



Twitter als politieke uitlaatklep

S
a
m
e
n
v
a
t
t
i
n
g

De aankomende verkiezingen zijn de eerste Nederlandse landelijke verkiezingen waarin Twitter actief wordt ingezet als campagnemiddel. Maar hoe pakt dit tot nu toe uit? Wat gebeurt er in de politieke tweets? Welke partijen twitteren zelf het meest, op welke partij wordt het meest gereageerd. Over welke partij wordt er door het publiek het meest getwitterd en waar gaat het debat op Twitter over? Oftewel: Twitter in de campagne: over politieke gossip, bashen in 140 tekens en emotiepolitiek.

M
e
e
r
w
e
t
e
n
?

Internet

- www.nieuwsmonitor.net
- Twitter: [@Nieuwsmonitor](https://twitter.com/Nieuwsmonitor)

Onderzoekers

- Wendy van Dongen**
- Joep Schaper**
- Kasper Welbers**
- Maurits Denekamp**
- Martijn Krijt**
- Otto Scholten**
- 06 51 513 921
- o.scholten@uva.nl
- Nel Ruigrok**
- 06 27 588 586
- nel@nelruigrok.nl



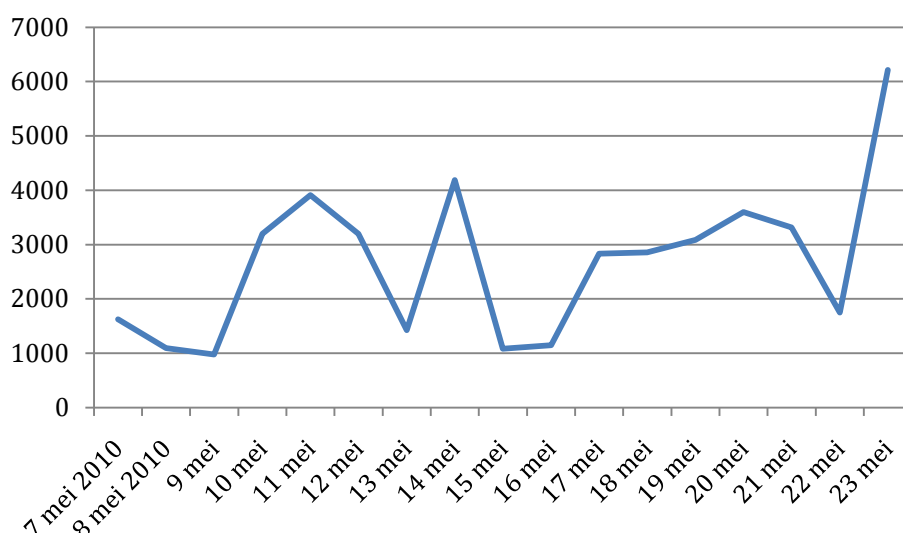
Inleiding

De aankomende verkiezingen zijn de eerste Nederlandse landelijke verkiezingen waarin Twitter actief wordt ingezet als campaignemiddel. Reden genoeg om eens te kijken hoe de politieke partijen met deze nieuwe media omgaan. In dit rapport kijken we naar alle Nederlandse politieke tweets op de site twitter.com. We verzamelen alle tweets die gerelateerd zijn aan politieke partijen en hun politici. Naast de tweets die zij zelf uitsturen, verzamelen we ook alle retweets, antwoorden op hun tweets en tweets waarin over de partij en/of politicus wordt gesproken. In totaal hebben we ruim 50.000 politieke tweets verzameld in de periode van 7 mei tot en met 23 mei, een gemiddelde van ruim 2600 per dag¹.

De politieke tweets

Vanaf het begin van de campagne wordt er door de politieke partijen serieus getwitterd. Hieronder geven we het aantal politieke tweets weer in de periode vanaf 7 mei tot en met 23 mei 2010, de avond van het RTL Premiersdebat. Dit evenement is ook direct de duidelijkste piek in het overzicht. In ruim 6000 tweets laten politici en burgers hun mening gelden over het debat.

Figuur 1. Politieke tweets per dag



Overige pieken zijn te zien rond 10 mei, wanneer de affaire rond Jack de Vries bekend wordt met als vervolg op 14 mei zijn aftreden en op 17 mei zijn vertrek uit de kazerne. Op 20 mei worden de doorrekeningen van het CPB bekendgemaakt, hetgeen ook op twitter zorgt voor de nodige aandacht.

Twitterprofiel

Hieronder hebben we een profiel gemaakt van de partijen die twitteren. Hierbij kijken we naar de partij zelf en alle politici van de kandidatenlijst die op twitter actief zijn. We onderscheiden een aantal rollen:

¹ Door een limiet op het aantal te downloaden tweets bij twitter is het aantal tweets op 23 mei slechts een deel van het totaal aantal tweets dat die dag is verstuurd.

- Partijen (incl. politici) die zelf twitteren
- De tweets die direct aan de partij (incl. politici) terug worden getwittert
- De tweets die over de politieke partij (incl politici) gaan maar niet direct aan hen zijn gericht.

Tabel 1. Twitterprofiel per partij

	Twitter van partij	In %	Twitter aan partij	In %	Tweet over partij	In %	totaal ²	In %
CDA	848	16.2	4856	19.8	9209	30.6	14913	24.9
VVD	1397	26.7	2949	12.0	5334	17.7	9680	16.1
PvdA	867	16.5	2415	9.8	3977	13.2	7259	12.1
GL	635	12.1	4822	19.6	1610	5.3	7067	11.8
D66	342	6.5	3816	15.5	1949	6.5	6107	10.2
PVV	28	0.5	720	2.9	3293	10.9	4041	6.7
Trots	24	0.5	1467	6.0	2045	6.8	3536	5.9
CU	534	10.2	2031	8.3	739	2.5	3304	5.5
PvdD	488	9.3	892	3.6	790	2.6	2170	3.6
SP	38	0.7	278	1.1	709	2.4	1025	1.7
SGP	41	0.8	339	1.4	482	1.6	862	1.4
	5242	100.0	24585	100.0	30137	100.0	59964	100.0

Opvallend in de tabel is dat het CDA het meest voorkomt op twitter. Ruim 30% van het getwitter gaat over die partij. Dit wordt vooral veroorzaakt door de tweets *over* de partij. Naast het CDA wordt er vooral over de VVD, PvdA en de PVV getwitterd. Bij de laatste partij is dit vooral opvallend, omdat de partij zelf nauwelijks tuittert. Maar 28 stuks zijn afkomstig van Wilders en zijn partijgenoten. Ditzelfde fenomeen is te zien bij Trots. Ruim 2000 tweets gaan over de partij, goed voor bijna 7% van het totaal. Dit hoge aantal steekt schril af tegen het kleine aantal tweets van Verdonk, 24 in totaal. Reden voor dit hoge aantal is het uitkomen van de campagne-film van Trots. Veel twitteraars lieten hun ongezoeten mening over de video per twitter weten: "Holy shit! Net als je denkt dat het niet erger kan (PVV) krijg je de campagnevideo van Rita Verdonk." (JP030, 10 mei 2010).

De VVD is als twitteraar het meest actief op het nieuwe medium. Ruim een kwart van de tweets zijn voor rekening van de partij. Beide kleinere partijen GL en CU zijn ook actief op twitter, evenals de partij voor de dieren. Grote verschillen daar zijn vooral te zien in de tweets gericht aan de politici. GroenLinks scoort daar veel hoger dan de andere kleine partijen (19,6% versus CU 8,3% en PvdD 3,6%). Alleen het CDA heeft meer tweets in antwoord op de eigen boodschappen (19.8%) dan GroenLinks.

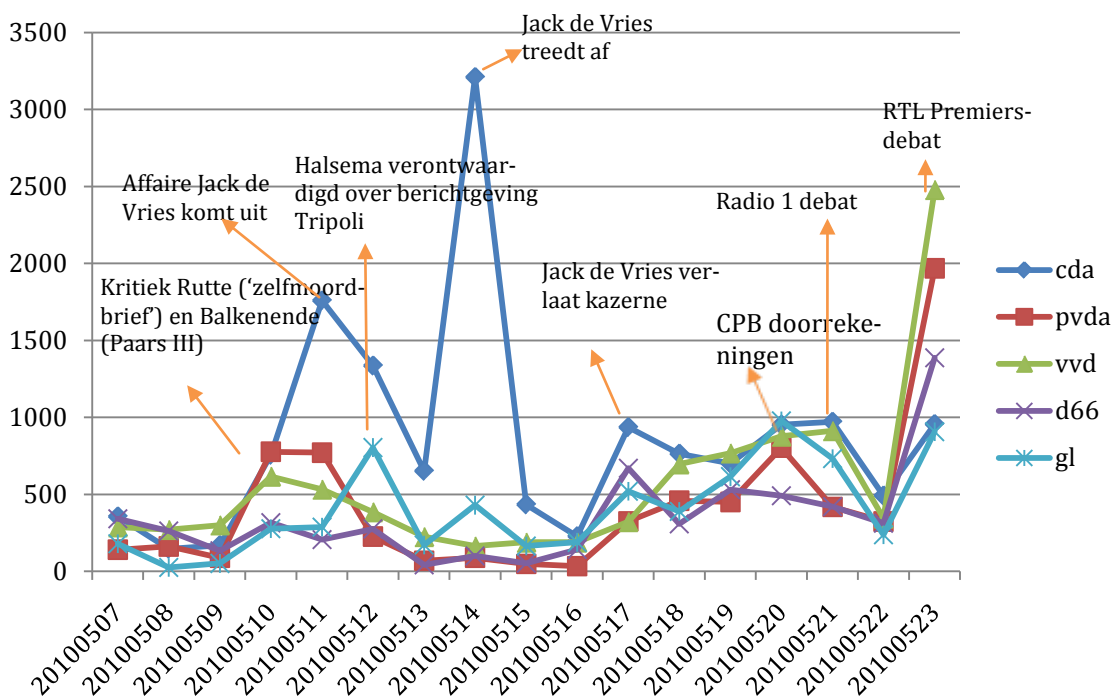
Aandacht voor de partijen over tijd

Voor de aandacht die het CDA op Twitter krijgt is vooral een man verantwoordelijk: ex Staatssecretaris van Defensie Jack de Vries. De drie pieken in figuur 2 zijn alle drie te relateren aan het uitkomen van de affaire tussen De Vries en zijn adjudant. Eerst op 11 mei, toen de bui-

² Het totaal is meer dan het aantal tweets in de verzameling omdat er meerdere partijen in een tweet kunnen worden genoemd.

tenechtelijke relatie via RTL Boulevard naar buiten kwam. Het uiteindelijke aftreden van De Vries leidde tot de grootste piek op 14 mei. De laatste piek in Twitteraandacht was toen Jack de Vries de kazerne waar hij tijdelijk was ondergebracht verliet. De buitenechtelijke relatie domineerde het politieke getwitter de hele week.

Figuur 2. Zichtbaarheid partijen op Twitter per dag*



* In de grafiek worden alleen de partijen getoond met meer dan 10% van de aandacht

Toch zijn er ook andere aandachtspieken te onderscheiden. Bijvoorbeeld op 10 mei. Het twitterdebat ging die dag vooral over Balkenende die waarschuwde voor kabinet Paars III en Mark Rutte die het partijprogramma van de PvdA 'de langste zelfmoordbrief uit de geschiedenis' (DDS, 10 mei 2010) noemde. Twitterend Nederland pakte het citaat op als een tweet en ondersteunde de aanval van Rutte op de PvdA, of sloeg terug. Ook Balkenende kreeg de kritiek terug. Een veel getweette tweet: 'Balkenende waarschuwt voor Paars 3, ik liever voor Balkenende 5, 6 en 7', door PvdA Kamerlid Martijn van Dam.

GroenLinks kreeg veel aandacht op 12 mei. Op deze dag uit Femke Halsema via Twitter haar verontwaardiging over eerst *de Telegraaf*, vervolgens de rest van de media en tenslotte het ambassadepersoneel op de dag dat de krant van wakker Nederland een interview met de 9-jarige Ruben, overlevende van de vliegcrash in Tripoli, afdruckte. Met verontwaardiging over de schaamteloosheid van nieuwsmedia oogstte Halsema veel steun van haar volgers op Twitter.

Vanaf 18 mei piekt de VVD. Dit kwam door verschillende gebeurtenissen. De VVD doet het de afgelopen week al goed in peilingen en media en twitteraars reageerden vooral op het optreden van Mark Rutte in Knevel en van den Brink (eerst de aankondiging, later de uitzending), de stunt van de VVD voorman om in een CDA campagneauto achter het stuur en naast Balkenende plaats te nemen, de bezuinigingsplannen en de hypotheekrenteaftrek.

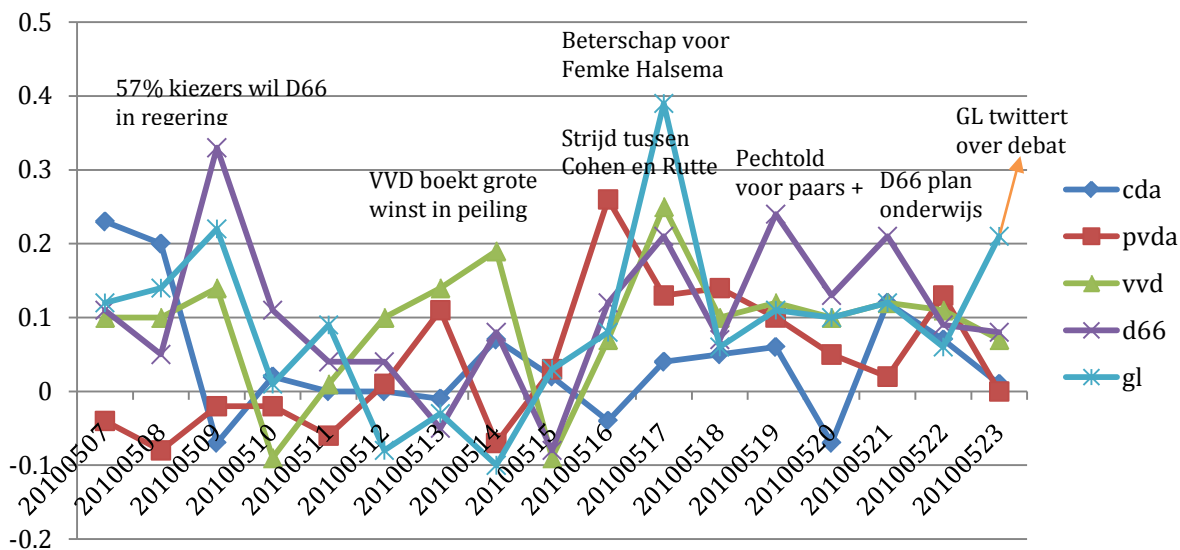
In de laatste week waren het vooral de doorrekeningen van de partijprogramma's door het CPB die zorgde voor aandacht op Twitter. De dag erna werd er op de radio gedebatteerd door de lijsttrekkers, iets dat ook veel aandacht trok. Echter, de grootste piek, voor alle partijen is te zien rond het lijsttrekkersdebat bij RTL4. Aangezet door fervent twitteraar Frits Wester zorgt deze gebeurtenis voor de meeste aandacht voor alle partijen. Opvallend hierbij is dat D66

meer en GL ongeveer evenveel genoemd werd dan de andere partijen, terwijl de partijleiders niet aan het debat hebben meegedaan.

Teneur van de berichtgeving

De teneur van de berichtgeving laat zien dat over het algemeen de partijen positief in het twitternieuws komen. D66 is over het algemeen de partij die gemiddeld het meest positief in het nieuws komt. Vooral rond 9 mei wanneer volgens een peiling van Maurice de Hond blijkt dat 57% van de kiezers de voorkeur heeft voor een regering met D66.

Figuur 3. Teneur van het twitternieuws per partij



De VVD komt vooral positief in het nieuws vanaf het moment dat ze de grootste partij lijkt te worden in de peilingen. Het vervolg vertaalt zich ook in positief nieuws wanneer volgens de twitteraars de strijd om het premierschap gaat tussen Cohen en Rutte. In die dagen twittert Femke Halsema minder omdat ze ziek is, hetgeen leidt tot een overmaat aan positieve mailtjes om haar beterschap te wensen. De dagen erna zij voor D66, wanneer Pechtold aangeeft graag een coalitie te willen vormen met VVD PvdA en GroenLinks. Ook weet de partij zich positief geëvalueerd op twitter wanneer de partijprogramma's worden doorgerekend door het CPB.

De teneur van het twitternieuws rond Jack de Vries blijft opvallend positief. Op de dag dat hij zijn ontslag aankondigt is het nieuws zelfs licht positief. Meer te lijden heeft de partij tijdens de doorrekeningen van haar programma door het CPB. Onder leiding van PvdA'er Van Dam wordt vooral het verlies aan koopkracht bij het CDA programma wijd verspreid.

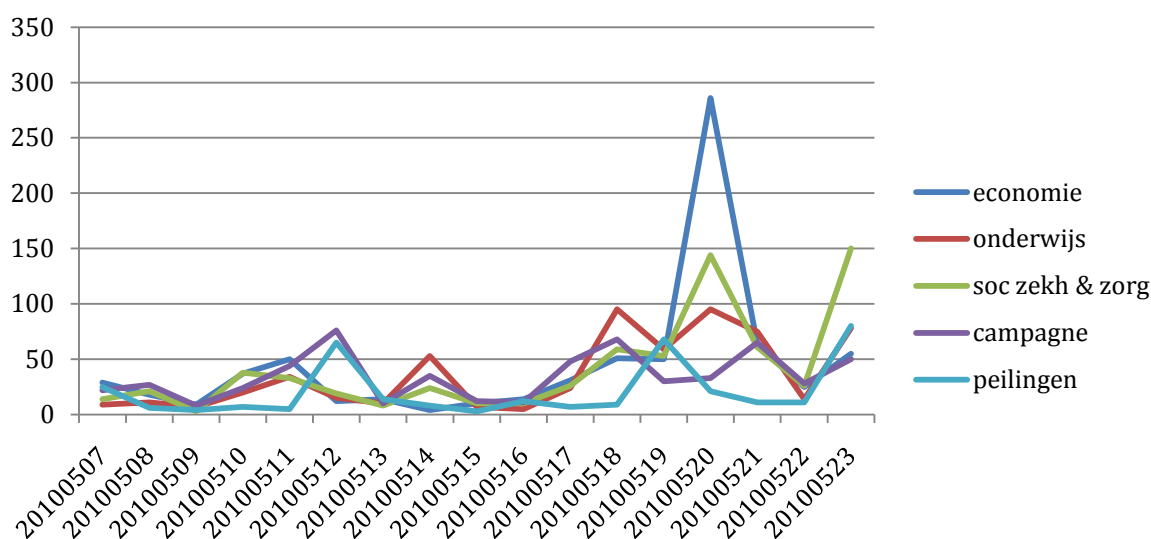
Inhoudelijke boodschappen

Hoewel het meest getwittert wordt over niet-politiek inhoudelijke zaken, proberen politici toch ook hun inhoudelijke boodschap voor het voetlicht te krijgen via Twitter. Dit doen ze aan de ene kant door hun plannen te benadrukken, zoals de SP probeerde: "Initiatiefwet SP, PvdA, CDA en GroenLinks voor betere huurbescherming ondernemers" (SP, 19 mei 2010). Echter, vaker komt het voor dat partijen zichzelf op Twitter proberen aan te prijzen door de ander te bekritisieren, als Maxime Verhagen: "Als het aan de PvdA ligt heeft elke NL over 10 jaar wel de- gelijk 150.000 euro meer aan schulden dan bij het CDA" (Maxime Verhagen, 17 mei).

Tot echt politieke discussie komt het niet op twitter. In totaal vinden we slechts 4000 tweets met een inhoudelijke boodschap terug. Veelal wordt er verwezen naar een website, waarbij het eigenlijk voornamelijk gaat om de sites van de partijen.

Echter, wanneer het over thema's gaat, dan zien we in figuur 1 dat het voornamelijk gaat over de economie. Naast dit thema kijken we nog naar de overige vier belangrijkste thema's op twitter. Inhoudelijke thema's zijn hierbij de sociale zekerheid en zorg en het onderwijs. Onderwerpen als immigratie, criminaliteit en veiligheid en bestuurlijke vernieuwing komen we aanzienlijk minder tegen op twitter. Sterker nog, de partijen vermelden vooral nieuws over de campagne (wie spreekt waar, of gaat waar met wie in debat). Naast de campagne vormen de peilingen ook een belangrijk thema.

Figuur 4. Inhoudelijk nieuws op twitter



Voor zover er sprake was van een inhoudelijke discussie werd deze veroorzaakt door de CPB doorrekeningen van de partijprogramma's. Hierbij lag de focus vooral op de manier waarop de verschillende partijen het economisch herstel willen realiseren. In het kielzog van deze discussie ging het in die periode ook over de sociale zekerheid en de zorg. Belangrijke thema's hierbij zijn de verhoging van de AOW leeftijd en de hoogte van het eigen risico. Ook het onderwijs is hierbij een punt van discussie onder twitteraars.

Tijdens het RTL debat zien we ook dat de inhoudelijke thema's belangrijker worden. Hoewel we niet alle tweets konden downloaden die er zijn gestuurd tijdens en na het debat, zien we wel dat het slechts een klein deel van het getwitter inhoudelijk van aard is. In totaal ongeveer 10% van het totaal aantal tweets van die dag bespreekt een inhoudelijk thema. De overige 90% van de tweets zijn steunbetuigingen of kritiek aan het adres van de deelnemende premierkandidaten, of aan de lijsttrekkers die niet zijn uitgenodigd.

Peilingen in de twitterstroom

Van de thema's die besproken worden zijn de peilingen een belangrijk onderdeel. Net als op televisie en in de dagbladen wordt er ook op twitter uitgebreid gesproken over de nieuwste opiniepeiling. De peilers zelf dragen hier ook aan bij door hun laatste bevindingen te twitteren. In onderstaande tabel geven we voor de grote partijen weer hoe zij in het twitternieuws over peilingen verschijnen.

Tabel 2. Zichtbaarheid partijen op Twitter per dag*

Partij	Aantal tweets	Teneur
CDA	63	0.07
PvdA	85	0.08
VVD	173	0.24
D66	6	0.11
GL	24	0.33

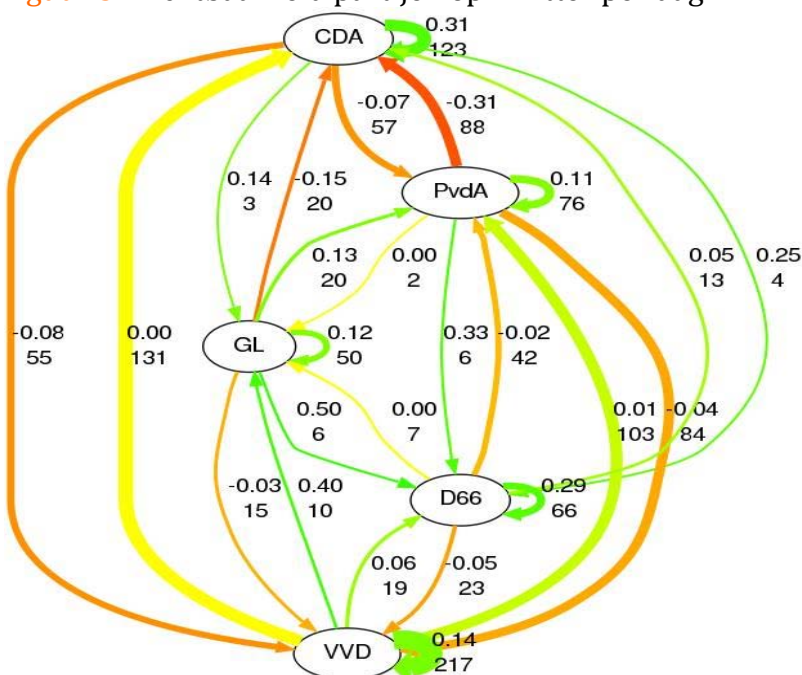
Ook hier is de VVD de koploper waar het gaat om de hoeveelheid tweets die vooral positief gestemd zijn voor de partij. Het nieuws dat de liberalen de grootste partij kunnen worden zorgt vooral voor deze trend. Ook GroenLinks komt in de tweets over peilingen goed naar voren. Dit heeft vooral te maken met het nieuws dat een Paars + coalitie een meerderheid heeft in de Kamer.

Onderlinge strijd

Meer nog dan de inhoudelijke discussie zijn partijen met elkaar bezig en richten zij hun peilen op de partijen of politici zelf. In onderstaande figuur geven we weer in hoeverre de grootste twitterpartijen elkaar steunen of bekritisieren in het twitternieuws. De dikte van de pijl wijst op de hoeveelheid uitspraken. Het aantal tweets staat ook naast de pijl vermeld. De kleur van de pijl vertegenwoordigt de teneur van het nieuws. Deze kan variëren van rood voor uiterst kritisch, waarde -1, tot groen, uiterst positief, waarde 1.

Uit de figuur blijkt dat alle partijen toch veel met zichzelf bezig zijn. Zij zijn hierbij ook vooral erg positief. Vooral de VVD twittert graag over zichzelf (217 maal, teneur .14). De onderlinge strijd lijkt zich op twitter vooral af te spelen tussen CDA, PvdA en VVD. Zij laten GroenLinks en D66 vooral links liggen en richten alle pijlen op elkaar. Hierbij valt op dat de teneur van de tweets nog redelijk neutraal is. Meest negatief zijn de tweets van de PvdA richting het CDA (88 tweets, teneur -.31). Andersom is het CDA slechts licht negatief over de PvdA. Tussen de VVD en het CDA is ook nauwelijks sprake van kritiek. Het CDA is licht negatief naar de VVD, terwijl de liberalen neutraal staan ten opzichte van het CDA.

Figuur 3. Zichtbaarheid partijen op Twitter per dag*



Conclusie

Uit de analyse van een paar weken politiek getwitter blijkt dat Twitter zijn eigen nieuwsdynamiek volgt. Een affaire kan Twitter een paar dagen sterk domineren, maar een goede oneliner tegen een politieke opponent zorgt ook voor veel beroering. Het raken van de juiste (emotionele) snaar bij je volgers kan leiden tot veel aandacht en steun. Inhoudelijk debat over de plannen van de partijen met het land is aanwezig op Twitter, maar het medium leent zich er minder makkelijk voor, omdat een bericht uit slechts 140 tekens bestaat.

Wat de partijen betreft, zien we dat zij vooral met zichzelf bezig zijn, de kiezers en elkaar. De kandidaat kamerleden twitteren wat af over hun activiteiten tijdens de campagne en over mede-partijgenoten. De lijsttrekkers gooien er vooral veel oneliners tegenaan om nog inhoudelijke standpunten krachtig neer te zetten. Deze leveren slechts een enkele keer een inhoudelijke discussie op. Veel meer reactie krijgen de politici met de menselijke aspecten van hun bestaan. Niet alleen zorgde de affaire rond De Vries een enorme piek in de hoeveelheid tweets, ook andere privé omstandigheden kunnen rekenen op veel aandacht. Wanneer Femke Halsema op 17 mei om half 8 in de ochtend meldt: "Griep, verdorie! (en nog stevig ook) Morgen MOET ik beter zijn." wordt zij gedurende de dag overspoeld met tweets om haar beterschap te wensen.

Zelfs het recente premierdebat op RTL4 kon deze trend niet ombuigen. Het debat was het meest becommentarieerde onderwerp op twitter wereldwijd met ruim 30.000 tweets in een periode van anderhalf uur. Echt inhoudelijk werd het debat echter niet. De tweets over en weer waren meer steunbetuigingen of kritische opmerkingen over de debaterende premierkandidaten of juist over degene die niet waren uitgenodigd voor het debat, maar thuis vanaf de bank – met glas wijn – mee debatteerde via twitter. Vlak na het debat werden de twitteraars niet overspoeld met een analyse van de inhoudelijke verschillen tussen de premierkandidaten maar veel meer met de vraag wie de mogelijke winnaar was van het debat.

Kortom, ook het nieuwe medium kan de burger niet bewegen tot een politiek inhoudelijke discussie. Veeleer wordt twitter gebruikt om snelle oneliners, politieke gossip en hapklare verontwaardiging de wereld in te sturen.