9,0%)	8 (5,6%)	2 (6,2%)	1 (2,0%)
<b>Groen</b> <b>(12 politici)</b>	6 (9,0%)	9 (6,2%)	2 (6,2%)	0 (0,0%)
<b>Sp.a</b> <b>(10 politici)</b>	1 (1,5%)	7 (4,9%)	1 (3,1%)	2 (3,9%)
<b>PVDA-PTB</b> <b>(3 politici)</b>	1 (1,5%)	1 (0,7%)	1 (3,1%)	0 (0,0%)
<b>Vlaams Belang</b> <b>(9 politici)</b>	16 (23,9%)	33 (22,9%)	3 (9,4%)	19 (37,3%)
<b>Totaal</b> <b>(68 politici)</b>	67 (100%)	144 (100%)	32 (100%)	51 (100%)

Noot: Omdat sommige tweets meerdere doelwitten bekritiseerden, geeft een optelsom van deze cijfers een groter getal dan het totale aantal mediakritische tweets.

Tenslotte waren 32 mediakritische tweets gericht op een groep media. Zoals de "Vlaamse media" in de tweet van Kristof Calvo (Groen): "Vlaamse media hebben veel aandacht gespendeerd aan @de\_NVA in Brussel, maar ze blijven daar mini-partij. Duidelijke winnaar in onze hoofdstad: @ecolo @groen Heel blij dat @BartDhondt & @BenoitHellings het zo goed doen in BXL-stad". Ook Peter Dedecker van N-VA geeft kritiek op een groep media wanneer hij verwijst naar een bias in "de kranten": "'Opnieuw nadenken over de conventie van Genève' en ze dus aanpassen: toen @Bart\_DeWever dat in 2015 zei leverde het dagenlang kranten vol hoon en schande op. Benieuwd naar de reactie nu ook belangrijke sociaaldemocraten als @J\_Dijsselbloem dit bevestigen. <https://t.co/iuzj5rqnqS> <https://t.co/1J9ZGAebVN>."

Politici van N-VA en Vlaams Belang zijn samen verantwoordelijk voor meer dan 70 percent van de tweets in elke "doelwit-categorie". Aanvallen op "de media" waren zelfs voor 86 percent verstuurd door N-VA- of Vlaams Belang-politici. Politici van andere partijen lijken hun weinige kritieken voornamelijk "specifiek" te richten, op bepaalde media en journalisten. Omwille van het lage aantal mediakritische tweets bij deze partijen is een meer gedetailleerde vergelijking niet zinvol. In wat volgt, bespreken we enkel de mate waarin N-VA- en Vlaams Belang-politici hun mediakritiek richten op bepaalde doelwitten.

Tabel 12 toont dat N-VA-politici in elke doelwit-categorie het meeste mediakritiek gaven in de onderzochte periode. Wanneer we kijken naar de meest specifieke categorie, namelijk kritiek op één of meerdere journalist(en), zien we dat N-VA-politici 33 dergelijke tweets verstuurd. Politici van Vlaams Belang deden dit slechts 16 keer. Negenenzeventig mediakritische tweets door N-VA-politici waren gericht op een specifiek medium terwijl dit er slechts 33 waren bij Vlaams Belang. Het verschil tussen beide partijen is relatief het grootste wanneer we het aantal tweets bekijken waarin men een groep media bekritiseerde, bijvoorbeeld "de klassieke media" of "De Standaard én De Morgen". N-VA-politici verstuurd 21 tweets die binnen deze categorie pasten, Vlaams Belang-politici deden dit slechts drie keer.

Uit onze resultaten blijkt dat N-VA- en Vlaams Belang-politici ongeveer even vaak "de media" bekritisieren. Politici van N-VA verstuurd 25 tweets gericht op "de media" in het algemeen, Vlaams Belang-politici verstuurd er 19. Wanneer we dit resultaat meer gedetailleerd bekijken zien we dat twee N-VA-politici, Theo Francken en Peter Persyn, verantwoordelijk waren voor 22 van de 25 tweets gericht op "de media", ofwel 88 percent van het partijtotaal. Bij Vlaams Belang waren de 19 tweets eerder gelijk verdeeld over 7 verschillende politici. Dit lijkt onze hypothese te bevestigen dat rechts-populistische politici, namelijk politici van Vlaams Belang en bepaalde politici van N-VA, vaker kritiek hebben op "de media" dan andere politici. Bij Vlaams Belang kunnen we dit als partijkenteken beschouwen, bij N-VA niet.

De partijverschillen die we vonden voor de eerste drie categorieën, "journalist", "medium" en "groep media", blijken ook sterk vertekend door de grote hoeveelheid mediakritische tweets die Theo Francken verstuurd. Meer specifiek uitte Francken in 19 tweets kritiek op één of enkele journalist(en), in 46 tweets viseerde hij een bepaald medium en in 12 tweets bekritiseerde hij een groep media. Wanneer we de partijen opnieuw met elkaar vergelijken, maar ditmaal zonder de tweets van Francken, zien we dat de verschillen verwaarloosbaar zijn (zie tabel 13). Enkel kritiek op een groep media blijkt vaker voor te komen bij N-VA-politici dan bij Vlaams Belang-politici, met respectievelijk 9 en 3 mediakritische tweets van dit type. Dit verschil blijkt echter niet statistisch significant  $p= 0,710$ . De oorspronkelijke verschillen die we vonden blijken dus eerder een "Theo Francken-effect".

*Tabel 13: Aantal mediakritische tweets van VB en N-VA exclusief Francken, opgedeeld per doelwit (N=121)*

	<b>Journalist</b>	<b>Medium</b>	<b>Groep media</b>	<b>Media algemeen</b>
<b>N-VA (11 politici)</b>	14	33	9	14
<b>Vlaams Belang (9 politici)</b>	16	33	3	19

*Noot: Omdat sommige tweets meerdere doelwitten bekritisierden, geeft een optelsom van deze cijfers een groter getal dan het totale aantal mediakritische tweets.*

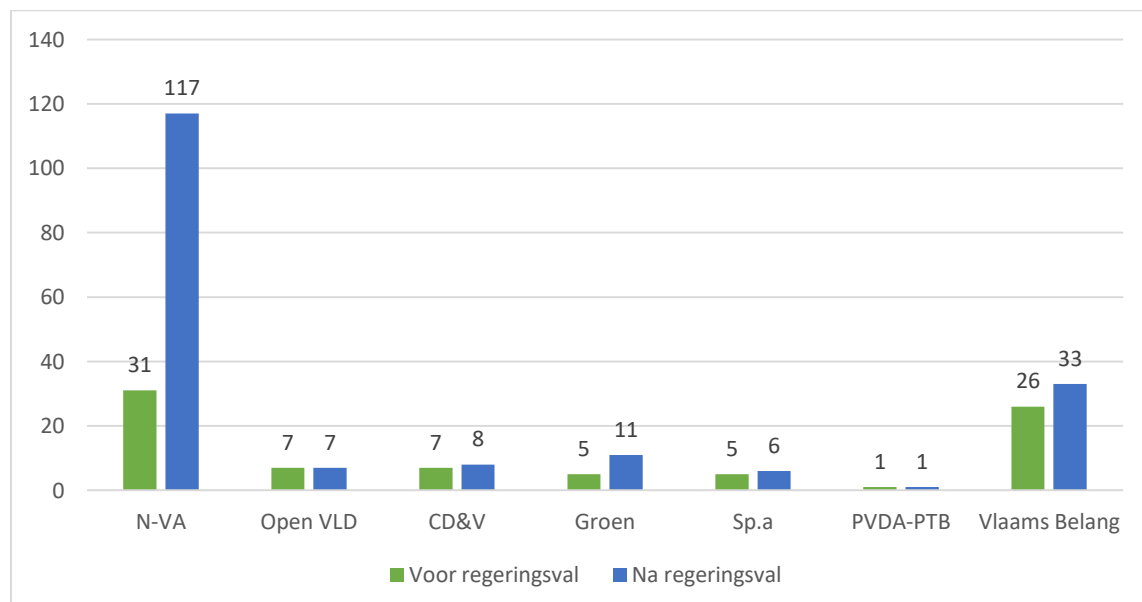
## 6.4 Evolutie mediakritiek van N-VA

Op 7 december 2018 verliet N-VA de federale regering van België. De directe aanleiding was het VN-migratiepact, voluit het "Mondiaal Pact Voor Veilige, Ordelijke en Reguliere Migratie". In deze tekst engageren de lidstaten van de VN, waaronder België, zich om samen te werken om de internationale migratie op een meer gecoördineerde wijze in goede banen te leiden (Vercruyse, 2018). N-VA kante zich echter tegen het ondertekenen van deze tekst, en maakte er zelfs een breekpunt van: de regering zou vallen als België het pact ondertekent. Wanneer de eerste minister van België, Charles Michel, toch besliste om namens België de tekst te ondertekenen zonder de steun van coalitiepartner N-VA, verliet N-VA de regering.

In deze studie willen we nagaan of de regeringsval een invloed heeft gehad op de manier waarop politici van N-VA verwijzen naar media. Met andere woorden willen we weten of N-VA-politici minder mediakritiek gaven wanneer ze in de regering zaten, dan wanneer ze zich in de oppositie bevonden. Aangezien de regeringsval bijna perfect in het midden van de door ons onderzochte periode gebeurde, kunnen we in absolute cijfers vergelijken of partijen meer mediakritiek gaven in de periode 15 oktober 2018 - 7 december 2018 dan in de periode 8 december 2018 - 15 februari 2019.

Figuur 4 toont hoeveel mediakritische tweets de partijen verstuurd in beide periodes. Voor de regeringsval verstuurd politici van N-VA 31 mediakritische tweets. Na de regeringsval deden ze dit 117 keer. Er is met andere woorden een toename van 377%. Andere partijen tonen in vergelijking met N-VA eerder kleine verschillen tussen de periode voor- en na de regeringsval.

Figuur 4: Aantal mediakritische tweets voor- en na de regeringsval, opgedeeld per partij (N=265)



Om deze toename in mediakritiek door N-VA-politici beter te begrijpen voeren we een Wilcoxon signed-rank test uit (zie tabel 14). Deze test toont dat politici van N-VA na de regeringsval statistisch significant vaker media bekritiseerden via Twitter dan voor de regeringsval  $p=0,012$ . De "Negative Rank" van de test bedraagt 0. Dat wil zeggen dat geen enkele politicus van N-VA meer mediakritische

tweets verstuurd voor de regeringsval dan erna. De "Positive Rank" daarentegen, toont dat 8 van de 11 onderzochte N-VA-politici meer mediakritische tweets verstuurden na de regeringsval. De overige 3 politici verstuurden dezelfde hoeveelheid mediakritische tweets in beide periodes. Dit toont dat de toename in mediakritische tweets bij N-VA een partijtoename is, en niet slechts het effect van enkele politici.

Tabel 14: Mediakritische tweets N-VA voor- en na regeringsval - Wilcoxon signed-rank test (N=148)

<b>Wilcoxon signed-rank test</b>			
	<b>N</b>	<b>Mean Rank</b>	<b>Sum of Ranks</b>
<i>Negative Rank</i>	0	0,00	0,00
<i>Positive Rank</i>	8	4,50	36,00
<i>Ties</i>	3		
<i>Total</i>	11		
<b>Significantie</b>	0,012**		
<b>Z</b>	-2,527		

\* significant met meer dan 90 percent betrouwbaarheid

\*\* significant met meer dan 95 percent betrouwbaarheid

\*\*\* significant met meer dan 99 percent betrouwbaarheid

## 7 Conclusie en discussie

In welke mate leveren Vlaamse politici mediakritiek via Twitter? Wat is de aard van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter? Wie is het doelwit van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter? Deze vragen trachtten we in dit onderzoek te beantwoorden door middel van een kwantitatieve inhoudsanalyse van 1646 tweets die 68 Vlaamse politici verstuurd.

Om een antwoord te vinden op onze eerste onderzoeksvraag, die peilt naar de mate van mediakritiek in politieke tweets, stelden we volgende subvragen: *"hoe vaak verwijzen Vlaamse politici naar media via Twitter?"* en *"hoe vaak hebben deze tweets met mediaverwijzingen als doel kritiek te leveren op media?"*. Literatuur rond het twittergedrag van politici toont dat mediakritiek leveren niet het voornaamste doel is wanneer politici twitteren over media. Voornamelijk zouden politici nieuwsartikelen delen via het sociale medium om zichzelf of hun partij te promoten (Golbeck, Grimes, & Rogers, 2010; Enli & Skogerbø, 2013) of om politieke tegenstanders aan te vallen, om "negatieve campagne" te voeren (Van Kessel & Castelein, 2016; Janssen, 2018). Tenslotte zou de grote aanwezigheid van journalisten op Twitter (Broersma & Graham, 2013) politici de mogelijkheid bieden om rechtstreeks met hen in dialoog te gaan.

Onze studie bevestigt dat Vlaamse politici voornamelijk omwille van bovenstaande redenen twitteren over media. Wanneer politici mediatweets – tweets met een verwijzing naar media – versturen, doen ze dit voornamelijk om zichzelf te promoten en dit gemiddeld in bijna 35 percent van de verzonden mediatweets. Tegenstanders worden gemiddeld in meer dan 20 percent van de mediatweets aangevallen. Dit laatste blijkt echter sterk te verschillen tussen politici van oppositiepartijen en politici van regeringspartijen. Politici van oppositiepartijen verstuurd gemiddeld 20 tot 50 percent van hun mediatweets om tegenstanders te bekritisieren. Bij de regeringspartijen lag dit gemiddelde steeds onder 10 percent. Dit geobserveerde verschil is verklaarbaar: als politicus van een oppositiepartij zal men Twitter vaker gebruiken als middel om oppositie te voeren, en dus om negatief te verwijzen naar politieke tegenstanders, hun programma of hun beleid. Politici van regeringspartijen zullen eerder naar mediaberichtgeving verwijzen om hun beleid te verdedigen, om aan zelfpromotie te doen.

In gemiddeld 19 percent van de mediatweets gingen politici een gesprek aan met journalisten, of betrokken ze nieuwsmedia in een gesprek met derden. Ook hier vinden we duidelijke partijverschillen: politici van Vlaams Belang en PVDA-PTB verwijzen zelden naar media als onderdeel van een gesprek op Twitter, gemiddeld slechts vijf percent van alle mediatweets. Een verklaring voor dit resultaat zou kunnen liggen in de "extremiteit" van beide partijen. Mogelijk houden journalisten vanuit hun professionele attitude een grotere afstand t.o.v. politici van de partijen aan de twee uitersten van het politieke spectrum om een zekere objectiviteit te bewaren.

We moeten bij dit laatste resultaat wel een kanttekening maken. Doordat we slechts drie PVDA-PTB-politici opnamen in onze dataset door een gebrek aan verkozenen op federaal en Vlaams niveau, zijn de resultaten van deze politici moeilijker te veralgemenen naar de volledige partij. Toekomstig onderzoek zou eventueel ook politici met een lokaal mandaat kunnen opnemen om zo toch meer betekenisvolle uitspraken over de extreem-linkse partij van België mogelijk te maken.



De focus van dit onderzoek ligt op de mate waarin politici kritiek geven op media wanneer ze over media twitteren. Wij tonen dat Vlaamse politici in gemiddeld 11 percent van hun mediatweets kritiek geven op media. Dit gemiddelde is echter vertekend door twee partijen: N-VA, met een gemiddelde van 17 percent en Vlaams Belang, met een gemiddelde van 35 percent. Bij politici van Vlaams Belang blijkt het uiten van negatieve mediakritiek zelfs het voornaamste doel wanneer men over media twittert. In totaal verstuurd politici van deze twee partijen 207 van de totale 265 mediakritische tweets die Vlaamse politici verstuurd in de door ons onderzochte periode van vier maanden.

Onze resultaten liggen hiermee deels in lijn met de bevindingen van Jagers en Walgrave (2007). In hun studie vonden ze dat Vlaams Belang (toen nog Vlaams Blok) in de periode 1999-2001 duidelijk het meest frequent mediakritiek uitte via de zendtijd voor politieke partijen op de openbare omroep. Bij andere partijen kwam mediakritiek zelden voor. Omdat dit onderzoek zich focuste op een periode voor de oprichting van N-VA, viel deze partij buiten hun analyse. N-VA groeide in tussentijd uit tot de grootste partij van Vlaanderen. Uit onze resultaten blijkt dat ook deze partij, die de voorbije jaren het land mee bestuurde, vaker dan andere Vlaamse partijen de media bekritiseert via Twitter.

Eerder onderzoek rond politieke mediakritiek is beperkt (von Krogh, 2012), waardoor er tot op heden geen theoretisch kader is rond de meest prominente kritieken die politici uiten op media. Met deze studie leveren we op dit vlak een bijdrage. Om uitspraken te doen omtrent de aard van de mediakritiek die Vlaamse politici leveren via Twitter, onderscheiden we vier belangrijke categorieën van politieke mediakritiek: kritiek op de "vooringenomen" media; kritiek op de "te negatieve" media; kritiek op de "elitaire", "politiek correcte" media en tenslotte, kritiek op de "inaccurate" media.

Vlaamse politici verstuurd in onze periode 136 tweets om vooringenomenheid of "biases" in de media aan te klagen. Uit Amerikaanse literatuur blijkt dat voornamelijk politici uit de rechterkant van het politieke spectrum de media bekritisieren omwille van een "liberal bias" (Niven, 2001). Deze studie bevestigt dit verband in de Vlaamse politieke context. Hoewel Vlaamse politici van meerdere partijen sporadisch de media beschuldigen van vooringenomen berichtgeving, zien we dat politici van Vlaams Belang en N-VA, de twee meest uitgesproken "rechtse" partijen, dit ruim het vaakst doen. Ondanks de veel beschreven "negativity bias" in media (Niven, 2001) bleek kritiek door politici gericht op een te negatieve media eerder schaars.

Het populistische karakter van Vlaams Belang valt op wanneer we kijken naar de hoeveelheid mediakritiek die de partij specifiek leverde omwille van het vermeende elitaire of politiek correcte karakter van de media. 15 van de 31 tweets binnen deze categorie werden verstuurd door Vlaams Belang-politici. Door de "elitaire" media aan te vallen zouden populistten een vijand creëren om zich tegen te profileren als anti-establishmentfiguur (Mazzoleni, 2008). Slechts twee politici van een andere partij, Theo Francken en Peter Persyn van N-VA, bekritiseerden ook regelmatig de "elitaire" media. Samen waren deze twee politici goed voor 11 mediakritische tweets van dit type.

Honderdvijvendertig van de 265 mediakritische tweets hadden tot doel fouten in nieuwsberichtgeving aan te kaarten. Binnen deze categorie springen opnieuw dezelfde partijen in het oog: 76 percent van de tweets die wezen op inaccurate berichtgeving werden verstuurd door politici van Vlaams Belang en N-VA. In dit onderzoek wilden we ook meer gedetailleerd weten op welke fouten politici zich richten wanneer ze wijzen op fouten in nieuwsberichtgeving. Aangezien

enkel politici van N-VA en Vlaams Belang geregeld mediakritiek uiten, was vergelijking enkel zinvol tussen deze twee partijen. We maakten hierbij een onderscheid tussen tweets die wijzen op enerzijds objectieve, feitelijke fouten zoals typfouten of verkeerde cijfers, en anderzijds subjectieve fouten, zoals overdrijving of misleidende titels (Berry Jr, 1967; Maier, 2007; Singletary, 1980). Daarnaast waren we ook geïnteresseerd in de manier waarop politici deze fouten aankaarten. Kaderen ze de fout als misinformatie, als een onopzettelijke verspreiding van inaccurate informatie, of eerder als desinformatie, de opzettelijke en kwaadwillige verspreiding van inaccurate informatie (Bennett & Livingston, 2018; Ross & Rivers, 2018)?

Dit onderzoek toont dat politici van N-VA en Vlaamse Belang zich ongeveer even vaak richten op objectieve fouten als op subjectieve fouten. Wel zien we grote verschillen in de manier waarop politici van deze partijen de "inaccurate" berichtgeving kaderen. Meer dan 85 percent van de fouten die Vlaams Belang-politici aankaarten, worden in de tweet gekaderd als zijnde desinformatie, als een bewuste en kwaadwillige verspreiding van foutieve informatie. N-VA-politici daarentegen, kaderen inaccurate berichtgeving door media in 80 percent van hun tweets als misinformatie.

Dat politici van Vlaams Belang fouten in de berichtgeving voornamelijk kaderen als bewust vertekende berichtgeving, toont een vijandigheid of wantrouwen in de retoriek van Vlaams Belang ten opzichte van de media, die bij andere partijen ontbreekt. Slechts één politicus van N-VA, Theo Francken, beschuldigt media eveneens frequent van desinformatie. Deze vijandige houding van Vlaams Belang is ook te begrijpen vanuit het populistische karakter van de partij, waarbij men van de media een vijand maakt om zich tegen te profileren (Mazzoleni, 2008).

Als indicatie van het populistisch karakter van mediakritiek bekeken we eveneens het doelwit van een mediakritische tweet. Bekritiseerde men met de tweet een specifiek medium, zoals bijvoorbeeld de openbare omroep? Of werd "de media" in het algemeen aangevallen? Net als Jagers en Walgrave (2007) beschouwden we mediakritiek als meer populistisch naarmate het meer diffuus of algemeen gericht was. Waar bij alle partijen mediakritiek vooral gericht was op een specifiek medium of een bepaalde journalist, richtte Vlaams Belang haar kritieken ook regelmatig op "de media" in het algemeen. Twee politici van N-VA, opnieuw Francken en Persyn, bekritiseerden media ook opvallend vaak met algemene termen als "journalisten" of "de pers". Hoewel N-VA als partij niet als populistisch beschouwd kan worden, lijken bovenstaande bevindingen te bevestigen dat bepaalde politici van de partij zich wel kenmerken door het gebruik van populistische retoriek (Vidal, 2018).

Algemeen kunnen we besluiten dat Vlaamse politici slechts sporadisch mediakritiek geven via Twitter. Wanneer Vlaamse politici twitteren over media, doen ze dit voornamelijk niet om media te bekritisieren. Het twittergedrag van politici van N-VA en Vlaams Belang wijkt hierbij af van dat van politici van andere partijen. Politici van N-VA en Vlaams Belang geven immers met een zekere regelmaat mediakritiek via Twitter. Echter, ook deze politici benaderen niet de regelmaat van een notoir mediakriticus als de Amerikaanse president Trump, die bijna dagelijks media-aanvallen verstuurt via zijn persoonlijke twitteraccount.

Hoewel Vlaamse politici niet dagdagelijks mediakritische tweets versturen, geeft deze studie vanwege haar focus op Twitter slechts een partieel beeld van politieke mediakritiek in onze samenleving. Toekomstig onderzoek dat meerdere communicatiekanalen bekijkt, bijvoorbeeld

meerdere sociale media, alsook traditionele kanalen zoals interviews, opiniestukken, of politieke duidingsprogramma's, zou een breder beeld kunnen verschaffen van de mate van politieke mediakritiek in Vlaanderen.

We mogen de impact van onze resultaten dan ook niet te sterk relativieren. Naast het rechts-populistische Vlaams Belang bekritisieren ook politici van de grootste partij van Vlaanderen, N-VA, op regelmatige basis berichtgeving via dit ene communicatiekanaal. Door media aan te vallen ondermijnt men, al dan niet bewust, de geloofwaardigheid ervan. Onderzoek toont hoe slechts enkele mediakritische uitspraken door elites, zoals politici, de attitudes van burgers over de media reeds sterk kunnen beïnvloeden (Watts et al. 1999; Ladd, 2009; Smith, 2010). Naarmate politici burgers overtuigen van het vooringenomen of inaccuraat karakter van berichtgeving, wordt het moeilijker voor journalisten om te slagen in hun onmisbare taken als vierde macht en waakhond van de democratie. (Niven, 2001).

Het is in dat opzicht zorgwekkend dat niet enkel politici van het rechts-populistische Vlaams Belang, maar ook enkele prominente politici van de grootste partij van Vlaanderen, N-VA, overgaan tot frequente mediakritiek met een vijandig en populistisch karakter. Hierbij gebruikt men mediakritiek schijnbaar als strategische aanvalstechniek, om journalisten te intimideren en bijgevolg kritische journalistiek tegen te werken, om het zogenaamde "chilling-effect" te creëren. Hoewel mediakritiek noodzakelijk is om de kwaliteit van journalistiek te waarborgen, dient de frequentie en vooral de toon van mediakritiek door bepaalde Vlaamse politici het omgekeerde doel.

Aangezien dit onderzoek zich focust op politici van Vlaamse partijen zijn onze conclusies slechts in beperkte mate te veralgemenen naar andere landen. Een comparatieve studie die politieke mediakritiek vergelijkt tussen landen lijkt ons een interessante piste voor toekomstig onderzoek.

Tenslotte vonden we in deze studie een opmerkelijke evolutie in het gedrag van N-VA-politici. Doordat N-VA in het midden van onze onderzoeksperiode de federale regering verliet, konden we het gedrag van politici van deze partij als regerings- en oppositiepartij met elkaar vergelijken. Hoewel enkele individuele politici van N-VA ook reeds voor de regeringsval een hoge mate van mediakritiek vertoonden, zien we dat N-VA als partij pas echt afwijkt van de andere partijen na de regeringsval. N-VA-politici verstuurden 31 mediakritische tweets in de eerste twee maanden van ons onderzoek, in de laatste twee maanden verstuurden ze er 117, een toename van 377 percent. Een eenduidige verklaring voor deze opvallende discoursverandering kunnen we in deze studie niet geven. Dat politici van N-VA zich anders verhouden ten opzichte van media nadat men de regering heeft verlaten zou het resultaat kunnen zijn van een gewijzigde partijstrategie. Mogelijk heeft de regeringsval ervoor gezorgd dat de partij vervroegd in campagnemodus is gegaan. Door mediaframes aan te vallen en een meer gewenste interpretatie van gebeurtenissen aan te bieden, hoopt de partij een mogelijk schadelijke gebeurtenis, de regeringsval, in haar voordeel om te keren. Op deze manier probeert men een zekere controle te behouden over de perceptie bij het publiek over de regeringsval, en de regeringsperiode in het algemeen. De mediakritiek is zo een vorm van "damage control". Eveneens is het omgekeerde mogelijk, en zijn de media de partij anders gaan behandelen als oppositiepartij, en is de mediakritiek door N-VA-politici een reactie op deze veranderde behandeling. Onderzoek benadrukte reeds het voordeel van institutionele machtsposities, zoals zetelen in de regering, in het verkrijgen van meer en betere mediacoverage (De Swert & Walgrave,

2002; Vos, 2015). Politici met meer macht hebben nu eenmaal een hoge nieuwswaarde (Midtbø, 2011). Ondanks de federale regeringsval is N-VA nog steeds de grootste partij van Vlaanderen. Bovendien zetelt de partij gedurende de volledige onderzochte periode in de Vlaamse regering waarvan men eveneens de minister-president levert. Het lijkt dan ook onwaarschijnlijk dat de regeringsval heeft geleid tot een gebrek aan (institutionele) macht en bijgevolg een gebrek aan media-aandacht. Wij beschouwen het eerste scenario als een meer waarschijnlijke verklaring voor de toegenomen mediakritische retoriek van N-VA-politici op Twitter.

Doordat we ons in dit onderzoek focusten op een niet-verkiezingsperiode van vier maanden, bieden we slechts een momentopname van mediakritiek door Vlaamse politici via Twitter. Hoewel we ook een bepaalde trend opmerken gegeven de discrepantie in het gedrag van N-VA voor- en na de regeringsval, zou onderzoek op langere termijn hier meer duidelijkheid over kunnen bieden, alsook uitspraken mogelijk maken over grotere evoluties in de Vlaamse politieke mediakritiek. Tenslotte kan onderzoek tijdens verkiezingsperiodes uitwijzen of politici op een andere manier of in een andere mate media bekritisieren wanneer men in campagnemodus is.

## 8 Bibliografie

- Arnoudt, R. (2019, 9 januari). Dries Van Langenhove ontkennt in "Terzake" meermaals dat hij in verdenking is gesteld, parket spreekt dat tegen. *Vrtnws*. Retrieved from <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2019/01/09/dries-van-langenhove-ik-zal-zeker-geen-graai-er-worden/>
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. doi:10.1177/0267323118760317
- Berbers, A., Joris, W., Boesman, J., d'Haenens, L., Koeman, J., & Van Gorp, B. (2016). The news framing of the 'Syria fighters' in Flanders and the Netherlands: Victims or terrorists? *Ethnicities*, 16(6), 798-818.
- Berry Jr, F. C. (1967). A study of accuracy in local news stories of three dailies. *Journalism Quarterly*, 44(3), 482-490.
- Bosman, J., & d'Haenens, L. (2008). News reporting on Pim Fortuyn: Framing in two Dutch newspapers. *Media, Culture & Society*, 30(5), 735-748.
- Bracciale, R., & Martella, A. (2017). Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1310-1329. doi:10.1080/1369118X.2017.1328522
- Broersma, M., & Graham, T. (2013). Twitter as a news source: How Dutch and British newspapers used tweets in their news coverage, 2007–2011. *Journalism Practice*, 7(4), 446-464.
- Broersma, M., & Graham, T. (2016). Tipping the balance of power social media and the transformation of political journalism. *The Routledge companion to social media and politics*, 89-103.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News frames, political cynicism, and media cynicism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546(1), 71-84.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*: Oxford University Press on Demand.
- Caspi, D. (1981). On politicians' criticism of the mass media. *Journal of Broadcasting*, 25(2), 181-193. doi:10.1080/08838158109386441
- De Swert, K., & Walgrave, S. (2002). De kanseliersbonus in de Vlaamse pers: een onderzoek naar regering en oppositie in drie Vlaamse kranten (1991-2000). *Tijdschrift voor sociologie/Vereniging voor Sociologie [Leuven]-Leuven*, 1980-2013, 23(3/4), 371-403.
- De Vreese, C. H. (2005). The spiral of cynicism reconsidered. *European Journal of Communication*, 20(3), 283-301.
- Decaestecker, B. (2016, 8 januari). Bart De Wever haalt uit naar 'De Afspraak': 'Framing om te kotsen'. *Humo*. Retrieved from <https://www.humo.be/actua/359957/bart-de-wever-haalt-uit-naar-de-afspraak-framing-om-te-kotsen>
- Ekman, M., & Widholm, A. (2015). Politicians as Media Producers: Current trajectories in the relation between journalists and politicians in the age of social media. *Journalism Practice*, 9(1), 78-91.
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2017). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126. doi:10.1080/1369118X.2016.1207697
- Enli, G., & Skogerbø, E. (2013). *Personalised Campaigns in Party-Centered Politics: Twitter and Facebook as Arenas for Political Communication (2015)* (Vol. 16).
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173.

- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40(5), 745-753. doi:10.1177/0163443718772192
- Golbeck, J., Grimes, J. M., & Rogers, A. (2010). Twitter use by the US Congress. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61(8), 1612-1621.
- Goldstein, T. (2007). *Killing the messenger: 100 years of media criticism*: Columbia University Press.
- Groeling, T., & Kernell, S. (1998). Is network news coverage of the president biased? *The Journal of Politics*, 60(4), 1063-1087.
- Haller, A., & Holt, K. (2018). Paradoxical populism: how PEGIDA relates to mainstream and alternative media. *Information, Communication & Society*, 1-16. doi:10.1080/1369118X.2018.1449882
- Ihlebaek, K. A. (2018). Challenging Journalistic Authority AU - Figenschou, Tine Ustad. *Journalism Studies*, 1-17. doi:10.1080/1461670X.2018.1500868
- Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium (Vol. 46, pp. 319-345).
- Janssen, P. (2018). *Tweeten Vlaamse politici negatief over elkaar? Een kwantitatief onderzoek naar negatieve tweets van politici in Vlaanderen*. (Masterthesis), Universiteit Antwerpen. Retrieved from [http://www.politiekecommunicatie.be/Thesiswedstrijd\\_2018/Paulien\\_Janssen\\_Masterthesis.pdf](http://www.politiekecommunicatie.be/Thesiswedstrijd_2018/Paulien_Janssen_Masterthesis.pdf)
- Kenyon, A. T. (2010). Investigating Chilling Effects: News Media and Public Speech in Malaysia, Singapore, and Australia. *International Journal of Communication (19328036)*, 4, 440-467.
- Ladd, J. M. (2010). The Neglected Power of Elite Opinion Leadership to Produce Antipathy Toward the News Media: Evidence from a Survey Experiment. *Political Behavior*, 32(1), 29-50.
- Lee, J., & Xu, W. (2018). The more attacks, the more retweets: Trump's and Clinton's agenda setting on Twitter. *Public Relations Review*, 44(2), 201-213.
- Maier, S. R. (2005). Accuracy matters: A cross-market assessment of newspaper error and credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(3), 533-551.
- Maier, S. R. (2007). Setting the record straight: When the press errs, do corrections follow? *journalism Practice*, 1(1), 33-43.
- Mancini, P. (1993). *Between Trust and Suspicion: How Political Journalists Solve the Dilemma* (Vol. 8).
- Matthes, J., Maurer, P., & Arendt, F. (2017). Consequences of Politicians' Perceptions of the News Media. *Journalism Studies*, 20(3), 345-363. doi:10.1080/1461670X.2017.1377102
- Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media *Twenty-first century populism* (pp. 49-64): Springer.
- Midtbø, T. (2011). Explaining media attention for Norwegian MPs: A new modelling approach. *Scandinavian Political Studies*, 34(3), 226-249.
- Mondak, J. J. (1993). Source cues and policy approval: The cognitive dynamics of public support for the Reagan agenda. *American Journal of Political Science*, 186-212.
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). 'News You Don't Believe': Audience Perspectives on Fake News. *Reuters Institute for the Study of Journalism Report*. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen% 26Graves\\_factsheet\\_1710v3\\_FINAL\\_download.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%20Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf) (accessed November 3, 2017).
- Niven, D. (2001). Bias in the news: Partisanship and negativity in media coverage of presidents George Bush and Bill Clinton. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 6(3), 31-46.
- Pal, J., Thawani, U., van der Vlugt, E., Out, W., & Chandra, P. (2018). Speaking their Mind: Populist Style and Antagonistic Messaging in the Tweets of Donald Trump, Narendra Modi, Nigel Farage, and Geert Wilders. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 1-34.
- Ross, A. S., & Rivers, D. J. (2018). Discursive Deflection: Accusation of "Fake News" and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. *Social Media + Society*, 4(2), 2056305118776010. doi:10.1177/2056305118776010
- Singletary, M. (1980). Accuracy in News Reporting: A Review of the Research. ANPA News Research Report No. 25.

- Smith, G. R. (2010). Politicians and the News Media: How Elite Attacks Influence Perceptions of Media Bias. *The International Journal of Press/Politics*, 15(3), 319-343. doi:10.1177/1940161210367430
- Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of personality and social psychology*, 49(3), 577.
- Van Aelst, P., & Aalberg, T. (2011). Between trust and suspicion: A comparative study of the relationship between politicians and political journalists in Belgium, Norway and Sweden. *Javnost-The Public*, 18(4), 73-88.
- Van Es, A. (2014, 22 december). De journalist die altijd (te) sterke verhalen schreef. *Volkscrant*. Retrieved from <https://www.volkscrant.nl/cultuur-media/de-journalist-die-altijd-te-sterke-verhalen-schreef~b7abed10/>
- Van Grieken, T. (2018, 16 oktober). Poetin kan nog iets leren van jullie twee. Walgelijke framing! [Tweet]. Geraadpleegd van <https://twitter.com/tomvangrieken/status/1052110639232114689/video/1>
- van Haute, E., Pauwels, T., & Sinardet, D. (2018). *Sub-state nationalism and populism: the cases of Vlaams Belang, New Flemish Alliance and DéFI in Belgium* (Vol. 16).
- Van Kessel, S., & Castelein, R. (2016). Shifting the blame. Populist politicians' use of Twitter as a tool of opposition. *Journal of contemporary European research*, 12(2).
- Vidal, K. (2018, 24 November). "Populisten zijn vaak zelf hun ergste vijand". Retrieved from <https://www.demorgen.be/interviewreportage/-populisten-zijn-vaak-zelf-hun-ergste-vijand-bb8b9cd7/>
- von Krogh, T. (2012) Understanding Media Accountability: Media Accountability in Relation to Media Criticism and Media Governance in Sweden 1940-2010 (Docoraatsverhandeling). Geraadpleegd via <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:542409/FULLTEXT01.pdf>
- Vos, D. (2015). Beyond political power: which politicians pass the news gates and why? (Doctoraatsverhandeling), University of Antwerp.
- Watts, M. D., Domke, D., Shah, D. V., & Fan, D. P. (1999). Elite cues and media bias in presidential campaigns: Explaining public perceptions of a liberal press. *Communication Research*, 26(2), 144-175.
- Wyatt, W. N. (2007). *Critical conversations: A theory of press criticism*.
- Zaller, J. R. (1992). *The nature and origins of mass opinion*: Cambridge university press.

## 9 Appendix

Tabel 15: Gemiddeld percentage mediatweets van verschillende doelen, opgedeeld per partij (N=1568)

Partij	Negatieve mediakritiek	Positieve mediakritiek	Zelf-promotie	Kritiek op Tegenstander	Onderdeel gesprek	Andere	Tot.
<b>N-VA (11 politici)</b>	16,99%	4,36%	39,04%	9,47%	16,29%	13,85%	100%
<b>Open VLD (11 politici)</b>	5,81%	8,55%	37,22%	8,02%	32,53%	7,86%	100%
<b>CD&amp;V (12 politici)</b>	7,18%	7,81%	44,93%	8,39%	23,49%	8,20%	100%
<b>Groen (12 politici)</b>	3,42%	10,76%	32,22%	29,31%	16,85%	7,45%	100%
<b>Sp.a (10 politici)</b>	4,40%	9,00%	19,75%	44,67%	19,68%	2,49%	100%
<b>PVDA-PTB (3 politici)</b>	2,31%	6,31%	36,64%	49,39%	5,33%	0,00%	100%
<b>Vlaams Belang (9 politici)</b>	35,24%	3,12%	30,33%	22,80%	5,32%	3,19%	100%
<b>Totaal (68 politici)</b>	10,97%	7,38%	34,49%	21,25%	18,85%	7,06%	100%