

Radboud Universiteit

Hoe gebruikt men Twitter om over politiek te praten?

Een comparatief onderzoek naar wat mensen doen in pieken op Twitter en welk sentiment hierin voorkomt.

English title: How do people use Twitter to talk politics? Peaks in political tweets. A comparative study of what people do in peaks on Twitter and what sentiment is in it.

31 augustus 2017

Eerste begeleider: drs. E.P. Sanders

Tweede begeleider: prof. dr. J.M. Sanders

Jillis Reijmers

s4119991

Communicatie- en Informatiewetenschappen

Specialisatie Communicatie en Beïnvloeding

Inhoudsopgave

Samenvatting	2
1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Theoretisch kader	5
1.2.1 Twitter in gebruik	5
1.2.2 De gebruikers van Twitter	6
1.2.3 Motieven om Twitter te gebruiken	7
1.2.4 Categorisatie a.d.h.v. de taalhandelingstheorie	9
1.2.5 Sentimentanalyse	10
1.2.6 Belang van het onderzoek	11
1.3 Samenvatting en onderzoeksvragen/hypothesen	12
2. Methode	15
2.1 Materiaal	15
2.2 Procedure	16
2.2.1 Wel of niet over het evenement	17
2.2.2 Taalhandelingen	17
2.2.3 Sentiment	21
2.3 Betrouwbaarheid	25
2.4 Statistische toetsing	25
3. Resultaten	27
3.1 Taalhandelingen	27
3.1.1 Taalhandelingsklassen	27
3.1.2 Taalhandelingscategorieën	33
3.2 Sentiment	35
4. Conclusie	41
4.1 Politieke tweets	41
4.2 Pieken	41
4.3 Taalhandelingen	41
4.4 Sentiment	42
5. Discussie	44
5.1 Mogelijke verklaringen	44
5.2 Beperkingen huidig onderzoek	46
5.3 Suggesties voor vervolgonderzoek	47
5.4 Slot	48
6. Literatuur	49

Samenvatting

De aanleiding van het huidige onderzoek is de nog steeds populairder wordende social media. De verandering in de manier van communiceren die hiermee gepaard is gegaan, heeft geleid tot een verandering in sociale contexten. Door middel van Twitter is het voor politici bijvoorbeeld mogelijk geworden om veel gemakkelijker direct in contact te komen met potentiële kiezers, maar ook voor burgers geldt dat het gemakkelijker is geworden om op een eenvoudige en efficiënte manier een groot netwerk kennis te laten nemen van persoonlijke, politieke boodschappen door de interactieve mogelijkheden die social media bieden.

Deze gebruikers, die politieke tweets verspreiden, hebben vanzelfsprekend een doel als ze tweeten. In de huidige studie is geprobeerd te onderzoeken waarom gebruikers van Twitter deelnemen aan het politieke domein op Twitter. Om een antwoord te kunnen geven op de vraag met welk doel mensen in politieke context tweeten, is er gekozen om te categoriseren met behulp van de taalhandelingstheorie. Dit model is ontstaan door naar het communicatieve doel van een uiting te kijken en is om deze reden uitermate geschikt voor het huidige onderzoek. Daarnaast is er een sentimentanalyse uitgevoerd om te achterhalen op welke manier er sentiment in politieke tweets wordt geuit.

Er zijn tweets van drie dagen waarop er een gebeurtenis had plaatsgevonden verzameld. Op deze manier kon er een vergelijking worden gemaakt tussen tweets die verstuurd werden naar aanleiding van het evenement en tweets die dat niet werden, omdat er geen ander vergelijkbaar onderzoek uitgevoerd is. Het bleek dat er in politieke tweets veel gebruik werd gemaakt van assertieven en juist weinig van commissieven, declaratieven en combinaties van taalhandelingen. Op nauwkeuriger niveau bleken er enkele verschillen tussen tweets die niet over een evenement gingen en tweets die wel over een evenement gingen. Echter, het opvallendst waren de percentages mededelingen en vragen bij beide soorten tweets. Verder bleken er in een piek, zoals verwacht, significant meer tweets wel dan niet over het evenement te gaan en het sentiment in de pieken was overwegend negatief of sarcastisch.

Het leek erop dat gebruikers van Twitter vooral deelnamen aan het politieke domein om nieuws met de achterban te delen en hier soms ook hun visie over te uiten. Deze visie delen is vaak niet het hoofddoel van de tweet, maar een bijzaak naast het delen van informatie, en bleek voornamelijk negatief. Tot slot stellen veel gebruikers ook vragen, dit is waarschijnlijk een hulpmiddel om in hun behoefte aan informatievoorziening te voldoen.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

De opkomst van het internet was de eerste stap van de ontwikkeling die we heden ten dage op het World Wide Web zien, namelijk de enorme groei van alle soorten informatieverkeer tussen mensen (Leiner, Cerf, Clark, Kahn, Kleinrock, Lynch, Postel, Roberts & Wolff, 2009). Uiteindelijk heeft dit alles geleid tot een explosie van sociale media vanaf het jaar 2000 (Gary, 2015). LinkedIn, Facebook, YouTube en Twitter werden achtereenvolgens opgericht en inmiddels is het internet een wereldwijd fenomeen dat als massamedium kan worden gezien (Morris & Ogan, 1996; An, Cha, Gummadi & Crowcroft, 2011). Onder de term sociale media – de Engelse term *social media* is ook gangbaar in het Nederlands en wordt verder in het huidige onderzoek als term gehanteerd – worden online platformen geschaard waar de gebruikers zelf, of met minimale tussenkomst, de inhoud verzorgen. Een hoofdkenmerk van social media is de interactie tussen de verschillende gebruikers ervan (Heerschap & Van Velzen, 2011).

Social media hebben de manier waarop mensen interacteren en communiceren veranderd door het mogelijk te maken om realtime content te ontwikkelen, te delen met medegebruikers, aan te passen en te bekritisieren (Kietsmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011). Dit is een van de redenen dat social media nog steeds in populariteit toenemen en dat er in Nederland breed gebruik wordt gemaakt van deze platformen (voor een overzicht van het gebruik van social media zie: Van der Veer, Boekee & Peters, 2017), als vrijetijdsbesteding maar ook professioneel (Van den Bighelaar & Akkermans, 2013). In 2012 maakte 70% van de Nederlandse internetgebruikers – wat meer dan 92% van de Nederlandse bevolking is (“Acht procent van de Nederlanders nooit op internet”, 2016) – gebruik van social media, waarbij het percentage bij de oudere internetters relatief het laagst was (Van den Bighelaar & Akkermans, 2013), maar ook deze groep gaat meer en meer gebruik maken van social media (Van der Veer et al., 2017). Dit betekent dat de gebruikers van social media steeds representatiever worden voor de populatie.

De toenemende populariteit van social media en de verandering in de manier van communiceren die hiermee gepaard is gegaan, hebben geleid tot een verandering in sociale contexten. Niet enkel priveverbanden zijn diepgaand veranderd, maar ook in de gezondheidszorg, het bedrijfsleven en de politiek zijn manieren waarop social media worden ingezet en het algehele communicatieproces veranderd (Eltantawy & Wiest, 2011; Gainous & Wagner, 2014). Zo wordt bijvoorbeeld gesteld dat de politiek hervormd is door het social-mediaplatform Twitter (Small, 2011). Door middel van Twitter is het voor politici mogelijk

geworden om veel gemakkelijker direct in contact te komen met potentiële kiezers. Voorheen waren de manieren hiervoor omslachtiger. Politici gebruiken Twitter om informatie te verspreiden over politieke gebeurtenissen en om hun mening te delen (Small, 2011). Verder tweeten ze over verkiezingscampagnes of over hun privéleven; dit maakt de wijze van communiceren persoonlijker (Kruikemeier et al., 2015). Ook worden de interactiemogelijkheden van Twitter benut en gaan de politici op Twitter vaak in gesprek met hun potentiële kiezers (Graham et al., 2014; Kruikemeier et al., 2015).

In aanvulling op politici, geldt ook voor burgers dat het gemakkelijker is geworden om op een eenvoudige en efficiënte manier een groot netwerk kennis te laten nemen van persoonlijke, politieke boodschappen door de interactieve mogelijkheden die social media bieden. Dat men gemakkelijker en sneller een bijdrage kan leveren aan het politieke debat op Twitter, heeft als gevolg dat meer mensen dit ook daadwerkelijk doen (Parmelee & Bichard, 2011). Bovendien kan via Twitter gemakkelijk informatie worden gedeeld die anders waarschijnlijk niet via de voorheen bestaande kanalen zoals e-mail, telefoon, chat of weblogs zou worden gedeeld (Zhao & Rosson, 2009).

In de politieke tweets die deze gebruikers van Twitter genereren – in het huidige onderzoek worden tweets waarin de naam van een politieke partij voorkomt, ongeacht de afzender, als politieke tweets gezien – doen mensen iets. Ze kunnen bijvoorbeeld hun mening over een bepaalde gebeurtenis ventileren, informatie delen met de gebruikers in hun eigen netwerk of mensen proberen aan te zetten tot een bepaalde handeling. Politici bleken een doel te hebben om Twitter te gebruiken (Graham et al., 2014; Kruikemeier et al., 2015), maar ook andere gebruikers die politieke tweets verspreiden hebben vanzelfsprekend een doel als ze tweeten. In de huidige studie is geprobeerd te onderzoeken waarom gebruikers van Twitter deelnemen aan het politieke domein op Twitter. Om een antwoord te kunnen geven op de vraag met welk doel mensen in politieke context tweeten, is er gekozen om te categoriseren met behulp van de taalhandelingstheorie. Dit model is ontstaan door naar het communicatieve doel van een uiting te kijken en is om deze reden uitermate geschikt voor het huidige onderzoek. Daarnaast is er een sentimentanalyse uitgevoerd om te achterhalen op welke manier er sentiment in politieke tweets wordt geuit.

De huidige studie is exploratief van aard en is naar weten van de onderzoeker de eerste studie die een combinatie maakt tussen de taalhandelingstheorie, sentimentanalyse en politieke tweets. Dit betekent dat er geen materiaal bestaat om de uiteindelijke resultaten mee te vergelijken. Bovendien hebben zowel Jürgens en Jungherr (2011) als Bruns en Burgess (2011)

onthuld dat voor verkiezingen politieke tweets vaak gebeurtenisgerelateerd zijn en dat hun aantallen toenemen naarmate deze gebeurtenissen naderen (Ausserhofer & Maireder, 2013). Daarom is ervoor gekozen om tweets te onderzoeken, van drie verschillende politieke partijen, op dagen waarop er een gebeurtenis bij de desbetreffende politieke partij gaande was. Op deze manier kon er een onderscheid worden gemaakt tussen tweets die normaliter in politieke context worden verstuurd en tweets in politieke context die naar aanleiding van een bepaalde gebeurtenis zijn verzonden. Dit gaf de mogelijkheid een vergelijking te maken tussen de twee groepen tweets, wellicht hebben gebruikers namelijk een ander doel of wordt het sentiment anders geuit. In het theoretisch kader zullen de theorieën achter sentimentanalyse en de operationalisatie van momenten met verhoogde aantallen Twitterberichten nader worden behandeld. Ook zal de taalhandelingstheorie nader worden behandeld.

1.2 Theoretisch kader

1.2.1 Twitter in gebruik

Twitter, opgericht in 2006, is een social-mediawebsite. Preciezer geformuleerd is het een platform dat microblogging mogelijk maakt. Microbloggen is afgeleid van het woord bloggen, dat weer is afgeleid van webloggen, wat in de praktijk neerkomt op een online dagboek bijhouden dat door anderen kan worden gelezen en/of bekeken. Het woord microbloggen bestaat sinds 2006, toen Twitter een dienst lanceerde die een kruising was tussen bloggen en instant messaging (Aelen, 2014). Twitter stelt gebruikers in staat (micro)berichten van maximaal 140 tekens naar elkaar of naar een groep te sturen. Op Twitter volgen gebruikers elkaar of worden ze gevolgd. In tegenstelling tot de meeste andere sociale-netwerksites, zoals Facebook en LinkedIn, is voor het volgen van gebruikers geen toestemming of wederzijdse acceptatie nodig. Iedere gebruiker is dus in staat andere willekeurige gebruikers te volgen zonder dat deze persoon hier toestemming voor hoeft te geven. Hieruit vloeit voort dat degene die wordt gevolgd door een bepaalde gebruiker, deze gebruiker niet per definitie ook hoeft te volgen. Mochten de berichten van een gebruiker niet meer interessant zijn, dan kan worden besloten deze persoon weer te “ontvolgen”.

Eenmaal een volger van een gebruiker, komen de berichten, die tweets worden genoemd, van deze gebruiker op zijn tijdlijn. De tijdlijn is de verzameling van alle tweets die zijn gestuurd door de gebruikers die door de desbetreffende persoon worden gevolgd. De gangbare praktijk van het reageren op tweets heeft tot een goed gedefinieerde Twittercultuur geleid waarin sommige tekens een betekenis hebben. Om tweets enigszins te begrijpen, wordt er hieronder kort inzicht verschaft in de meestgebruikte woorden en tekens van de

Twittercultuur (Kwak, Lee, Park & Moon, 2010, p. 591): “RT staat voor retweet, ‘@’ gevolgd door een gebruikersnaam adresseert de tweet aan deze gebruiker, en ‘#’ gevolgd door een woord representeert een hashtag.” Voor een vollediger uitleg en beter begrip van de Twittercultuur kunnen Van Aggelen (2010), Haenlein en Kaplan (2011) en Zappavigna (2011) worden geraadpleegd.

1.2.2 De gebruikers van Twitter

Sinds de oprichting van Twitter groeide het volume tweets exponentieel. In 2007 werd er 5.000 keer per dag getweet (Weil, 2010) en in juni 2010 werd bekend gemaakt dat Twittergebruikers tezamen al 65 miljoen tweets per dag verstuurden (Schonfeld, 2010). Vanaf dat moment werd Twitter ook wel gezien als een bestemming om informatie te publiceren in plaats van enkel als een persoonlijke microblogging website (Chu, Gianvecchio, Wang & Jajodia, 2010). De piek in het aantal tweets per dag was in augustus 2014 en lag die maand op gemiddeld 661 miljoen per dag (Edwards, 2016). Sindsdien is de belangstelling in Twitter langzaam maar zeker afgenomen. Ter vergelijking: in januari 2016 werden er gemiddeld per dag ‘slechts’ 303 miljoen tweets verstuurd (Edwards, 2016).

In Nederland is onder ruim 8.000 mensen van 15 jaar en ouder onderzoek gedaan naar het gebruik van sociale media. Uit dit onderzoek blijkt dat 2.6 miljoen Nederlanders gebruik maken van Twitter, waarvan 871.000 dagelijks (Van der Veer et al., 2017). De daling in het gebruik van Twitter loopt van het moment van de piek in 2014 tot op heden, hoewel de daling afgelopen jaar toch iets lijkt te zijn gestagneerd. In 2014 gebruikte bijna 30% van de nederlandse bevolking Twitter, waar dat nu minder dan 20% is (Van der Veer et al., 2017). Het blijkt dat het Twittergebruik het sterkst daalt onder jongeren (Oosterveer, 2016; 2017), terwijl ouderen juist meer gebruik gaan maken van het platform.

Ook de groepen die gebruik maken van Twitter veranderden. Naarmate Twitter meer bekendheid vergaarde, werd het steeds meer een zakelijk platform voor groepen die Twitter inzetten voor bijvoorbeeld merkversterking, marktonderzoek, adverteren en het screenen van sollicitanten, kandidaten en werknemers (Gloudemans, 2012). Vervolgens, vanaf het moment dat Twitter werd gezien als bestemming om informatie te publiceren en waarbij het bij plotselinge gebeurtenissen dikwijls sneller bleek dan gerenommeerde persbureaus (Van der Kolk, 2016), kwam er interesse voor Twitter van politici, journalisten, opinie- (Abels, 2010) en programmamakers (Van der Kolk, 2016). Twitter zou een mens kunnen maken van de politicus (Abels, 2010), omdat Twitter volgens Schäfer, Overheul en Boeschoten (2012, p. 1) een

democratische belofte in zich heeft: “omdat iedereen in principe kan meedoen, zou Twitter de kloof tussen politici en electoraat verkleinen.”

De interesse die er vanuit de politiek voor Twitter kwam, heeft ertoe geleid dat in 2015 ongeveer 40% van de Nederlandse politici een Twitteraccount had, waar de politici die hoger op de kieslijst stonden over het algemeen wat vaker een Twitteraccount bezitten (Kruikemeier et al., 2015), dus Twitter bleek een relatief populair medium onder politici te zijn geworden (Graham, Jackson & Broersma, 2014). Het feit dat Twitter steeds populairder is geworden en dat er steeds meer politici actief zijn geworden op Twitter heeft als gevolg gehad dat er ook meer over politiek werd getweet. De interactiviteit, de mogelijkheid tot *social presence* (het gevoel dat de politicus dichtbij is), de lage participatiekosten en –moeite en de flexibiliteit van het nieuws, stimuleren mensen om meer te leren over de politiek en te participeren (Kruikemeier, 2014).

1.2.3 Motieven om Twitter te gebruiken

Java, Finin, Song en Tseng (2007) hebben geanalyseerd hoe de onderlinge relaties tussen gebruikers van Twitter liggen. Met andere woorden: met welk doel wordt Twitter ingezet door gebruikers? De resultaten leverden vier categorieën berichten op met redenen waarom mensen Twitter gebruiken, namelijk: berichten over alledaagse zaken, berichten waarbij er een vorm van interactie tussen gebruikers plaatsvindt, berichten waarin een hyperlink is geplaatst die naar een andere website doorlinkt en berichten die nieuwswaardige informatie over een recente gebeurtenis bevatten (Java et al., 2007).

Ook in het politieke domein zijn deze categorieën min of meer te hanteren. Het is gebleken dat mensen Twitter op verschillende manieren gebruiken voor politiek, namelijk: voor sociaal nut, entertainment, zelfuitdrukking, informatie/begeleiding en omdat de informatie snel, makkelijk of goedkoop beschikbaar is (Parmelee & Bichard, 2011). Deze factoren zijn opgedeeld in meerdere subcategorieën. Zowel onder de factor ‘sociaal nut’ als onder de factor ‘zelfuitdrukking’ staan ook daadwerkelijk motivaties om te tweeten. Deelnemers van het politieke domein op Twitter zouden volgens Parmelee en Bichard (2011) tweeten om: te communiceren met aanhangers van bepaalde politici, te participeren in discussies met de politici, de politicus te ondersteunen of de politicus juist te bekritisieren.

De berichtgevers in het politieke domein lijken dus veelal mensen te zijn die op een tweet, uitspraak of handeling van een politicus reageren en de politicus hierover willen aanspreken, ondersteunen of bekritisieren. Daarnaast zijn er mensen actief die willen

communiceren met andere deelnemers van het politieke domein. Gezien de studies van Java et al. (2007) en Parmelee en Bichard (2011) lijken mensen soms enkel informatie te willen delen met de personen in het eigen netwerk of een politicus, maar vaak ook een mening of visie te willen verkondigen. De kritiek of waardering kan gericht zijn aan de politicus zelf, maar het kan ook bijvoorbeeld gericht zijn aan het netwerk waarin de berichtgever zich bevindt. Berichtgevers kunnen ook met elkaar in contact komen om te discussiëren over politieke gebeurtenissen. Bovendien kunnen mensen zich laten leiden door de informatie die wordt verstrekt. Er zijn dus mensen met veel verschillende soorten motieven actief in het politieke domein, maar ze hebben gemeen dat ze iets doen met taal, ze uiten zich.

Bovenstaande studies hebben gemeen dat het communicatieve doel van de tweets centraal staat, maar voor elke studie is er een aparte categorisering ontworpen. Hierdoor is het onmogelijk om verschillende studies met elkaar te vergelijken. Een model dat is ontstaan door naar het communicatieve doel van een uiting te kijken is de taalhandelingstheorie. Door dit model te hanteren, zouden in het vervolg verschillende studies met elkaar kunnen worden vergeleken en hierdoor kunnen verschillende onderzoeksgebieden in perspectief worden gezet. De publicatie van Austin (1962) onder de veelzeggende titel *'How to do things with words'*, wordt algemeen beschouwd als het startpunt van de taalhandelingstheorie (Renkema, 1987). In het huidige onderzoek is er dan ook voor gekozen om te categoriseren aan de hand van deze taalhandelingstheorie, ontworpen door Austin (1962) en later uitgewerkt door Searle (1969).

Om de huidige studie toch een comparatief karakter te kunnen geven, is ervoor gekozen een corpus samen te stellen van tweets die op drie verschillende dagen zijn verspreid waarop er een gebeurtenis plaatsvond. Zowel Jürgens en Jungherr (2011) als Bruns en Burgess (2011) betoogden namelijk dat voor verkiezingen politieke tweets vaak gebeurtenisgerelateerd zijn en dat hun aantallen toenemen naarmate deze gebeurtenissen naderen (Ausserhofer & Maireder, 2013). Op de drie gekozen dagen, was er sprake van een piek. Zulke pieken in het gebruik van een politieke partij op Twitter ontstaan met enige regelmaat; vaak na een gebeurtenis zoals het (onvermijdelijk) opstappen van een politicus, een debat, een partijcongres of andere onbewust gecreëerde evenementen (Adedoyin-Olowe, Gaber, Dancausa, Stahl & Gomes, 2016).

Allan (2002) definieert de pieken naar aanleiding van een (bewust dan wel onbewust gecreëerd) evenement als een “set nieuwsverhalen die sterk gerelateerd zijn door een vergelijkbaar evenement.” Als voorbeeld geeft Allan (2002) een bomexplosie; deze explosie triggert een set nieuwsverhalen, een topic, elk bericht dat over deze bomexplosie gaat helpt bij het veroorzaken van de piek. In het huidige onderzoek werd enkel gefocust op de berichten die

op Twitter ontstonden naar aanleiding van een bepaald evenement. Door een corpus te onderzoeken waarbij er sprake was van zulke pieken, kon er een onderscheid worden gemaakt tussen tweets die naar aanleiding van de gebeurtenis werden gedeeld en tweets die niet naar aanleiding van de gebeurtenis werden verzonden. Dit gaf de mogelijkheid te onderzoeken of er een verschil bestaat tussen het doel van politieke tweets en het doel van politieke tweets die naar aanleiding van een gebeurtenis zijn verstuurd.

1.2.4 Categorisatie a.d.h.v. de taalhandelingstheorie

Austin (1962) heeft het voorbereidende werk voor de taalhandelingstheorie gedaan door te stellen dat sommige uitingen niet representeren hoe de werkelijkheid eruit ziet, maar deze bepalen doordat ze handelingen zijn. Taal is dus niet enkel afbeelden, maar ook handelingen verrichten. Een voorbeeld hiervan is de volgende zin: “Ik doop u in de naam van de Vader en de zoon en de Heilige Geest.” Deze zin brengt in de werkelijkheid een andere staat van zijn teweeg en noemt Austin (1962) een performatief, van het Engels *performance*. Deze bestaan nu naast constatieven, dat zijn de uitingen die enkel afbeelden, bijvoorbeeld een mededeling. Echter, Austin verlaat in zijn lezingen al vrij snel het onderscheid tussen performatieven en constatieven, omdat hij concludeerde dat men een algemene theorie wil over wat men met woorden doet. Vanuit dit oogpunt stelde hij een theorie voor die ervan uitging dat elke taalhandeling gepaard ging met drie verschillende handelingen, deze driedeling onderscheidt dingen die er gebeuren als er een zin wordt geuit (Archer & Grundy, 2011). De *locutionary act* is de combinatie van alle talige processen die gezamenlijk leiden tot de productie van een betekenisvolle uiting (Nouwen, z.j.); de *illocutionary act* is de bedoeling van de spreker of schrijver met de uiting die deze persoon heeft gedaan; en de *perlocutionary act* is de daadwerkelijke actie die de uiting als effect op de hoorder heeft.

Searle (1969) heeft vervolgens een typologie gemaakt van verschillende typen taalhandelingen, omdat hij de theorie van Austin (1962) in een modernere linguïstische theorie wilde integreren (Archer & Grundy, 2011). Searle (1969; 1976) heeft uiteindelijk vijf klassen taalhandelingen onderscheiden die elk bepaalde regels en condities vervullen door uit te gaan van de overeenkomsten tussen alle afzonderlijke taalhandelingen:

Assertieven (beweerders) zijn taalhandelingen waarmee de spreker iets over iets of iemand zegt (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000). Hiermee probeert de spreker de hoorder zover te krijgen dat hij zich kan vinden in de waarheid van de uiting. Het doel is dus om iemand op de hoogte te stellen of te informeren.

Expressieven (uitdrukkers) geven uitdrukking aan de geestesgesteldheid van de spreker met betrekking tot een stand van zaken (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000). De spreker drukt zichzelf dus uit met bijvoorbeeld een mening of bepaald gevoel.

Directieven (stuurders) worden door een spreker gebruikt om een hoorder ertoe te brengen iets te doen of te laten (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000). Bij al de uitingen staat centraal dat de spreker het gedrag van de hoorder wil sturen. Houtkoop-Steenstra en Koole (2000) zeggen dat de meest voorkomende directief misschien wel de vraag is: “de taalhandeling waarmee een spreker de gesprekspartner ertoe probeert te brengen de gevraagde informatie te verstrekken” (p. 30).

Commissieven (binders) zijn vaak beloften, in ieder geval staat centraal dat de spreker zich vastlegt iets te zullen doen in de (nabije) toekomst. Er wordt een afspraak gemaakt tussen de spreker en degene met wie hij de afspraak heeft gemaakt (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000).

Declaratieven (verklaarders) zijn tot slot de uitingen waarbij de spreker iets in de wereld verandert door een geslaagde uitvoering van de taalhandeling (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000). Door iets te presenteren als veranderd, verandert dit ook in de werkelijkheid, een voorbeeld hiervan dat eerder is behandeld is dopen.

De taalhandelingstheorie zoals bovenstaand beschreven is gepresenteerd als startpunt voor de analyse van verschijnselen die te maken hebben met ‘taal in gebruik’ (Renkema, 1987). Door de gewone taal, die op Twitter wordt gebezigd, te bestuderen kunnen er inzichten worden verkregen over de werkelijkheid. Renkema (1987): “Wanneer men wil nagaan hoe het produceren en begrijpen van taaluitingen wordt beïnvloed door de situatie, vormt de visie dat taal een vorm van handelen is, een goed startpunt” (p. 18). Daarnaast stellen Appel, Hubers en Meijers (1979) dat de taalhandelingstheorie taalhandelingen in isolatie bestudeert. Het feit dat Twitter slechts 140 tekens toelaat betekent dat er meestal slechts een of twee zinnen worden gedeeld, meer is ruimtelijk immers niet mogelijk. Dit biedt – door de afwezigheid van context – de gelegenheid de taalhandelingen in isolatie te bestuderen.

1.2.5 Sentimentanalyse

Naast de analyse aan de hand van de taalhandelingstheorie is ervoor gekozen om naar het sentiment in tweets te kijken, omdat volgens Parmelee en Bichard (2011) ook het ondersteunen en bekritisieren van politici motieven waren om Twitter te gebruiken voor politiek. Door te kijken of een tweet positief, negatief of neutraal is, kunnen er resultaten worden ontwikkeld die

een antwoord kunnen geven op de vraag hoe sentiment wordt weergegeven in het politieke domein op Twitter. Het doel van sentimentanalyse is om de attitude van de zender ten opzichte van een bepaald onderwerp of van de algemene contextuele strekking van een document of corpus te bepalen (Luxen, 2013).

Sentimentanalyse wordt heden ten dage veelal automatisch gedaan, maar het is uit een onderzoek van Newsaccess (Moriarty, z.j.) gebleken dat software niet zo goed sentiment kan detecteren als mensen. Er zijn een aantal fijngevoeligheden die software (nog) niet zo accuraat kan categoriseren als mensen. Sarcasme, ironie en cynisme zijn voorbeelden waarbij software gemakkelijk een verkeerd sentiment aanduidt, omdat er in zinnen met sarcasme, ironie of cynisme vaak positieve woorden staan die niet zo bedoeld zijn. Ook is er soms voorkennis of context nodig om het sentiment van een tweet goed te begrijpen. Zo tweette Sybrand Buma op 24 januari jongstleden een foto van zijn uitzicht, een leeg plein, met de tekst: *“Tot vrijdag zou ik gezegd hebben: het Haagse Plein is leeg. Nu zeg ik: nog nooit was de menigte voor mijn raam zo groot. #hartverwarmend”*. Dit deed hij naar aanleiding van de inauguratie van Donald Trump, waar in vergelijking met die van Barrack Obama weinig toeschouwers op af kwamen. Tot slot is software ook minder goed in staat dan mensen om het sentiment van hashtags die organisch ontstaan zijn te detecteren (zie voor voorbeelden Moriarty, z.j.). Dit zijn hashtags zonder spaties of met bijvoorbeeld afkortingen. Software maakt meestal enkel gebruik van woordpolariteit, dat wil zeggen dat de positieve en negatieve woorden worden geteld en tegen elkaar worden afgezet, maar omdat het voor een betere nauwkeurigheid van sentimentanalyse nodig is om verder te gaan dan enkel woordpolariteit (Chung & Mustafaraj, 2011) en om de reden dat software nog niet zo goed in het detecteren van sentiment is als mensen, is er in het huidige onderzoek voor gekozen handmatig sentiment te analyseren.

1.2.6 Belang van het onderzoek

Het bredere kader waarin dit onderzoek is uitgevoerd, de politieke context, is immer interessant om onderzoek in te doen. De politiek is namelijk altijd actueel. Tijdens het schrijven van het huidige onderzoek – in de aanloop naar de verkiezingen van 2017, en dus middenin de verkiezingscampagnes – kwamen er relatief meer pieken voor dan ‘normaal’. Hierdoor was dit moment uitermate geschikt voor een onderzoek waarin deze pieken een rol speelden. Daarnaast zijn zowel de pieken als de politieke context afgebakende domeinen die een duidelijke definitie hebben. In het huidige onderzoek zijn de tweets die bijdragen aan de pieken, tweets die op de dag van een evenement zijn verspreid (en een verhoogd aantal tweets tot gevolg hadden) en de

politieke context is in het huidige onderzoek alle tweets waarbij de naam (of afkorting) van een politieke partij is genoemd, ongeacht wie de berichtgever is.

Verder is het doel van de studie meer te weten komen over het doel van deelnemers aan het politieke debat op Twitter. Er is al onderzoek gedaan naar de motieven om Twitter te gebruiken en politici te volgen, maar wat men doet in politieke context is een onderbelicht onderzoeksgebied. Daarnaast wordt er in het huidige onderzoek een voorstel gedaan om de taalhandelingstheorie te hanteren in vervolgonderzoek naar de doelen van het gebruik van Twitter. Dit is een nieuwe combinatie tussen de taalhandelingstheorie en onderzoek naar het politieke domein op Twitter, maar het schept de mogelijkheid in vervolgonderzoek resultaten met elkaar te kunnen vergelijken. Tot slot kan de combinatie tussen de taalhandelingstheorie, onderzoek naar het politieke domein op Twitter en sentimentanalyse nieuwe inzichten verschaffen voor de motieven om Twitter voor politiek in te zetten. Dit is mogelijk door de nieuwe categorisering met behulp van de taalhandelingen.

1.3 Samenvatting en onderzoeksvragen/hypothesen

Sinds de opkomst van social media zijn steeds meer mensen hier gebruik van gaan maken. Gezien de populariteit van social media en het feit dat de gebruikers ervan steeds representatiever worden voor de algehele populatie, zijn de berichten op deze platforms een gewild onderzoeksobject voor onderzoekers. Tweets over politiek zijn een interessant onderzoeksobject gebleken, omdat het ten alle tijden actueel is (zeker tijdens het schrijven van het huidige onderzoek, in aanloop van de verkiezingen van 2017); het een afgebakend domein is; en er veel verschillende meningen en sentimenten in voorkomen. Daarnaast zijn politici de laatste jaren meer gebruik gaan maken van Twitter en dit heeft als gevolg gehad dat er ook an sich steeds meer over politiek werd getweet. Er is gekozen om het doel van de tweets te duiden met behulp van de taalhandelingstheorie, omdat deze theorie uitgaat van het communicatieve doel van een uiting. Op deze manier kon er duidelijkheid worden verschaft in het doel van de tweets. Hieruit volgt de eerste, oriënterende, onderzoeksvraag:

RQ1: Hoe is de verdeling van taalhandelingen in politieke tweets?

Binnen deze politieke context is ervoor gekozen om data van drie dagen te onderzoeken waarbij er een gebeurtenis had plaatsgevonden en waarbij er een verhoogd aantal tweets werd verstuurd. Er kon worden verwacht dat het evenement terug te zien is in de taalhandelingscategorisatie van de tweets. Er moet tenslotte een verklaring zijn voor het feit dat een bepaalde politieke partij ‘plotseling’ veel vaker dan normaliter wordt genoemd op Twitter.

Om dit te kunnen achterhalen is ervoor gekozen om in de piek een onderscheid te maken tussen tweets die over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen. De verwachting is dat er significant meer tweets in de piek over het evenement gingen dan niet over het evenement. Dit is kort getoetst. Er kon vervolgens een vergelijking worden gemaakt tussen de verschillende categorieën tweets. Verder zou het mogelijk kunnen zijn dat ook het doel van de tweets anders is bij tweets die binnen een piek over het evenement gaan als het doel van de tweets die binnen deze piek zijn verspreid en niet over het evenement gaan. Dit heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag, omdat het huidige onderzoek exploratief van aard was, is er geen hypothese geformuleerd:

RQ2: Welke taalhandelingen kenmerken tweets in politieke tweets, onderscheiden tussen tweets die over een evenement gingen en tweets die niet over een evenement gingen?

Naast de analyse aan de hand van de taalhandelingstheorie is ervoor gekozen om naar het sentiment in tweets te kijken, omdat volgens Parmelee en Bichard (2011) ook het ondersteunen en bekritisieren van politici motieven waren om Twitter te gebruiken voor politiek. Door te kijken welk sentiment een tweet bevat, kan er een inzicht worden verkregen in het sentiment van politieke tweets. Sentimentanalyse wordt tegenwoordig veelal automatisch gedaan, maar het is gebleken dat software niet zo goed sentiment kan detecteren als mensen, daarom is ervoor gekozen in dit onderzoek het sentiment handmatig te analyseren. De onderzoeksvraag met bijbehorende hypothese die hieruit voortvloeien zijn:

RQ3: Hoe is de verdeling van het sentiment in politieke tweets?

Ook bij het sentiment is vervolgens een onderscheid gemaakt tussen tweets die over een evenement gingen en tweets die niet over een evenement gingen. Het doel van de tweets zou anders kunnen zijn bij tweets die binnen een piek over het evenement gingen als bij tweets die binnen deze piek zijn verspreid en niet over het evenement gingen. Zo is dat ook mogelijk bij het sentiment. Wellicht zijn tweets naar aanleiding van een evenement over het algemeen negatiever of bevatten deze tweets meer sarcasme. Ook hier is ervoor gekozen geen hypothese te formuleren, omdat het onderzoek exploratief is. De onderzoeksvraag luidt als volgt:

RQ4: Welke sentimenten kenmerken tweets in politieke tweets, onderscheiden tussen tweets die over een evenement gingen en tweets die niet over een evenement gingen?

Tot slot zijn er ook nog een onderzoeksvraag en hypothese opgesteld die het sentiment en de taalhandelingstheorie combineren. Zo zijn expressieve taalhandelingen uitdrukkingen van een geestesgesteldheid (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000), de berichtgever drukt zich uit door gevoelens, houdingen, opvattingen of emoties te laten zien. Voorbeelden van expressieve taalhandelingen zijn: waarderen, betreuren en klagen. Het doel van sentimentanalyse is om de attitude van de zender ten opzichte van een bepaald onderwerp of van de algemene contextuele strekking van een document of corpus te bepalen (Luxen, 2013). Er kan verwacht worden dat een hoge mate van sentiment gepaard gaat met een hoge(re) mate van expressieve taalhandelingen. Een evenement dat als positief gekarakteriseerd wordt, bevat naar verwachting meer tweets die bijvoorbeeld waardering of complimenten bevatten en een evenement dat als negatief gekarakteriseerd wordt, bevat naar verwachting meer tweets waarin bijvoorbeeld klagen, betreuren of toewensen centraal staat. Zo kan de volgende onderzoeksvraag met bijbehorende hypothese worden geformuleerd:

RQ5: Is de mate van expressieve taalhandelingen gecorreleerd aan de mate van sentiment dat voorkomt in de tweets in een piek die over een bepaald evenement gaat?

H5: Een evenement dat meer gekarakteriseerd wordt in termen van sentiment, gaat gepaard met een hogere mate van expressieve taalhandelingen in de tweets in de piek die over het desbetreffende evenement gaan.

2. Methode

2.1 Materiaal

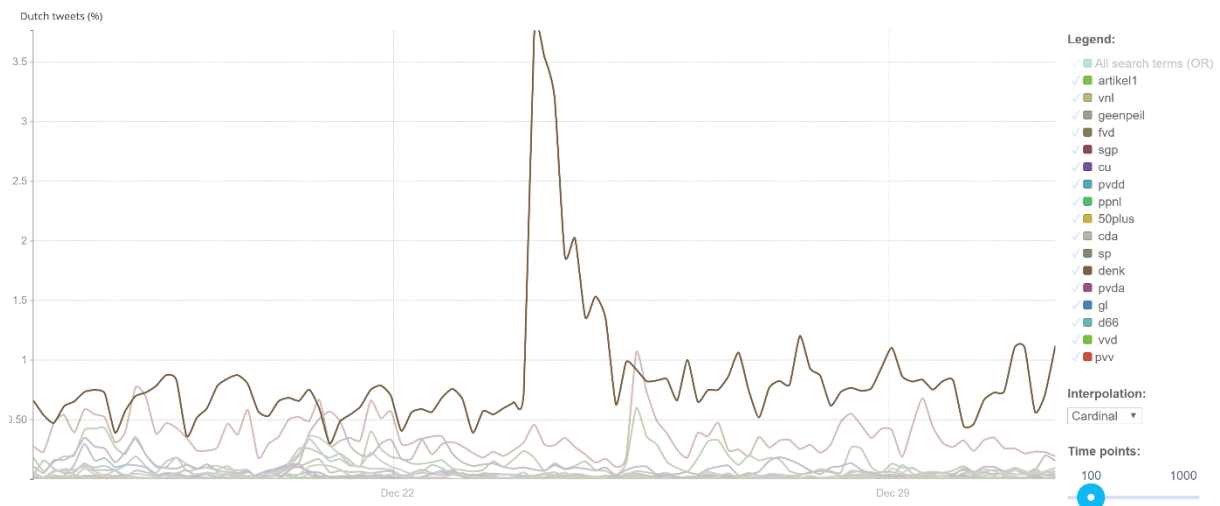
Om de onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden en de hypothesen te kunnen toetsen zijn er een aantal casussen nodig. Het corpus bestaat uit tweets die op de dagen waarop drie gekozen casussen hebben plaatsgevonden, zijn verspreid. Op deze dagen was er iets aan de hand bij een bepaalde politieke partij. De drie casussen zijn:

- 24 december: Sylvana Simons verlaat DENK.
- 12 januari: Lodewijk Asscher bij Jinek (en tijdens het annoteren bleek ook: PvdA pleit voor minimumtarieven zzp'ers in specifieke sectoren).
- 26 januari: VVD-minister Van der Steur stapt op.

De bovenstaande casussen zijn gekozen, omdat er bij zowel het opstappen van Simons als het opstappen van Van der Steur een duidelijk evenement vooraf is gegaan aan de piek over de desbetreffende politieke partij op Twitter. De piek op het moment dat Simons overstapte naar Artikel 1 is te zien in figuur 4. Simons verruilde op 24 december 2016 DENK voor Artikel 1, omdat Simons zich niet meer kon vinden in de koers van de partij (Bahara & Ezzeroili, 2016). Ook de aanleiding van het opstappen van Van der Steur was een duidelijke aanleiding voor een piek. Uit een artikel op Nieuwsuur bleek dat Van der Steur opstapte, omdat hij ontkende dat hij al tot in detail op de hoogte was gebracht van de inhoud van een gespreksnotie waar de Kamer om had gevraagd (“De doofpot in de bonnetjesaffaire”, 2017). De piek van de PvdA was daarentegen juist interessant om te onderzoeken, omdat het onzeker was of Asscher bij Jinek wel echt de aanleiding voor de piek op 12 januari was. Jinek wordt pas om 23.00 uur uitgezonden en het is onwaarschijnlijk dat de aankondiging hiervan een piek heeft opgeleverd. Na het ordenen van de data bleek dat er veel tweets over de PvdA gingen naar aanleiding van het bezoek van Asscher bij Jinek, maar ook dat het feit dat PvdA voor minimumtarieven voor zzp'ers in specifieke sectoren pleitte veel tweets opleverde. Samen zijn deze twee evenementen verantwoordelijk voor de piek op Twitter over de PvdA van 12 januari 2017.

De tweets die op deze data zijn verspreid, zijn opgehaald van <https://twinl.surfsara.nl/>. Een website die het volgens de FAQ van de desbetreffende website mogelijk maakt 40% van de Nederlandstalige tweets te doorzoeken. De data van de dagen waarop de pieken plaatsvonden, is verkregen via Eric Sanders, die deze data in zijn bezit had en heeft gedeeld. Alle tweets waarin de naam of afkorting van een politieke partij zijn door een script automatisch verzameld en bijeen gevoegd. Uiteindelijk zijn de tweets hieruit gefilterd die over de politieke partijen gingen waarbij er iets was gebeurd, zo bleven de volgende tweets over: tweets van 24

december over DENK, van 12 januari over de PvdA en van 26 januari over de VVD. De bestanden waren verdeeld per uur van de dag en bestonden uit twee velden: de politieke partij die genoemd was gevolgd door de tekst van de tweet. De tweets van 22:00 tot 23:00 uur in de casus van de PvdA konden niet worden opgevraagd, deze zijn dan ook niet meegenomen in de analyse. Van de overige 23 uur in de piek van 12 januari waren wel tweets beschikbaar, dus dit is een onvolkomenheid die overkomelijk is.



Figuur 1. De piek op 24 december over DENK naar aanleiding van het opstappen van Simons.

De drie corpora die overbleven nadat alle tweets die niet relevant voor dit onderzoek waren, zijn verwijderd hadden een totaal van ruim 11.000 tweets. 5.033 (45.3%) tweets waren van 24 december (over DENK), 1.354 (12.1%) van 12 januari (over de PvdA) en 4.735 (42.6%) van 26 januari (over de VVD). Uiteindelijk zijn er van deze drie corpora 3.324 willekeurige tweets gecategoriseerd. De tweets en de volgorde van categoriseren werd bepaald door een script. Hiervan gingen er 62 niet over de politiek. Van de overgebleven 3.262 tweets waren er uiteindelijk 1.415 (43.4%) van 24 december, 418 (12.8%) van 12 januari en 1.429 (43.8%) van 26 januari. Er bleek geen significant verschil te bestaan tussen de verdeling van de tweets in de drie volledige corpora en de uiteindelijk gecategoriseerde groepen, $\chi^2(2) = 3.712$, $p = 0.156$.

2.2 Procedure

De onderzoeksvragen en hypothese in het huidige onderzoek richtten zich op taalhandelingen en sentiment. Er werd onderzoek gedaan aan de hand van bovenstaande drie casussen. De tweets uit de drie corpora werden handmatig gecategoriseerd op beide aspecten: taalhandelingen en sentiment. In de volgende paragrafen is verder uitgewerkt hoe deze elementen zijn gecategoriseerd.

2.2.1 Wel of niet over het evenement

Allereerst moest er per tweet vastgesteld worden of deze tweet over het evenement ging dat die dag had plaatsgevonden of niet. Hiervoor is per tweet naar de inhoud gekeken. Als een tweet die op 24 december verstuurd was over het verlaten van DENK van Simons; een tweet die op 12 januari was verstuurd over Asscher bij Jinek of het feit dat PvdA pleit voor minimumtarieven zzp'ers in specifieke sectoren; en een tweet die op 26 januari was verstuurd over het opstappen van Van der Steur ging, dan werd deze tweet gecategoriseerd als 'over het evenement'. Om te beoordelen of er een tweet over een van de evenementen ging, zijn er inhoudelijke beoordelingen gedaan op grond van het noemen van elementen uit deze evenementen. Een tweet die niet kon worden verstuurd zonder dat het evenement had plaatsgevonden, werd gecategoriseerd als 'over het evenement'. Als de tweet duidelijk niet over het evenement ging, dan werd deze gecategoriseerd als 'niet over het evenement'. Tot slot is de categorie 'onduidelijk' toegevoegd. De tweets die hieronder zijn geschaard hadden kunnen worden gestuurd zonder dat het evenement zou hebben plaatsgevonden, maar er kon daarentegen ook niet met zekerheid worden gezegd dat deze tweets niet over het evenement gingen. Veelal waren deze tweets reacties op andere (niet zichtbare) tweets.

2.2.2 Taalhandelingen

Om de taalhandelingen te categoriseren, is de classificatie van Searle (1976) gehanteerd. De vijf klassen taalhandelingen die werden onderscheiden, zijn: assertieven (beweerders), expressieven (uitdrukkers), directieven (stuurders), commissieven (binders) en declaratieven (verklaarders). Elke klasse omvat vervolgens specificaties taalhandelingen. Zo zijn beweringen, concluderingen, voorspellingen en waarnemingen bijvoorbeeld allemaal subklassen van assertieve taalhandelingen. En zo is een directief een poging van de spreker om de hoorder ertoe te brengen iets te doen of te laten, maar de spreker kan dit uiteraard meer of minder dwingend doen door te commanderen dan wel te verzoeken (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000). In onderstaande tabel (tabel 1), gebaseerd op Houtkoop-Steenstra en Koole (2000) en Searle (1976), is te zien welke taalhandelingen zijn gehanteerd bij het annoteren, onder welke klasse deze zijn geschaard en wat deze ene klasse van de anderen onderscheidt.

Taalhandeling	Uitwerking
Assertieven	Tweets waarmee de berichtgever iets over iets of iemand zegt. De tweet is een weergave van een gebeurtenis of toestand in de wereld. De tweet hoeft enkel in de ogen van de berichtgever waar te zijn. De onderscheiden assertieve taalhandelingen zijn:

-
- Meedelen
 - Weergeven
 - Ontkennen
 - Beschrijven
 - Beweren
 - Constateren
 - Concluderen
 - Uitleggen
 - Voorspellen
 - Overig

Het doel is dus om iemand op de hoogte te stellen of te informeren.

Voorbeeld: “*#nieuws Sylvana Simons vertrekt bij Denk en begint nieuwe partij <https://t.co/XVaZzlQhBD> #nieuwstwitter.*”

Expressieven

Tweets die uitdrukking geven aan de geestesgesteldheid van de berichtgever met betrekking tot een stand van zaken. Het zijn dus geen uitspraken over de buitenwereld, zoals bij assertieve taalhandelingen, maar over de binnenwereld van de berichtgever. De onderscheiden expressieve taalhandelingen zijn:

- Bedanken
 - Begroeten
 - Schamen
 - Feliciteren
 - Toewensen
 - Complimenteren
 - Verontschuldigen
 - Hopen voor
 - Begrip tonen
 - Condoleren
 - Waarderen
 - Klagen
 - Betreuren
 - Overig
-

Directieven	De berichtgever drukt zich dus uit door gevoelens, houdingen, opvattingen of emoties te laten zien. Voorbeeld: “@exter39 @PvdA <i>alleen maar liefde en respect daar ben ik tevreden mee.</i>” Tweets die de berichtgever gebruikt om een lezer ertoe te brengen iets te doen of te laten, omdat de berichtgever iets wil. De onderscheiden directieve taalhandelingen zijn: • Adviseren • Oproepen • Uitnodigen • Vragen • Verzoeken • Bevelen • Eisen • Smeken • Uitdagen • Verwijzen naar een link • Instrueren • Waarschuwen • Overig Bij al de uitingen staat centraal dat de spreker het gedrag van de hoorder wil sturen. Voorbeeld: “@ajbeefde @jesseklaver @VVD @PVV <i>tsja dan adviseer ik je thuis te blijven...</i>”
Commissieën	Tweets waarmee de berichtgever zich bindt of verplicht een handeling te verrichten in de (nabije) toekomst. Anders dan met de volgende categorie moet de spreker zelf handelen om in overeenstemming te komen met de woorden. De onderscheiden commissieve taalhandelingen zijn: • Beloven • Toezeggen • Zweren • Dreigen • Afspreken

	• Garanderen • Geruststellen • Overig
	De berichtgever legt dus een handeling voor de toekomst vast. Voorbeeld: “<i>Mea culpa, ik heb VVD gestemd. Ik beloof het nooit meer te doen. #steurdebat.</i>”
Declaratieven	Tweets waarmee de berichtgever iets in de wereld verandert door een geslaagde uitvoering van de taalhandeling. De taalhandeling laat dus iets gebeuren. De onderscheiden declaratieve taalhandelingen zijn: • Dopen • Iemand ontslaan • Verklaren • Iemand aansprakelijk stellen • Iets opzeggen • Overig Dus door iets te presenteren als veranderd, verandert dit ook in de werkelijkheid. Voorbeeld: “<i>Ik ben er klaar mee; vanaf nu zelfverklaard zwevend kiezer... Het pluche lijkt belangrijker dan de waarheid! #vvd #integriteit #steurdebat.</i>”

Tabel 1. Een overzicht van de klassen taalhandelingen met de bijbehorende coderingen.

Soms bleek het onduidelijk onder welke categorie een taalhandeling geschaard moest worden. In zulke gevallen was het doel van de tweet meestal niet geheel duidelijk. Om de mate van interpretatie van de codeur zo klein mogelijk te houden, is ervoor gekozen categorieën te hanteren die dicht bij de talige vorm van een zin staan. In het geval van “*Is dit wat de makers van #Inception bedoelden? #DENK #PvdA #Artikel1*” is de tweet dus gecodeerd als vraag terwijl het eigenlijk ook bedoeld is als grap. Even hiervoor heeft dezelfde persoon namelijk de volgende tweet verstuurd: “*Een splinterpartij, ontstaan uit een splinterpartij, die ontstaan is uit een regerende splinterpartij. #Artikel1 #DENK #PvdA #achterlijk*”. Deze tweet zegt iets over de afsplitsing van Simons en drukt een geestesgesteldheid van de spreker uit, hij vindt het namelijk achterlijk dat Simons een nieuwe partij heeft opgericht. De eerstgenoemde tweet kan nu in een breder kader worden geplaatst en nu is duidelijk dat het als een grap bedoeld is, maar het is een vraagzin en op door de tweet ook als zodanig te categoriseren is er uiteindelijk een overzicht van de tweets beschikbaar waarop de codeur een zo klein mogelijke invloed heeft

gehad betreffende interpretatie. Toch bleken er tweets te blijven bestaan die lasig te categoriseren waren, maar in zulke gevallen is er gebruik gemaakt van de vragen die centraal staan per klasse (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000) (zie tabel 2).

Taalhandeling	Centrale vraag
Assertieven	Wat meent de berichtgever dat de lezer moet weten?
Expressieven	Hoe staat de berichtgever tegenover de wereld?
Directieven	Wat wil de berichtgever van de lezer?
Commissieven	Waar legt de berichtgever zich tegenover de lezer op vast?
Declaratieven	Wat doet de berichtgever met de wereld?

Tabel 2. De vragen die centraal staan per klasse taalhandeling.

Ook was het mogelijk dat een tweet in meerdere categorieën viel. Voor tweets die meerdere taalhandelingen bevatten is ervoor gekozen deze in te delen in de klasse die de belangrijkste plaats inneemt in de tweet. Er is dus in eerste instantie voor gekozen geen combinatiecategorie op te nemen in de categorisatie, omdat er dan kans is op een grote combinatiegroep. Mocht dat het geval zijn, dat was het onmogelijk om er nog iets zinnigs over te zeggen. De combinatiecategorie bevat dan namelijk tweets uit alle klassen taalhandelingen. Tijdens het categoriseren bleek toch dat er tweets waren die meerdere taalhandelingen bevatten en die niet in te delen waren in een van deze taalhandelingen, omdat er geen handeling belangrijker was dan de andere. Uiteindelijk is er dus een combinatiecategorie toegevoegd, maar er is geprobeerd deze zo klein mogelijk te houden.

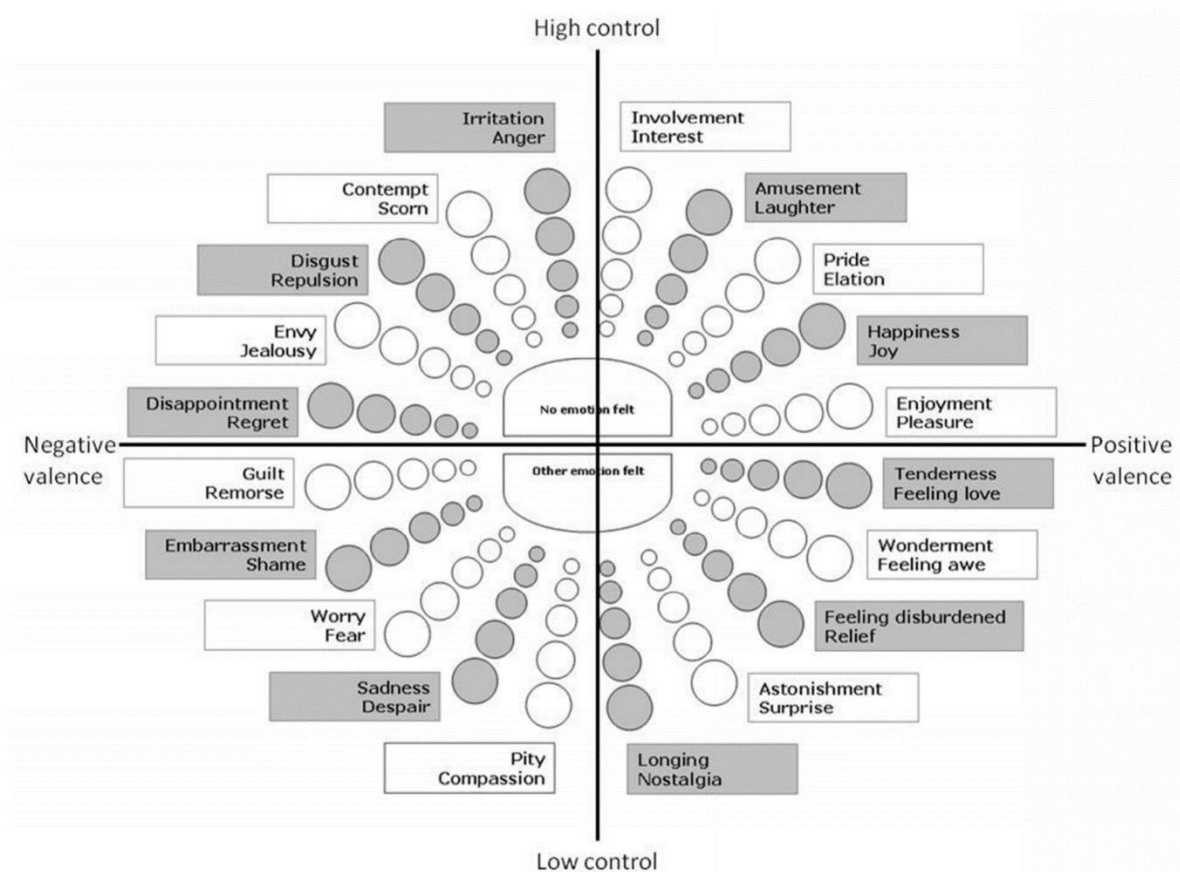
2.2.3 Sentiment

Het sentiment van elke tweet werd gecategoriseerd in een van de vijf mogelijkheden: positief, negatief, gemixt, sarcastisch of neutraal. De categorieën positief, negatief en neutraal zijn ontleend aan het Geneva Emotion Wheel (GEW) van Sacharin, Schlegel en Scherer (2012). Zij maken hierin onderscheid tussen emoties die gepaard gaan met een negatieve dan wel positieve valentie (zie figuur 5). Als er geen emoties werden opgeroepen, is de tweet in de neutrale categorie geplaatst. Een extra controle die is gehanteerd om na te gaan of een tweet sentiment bevat was de methode van Go, Bhayani en Huang (2009). Zij gebruikten de volgende test: Als de tweet ooit als een titel van een artikel op de voorpagina van een krant zou kunnen verschijnen of als een zin op Wikipedia, dan hoort de tweet tot de neutrale categorie. De gemixte categorie is toegevoegd voor tweets waarin de afzender zowel een positief als een negatief sentiment uit, maar door een fout in het script waren de tweets die gecategoriseerd waren als gemixt niet meer

als zodanig te herkennen. De tweets die gecategoriseerd waren als gemixt waren op twee handen te tellen. De resultaten zijn hier dus niet of nauwelijks door beïnvloed.

Het was van belang om de context van de tweet in achting te nemen en om niet enkel met een lexicon van positieve en negatieve woorden en frases te werken, omdat sentiment expliciet, maar ook impliciet aanwezig kan zijn in de tweets (Kim & Hovy, 2004). De tweet “*Blij dat Sylvana duidelijk afstand neemt van Denk. Verstandig!*” is duidelijk positief, maar bij de tweet ‘*Patijn (FNV) over vertrek #Simons bij #DENK: "Maar ik ben blij dat ze zegt: ik wil niet alleen negatief zijn, maar ook perspectief bieden."*’ is het lastiger. Er staat immers een woord met een positieve valentie in de tweet, maar ook een woord met negatieve valentie (zie Sacharin et al., 2012). Deze tweet is toch gecategoriseerd als neutraal, omdat het om het sentiment van de berichtgever gaat, degene die tweet, en die uit in deze tweet geen teken van sentiment. Het kan namelijk zo zijn dat het sentiment van de berichtgever overeenkomt met die van Patijn, maar dat staat er niet expliciet, dus wellicht wil de berichtgever enkel het nieuws delen. Dus door de context van de tweet in acht te nemen, kon er een nauwkeuriger sentimentanalyse worden uitgevoerd (Wilson, Wiebe & Hoffmann, 2005).

Tot slot is er de categorie sarcasme toegevoegd. De woorden *boosheid* en *bozer* zijn bijvoorbeeld woorden die negatief sentiment bevatten, boosheid gaat namelijk gepaard met verachting, woede, walging of andere emoties die volgens Sacharin et al. (2012) bij een negatieve tweet horen. In de volgende tweet “@Hassan_Bahara @DenkNL @Art1kel @NadiaEzzeroili grappig dat Sylvana zegt dat #DENK appelleert aan boosheid... 🤔 weinig mensen bozer dan zij!” zijn de woorden die negatief zijn onderstreept, maar de afzender van de tweet gebruikt eerder in het bericht het woord *grappig*. Dit woord gaat daarentegen gepaard met een positief sentiment, daar het opgetogenheid, vreugde of genoegdoening oproept. Dit zijn emoties die volgens Sacharin et al. (2012) bij een positieve tweet horen. Aangezien het sentiment van de afzender centraal staat in deze sentimentanalyse, zou het een positief sentiment bevatten. Daarentegen is het helemaal niet grappig dat “[...] Sylvana zegt dat #DENK appelleert aan boosheid [...]”. In zulk soort tweets is er een dubbele laag aanwezig. De afzender zegt dan een bepaald sentiment te hebben, maar dit blijkt uit de tweets niet zo te zijn. De betekenis krijgt zelfs een tegengestelde betekenis (Maynard & Greenwood, 2014). Ook in dit geval is het mogelijk een nauwkeurigere sentimentanalyse uit te voeren door de context in acht te nemen (Wilson et al., 2005).



Figuur 2. Versie 2.0 van het Geneva Emotion Wheel van Sacharin, Schlegel en Scherer (2012). De tweet heeft een positief sentiment als er een van de emoties rechts van de zwarte streep wordt geuit en een negatief sentiment voor emoties links van de zwarte streep.

Voor elke tweet werd nagegaan hoe de afzender zich voelde door: “De berichtgever voelt (zich) ...” in te vullen. De tweets werden vervolgens in een van de vijf categorieën geplaatst.

Positief: De tweet heeft een positief sentiment als de berichtgever een emotie voelt die rechts van de zwarte streep staat van het GEW (te zien in figuur 2). Emoticons zoals 😊, :p, ;) , :D en =), maar ook 😄 en 😁 zijn kenmerken van positief sentiment (Go et al., 2009; zie ook Novak, Smailović, Sluban & Mozetič, 2015 voor de gehele Emoji Sentiment Ranking). Ook positieve hashtags en woorden als haha, leuk! en super! geven blijk aan een positief sentiment. Een voorbeeld van een tweet die gecategoriseerd is als positief, is: “Goed van #Sylvana. Spoort wellicht andere zich progressief noemenden aan tot #denk -en. Bijv. bij #pvda (rode vrouwen), #groenlinks, #sp”.

Negatief: De tweet heeft een negatief sentiment als de berichtgever een emotie voelt die links van de zwarte streep staat van het GEW. Emoticons zoals 😞, ☹, 🙄, ;), :-(en :’(zijn kenmerken van negatief sentiment (Go et al., 2009; Novak et al., 2015). Verder zijn

een overmatig gebruik van uitroeptekens en hoofdletters en het gebruik van negatieve hashtags kenmerken van een negatief sentiment. Een voorbeeld van een tweet die gecategoriseerd is als negatief, is: “@laurensboven @VVD @geertwilderspvv @MinPres Weer geweldig niveau! NOT. En maar niet begrijpen waarom burger politiek kwijt is #FAIL”.

Gemixt: Er is sprake van een tweet met gemixt sentiment als de berichtgever zowel emotie voelt die links als rechts van de zwarte streep van het GEW staat, dus zowel positief als negatief. De kenmerken van positief en negatief sentiment zijn hierboven al besproken. Een voorbeeld van een tweet die gecategoriseerd is als gemixt, is: “Aardige jongen , die Lodewijk Asscher , maar een krachteloos en kansloos figuur. Daar gaat de @pvda de oorlog niet mee winnen #jinek”.

Sarcastisch: Een tweet is gecategoriseerd als sarcastisch als er een hashtag staat met een indicator van sarcasme. Een andere indicator van sarcasme is een woordcombinatie met woorden van verschillende polariteit. Dit zijn bijvoorbeeld woorden met een negatieve connotatie, zoals regen of vertraging samen met een woord dat een positieve reactie oproept volgens het GEW (Maynard & Greenwood, 2014). Er moet blijken dat de berichtgever “het tegenovergestelde van de waarheid zegt, of het tegenovergestelde van zijn of haar ware gevoelens, om grappig te zijn of een punt te maken” (Maynard & Greenwood, 2014, p. 4238). Als dat uit de tweet bleek, is deze gecategoriseerd als sarcastisch. Een voorbeeld van een tweet die gecategoriseerd is als sarcastisch, is: “Zo blij dat onze @minpres en zijn @vvd het goede voorbeeld geven in normaal doen ... #steurdebat #alternativefacts #sarcasmetweet”.

Neutraal: De tweet wordt gecategoriseerd als neutraal als deze geen sentiment lijkt te bevatten op basis van de inhoud van de tweet of als de berichtgever geen sentiment lijkt te uiten. Dit kan het geval zijn bij korte tweets en bij tweets waarin enkel feiten worden vermeld. Ook tweets die als titel op de voorpagina van een krant zouden kunnen staan of tweets die op Wikipedia voor zouden kunnen komen, zijn conform Go et al. (2009) in de neutrale categorie geplaatst. Een voorbeeld van een tweet die gecategoriseerd is als neutraal, is: “Sylvana Simons verlaat Denk en begint nieuwe partij <https://t.co/xR5HKaMPe9> via @volkskrant”.

2.3 Betrouwbaarheid

Bij het interpreteren van een uiting als een specifieke taalhandeling, kunnen er beoordelingsfouten worden gemaakt. Dit heeft als gevolg dat de strekking van een uiting anders wordt geïnterpreteerd, in dit geval door de codeur, dan dat de spreker bedoeld had. Doorgaans zal degene die de uiting heeft gedaan, de berichtgever, uitleggen wat hij ‘bedoelde’ met zijn uiting (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000), maar in deze setting is dat niet mogelijk. De geïntendeerde strekking wordt maar zelden geëxpliciteerd volgens Houtkoop-Steenstra en Koole (2000), maar dit heeft als functie dat men de sociale relaties op peil kan houden. In het huidige onderzoek lijkt de inherente vaagheid van ons alledaagse taalgebruik een struikelblok te vormen, maar het tegendeel is waar. Om de strekking van een uiting te achterhalen wordt er gebruik gemaakt van strekkingsaanduidende middelen. Houtkoop-Steenstra en Koole (2000) definiëren deze middelen als “linguïstische middelen [...] die sprekers gebruiken om aan te geven welke strekking hun uiting heeft, en die de hoorders op hun beurt gebruiken om die strekking te achterhalen” (p. 25). Met behulp van deze middelen, kon er worden ingeschat wat het doel van de tweet was. Het feit dat de codeur moest inschatten welke geslaagdheidsvoorwaarden aan de orde waren, heeft echter wel kunnen leiden tot idiosyncrasieën in de analyse.

Wat ook tot idiosyncrasieën in de analyse heeft kunnen leiden, is het feit dat er binnen dit MA-werkstuk geen ruimte was om te werken met een tweede codeur (Van Leeuwen, 2015). De codering wordt dan uiteraard onderworpen aan individuele strategieën van de codeur. Zo ook bij het inschatten van de geslaagdheidsvoorwaarden die aan de orde waren. Echter, deze strategieën zijn vermoedelijk systematisch en er is geen reden om aan te nemen dat dergelijke strategieën de vergelijking tussen corpora vertroebelen (Spooren & Degand, 2010). Bij de analyse is gekeken naar de categorisering van pieken waarbij er een onderscheid werd gemaakt tussen tweets over een evenement en tweets die niet over een evenement gingen. Als er bij de categorisering bijvoorbeeld sprake is van overcodering van een bepaalde categorie, dan kan worden aangenomen dat de beslissingen zullen worden oververtegenwoordigd over het gehele corpus. Het antwoord op de onderzoeksvragen zal door deze systematiek niet worden beïnvloed.

2.4 Statistische toetsing

Om de verschillen tussen de categorieën taalhandelingen tussen tweets over het evenement en tweets die niet over het evenement gingen weer te kunnen geven, is er gekozen om meerdere Chi-kwadraattoetsen uit te voeren. Deze toets wordt gebruikt om na te gaan of twee of meerdere

verdelingen van elkaar verschillen (Field, 2013). Op deze manier was het mogelijk te toetsen of er significante verschillen bestonden tussen verdelingen van taalhandelingen bij de categoriale variabele Evenement (ja/nee).

Op het moment dat de variabelen binnen een bepaalde taalhandeling een significante uitkomst hebben op de toets, dan geeft dat aan dat er in een van de twee groepen significant meer gebruik wordt gemaakt van deze categorie taalhandelingen. Verder is er nog gekeken of er significante verschillen bestaan tussen de tweets die niet al dan wel over het evenement gingen en tussen de typen sentiment. Dit is eveneens getoetst door middel van Chi-kwadraattoetsen.

3. Resultaten

In het huidige onderzoek zijn vijf onderzoeksvragen opgesteld. Een van deze onderzoeksvragen gingen gepaard met een hypothese. De eerste onderzoeksvragen waren dusdanig oriënterend van aard dat er voor is gekozen bij deze onderzoeksvragen geen hypothesen te formuleren. In deze sectie is er met behulp van de data geprobeerd antwoorden op de onderzoeksvragen te geven. Daarnaast is de hypothese getoetst.

RQ1: Hoe is de verdeling van taalhandelingen in politieke tweets?

RQ2: Welke taalhandelingen kenmerken tweets in politieke tweets, onderscheiden tussen tweets die over een evenement gingen en tweets die niet over een evenement gingen?

RQ3: Hoe is de verdeling van het sentiment in politieke tweets?

RQ4: Welke sentimenten kenmerken tweets in politieke tweets, onderscheiden tussen tweets die over een evenement gingen en tweets die niet over een evenement gingen?

RQ5: Is de mate van expressieve taalhandelingen gecorreleerd aan de mate van sentiment dat voorkomt in de tweets in een piek die over een bepaald evenement gaat?

H5: Een evenement dat meer gekarakteriseerd wordt in termen van sentiment, gaat gepaard met een hogere mate van expressieve taalhandelingen in de tweets in de piek die over het desbetreffende evenement gaan.

3.1 Taalhandelingen

3.1.1 Taalhandelingsklassen

Om een antwoord te kunnen formuleren op de eerste onderzoeksvraag, is in tabel 3 een overzicht getoond van de onderscheiden taalhandelingsklassen met het bijbehorende aantal geannoteerde taalhandelingen binnen deze klasse. Het percentage assertieven is hoog en het aantal commissieven, declaratieven en combinaties is juist laag. Verder lijken er iets meer directieven dan expressieven voor te komen in politieke tweets. Het is mogelijk dat het aantal assertieven zo hoog ligt doordat er veel nieuws enkel wordt gedeeld met de volgers. Er is voor gekozen niet te toetsen of deze verdeling significant verschilt, omdat er geen vergelijkbare studie met taalhandelingen in politieke context is gedaan. Er had kunnen worden gekeken of de verdeling van taalhandelingen significant afwijkt van een verdeling waarbij alle groepen even

groot zijn, maar dit resultaat zou nietszeggend zijn, omdat er nooit even veel taalhandelingen per categorie worden geuit. Vandaar dat enkel de absolute en relatieve frequenties zijn getoond. Van alle gecategoriseerde tweets (3.324) zijn de tweets die niet over de politiek gingen (62, 1.9%) en de tweets die in de categorie ‘onduidelijk’ vielen (314, 9.4%) niet meegenomen.

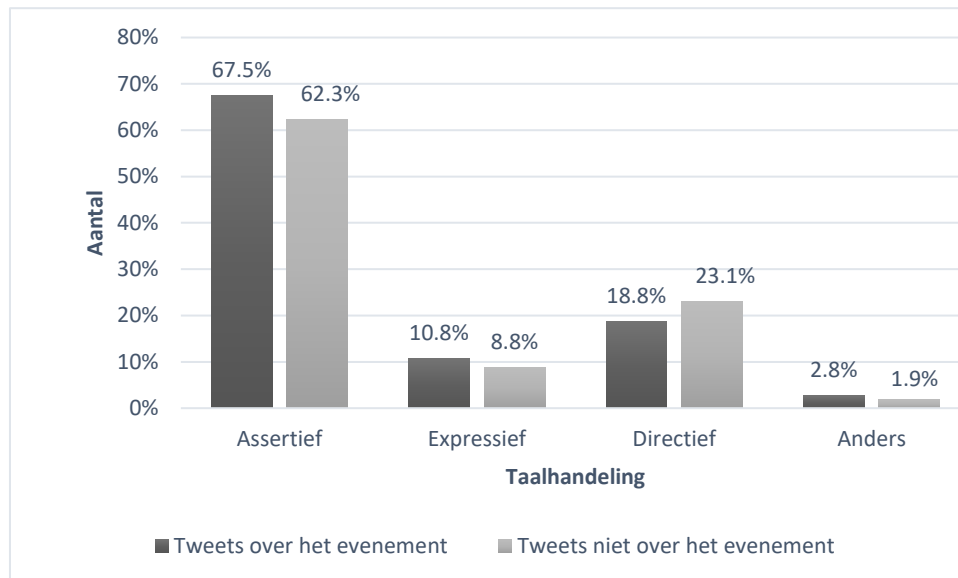
Taalhandeling	Aantal	%
Assertief	1984	67.3
Expressief	309	10.5
Directief	577	19.6
Commissief	37	1.2
Declaratief	5	0.2
Combinatie	36	1.2
Totaal	2948	100

Tabel 3. Een totaaloverzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per taalhandelingsklasse.

Vervolgens is er een onderscheid gemaakt tussen tweets die over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen om te kunnen toetsen of deze groepen significant van elkaar verschillen. Van de overgebleven 2.948 tweets gingen er 2.425 (82.3%) over een van de drie evenementen en 523 (17.7%) niet. Dit verschil is significant, $\chi^2(1) = 1227.138$, $p < .001$. In een piek zijn er dus significant meer tweets die over het evenement gaan dan tweets die niet over het evenement gaan. Dit was ook te verwachten, omdat pieken ontstaan naar aanleiding van een evenement (waarover dus logischerwijs veel getweet wordt).

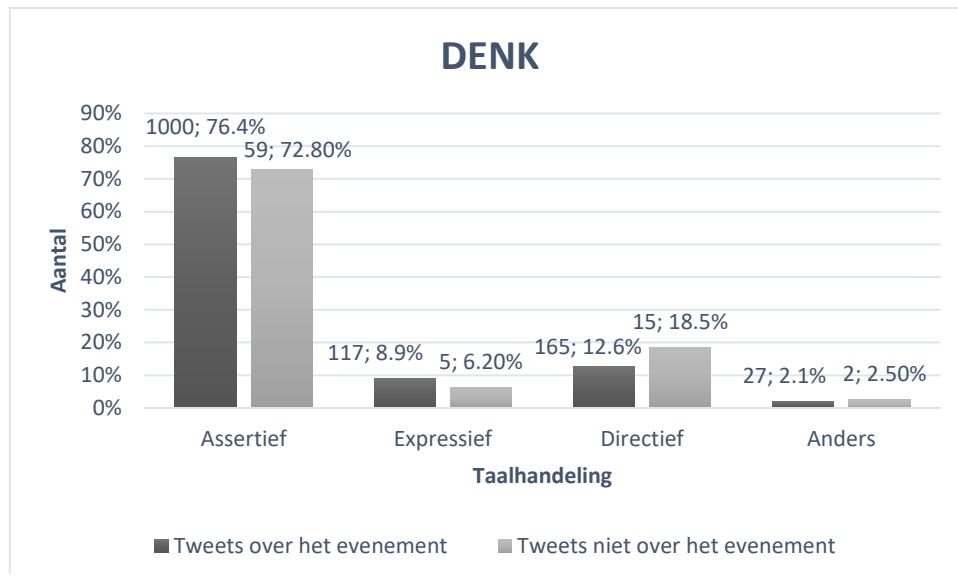
Voor een antwoord op de tweede onderzoeksvraag moest er naar de aantallen per categorie binnen de groepen worden gekeken. Het viel op dat de klasse ‘assertieven’ zowel bij tweets die wel als niet over het evenement gingen een hoog percentage van de klassen taalhandelingen besloeg. De assertieven waren gemiddeld 67.5% van alle taalhandelingen bij tweets die over een evenement gingen en bij tweets die niet over het evenement gingen 62.3%. Verder leek uit figuur 3 de klasse ‘directieven’ op de tweede plek te komen gevolgd door de klasse ‘expressieven’. Het bleek dat de klassen ‘commissieven’, ‘declaratieven’ en ‘combinatie’ nauwelijks voorkwamen (zie tabel 3). Er is voor gekozen de laatstdenoemde drie klassen onder een kopje ‘anders’ samen te voegen. In totaal besloegen deze drie klassen namelijk slechts 2.8% (68) van de tweets over een evenement en 1.9% (10) van de tweets die

niet over een evenement gingen. Door deze drie klassen samen te voegen, kon er uiteindelijk worden voldaan aan de assumpties voor het uitvoeren van de benodigde toetsen (Field, 2013).



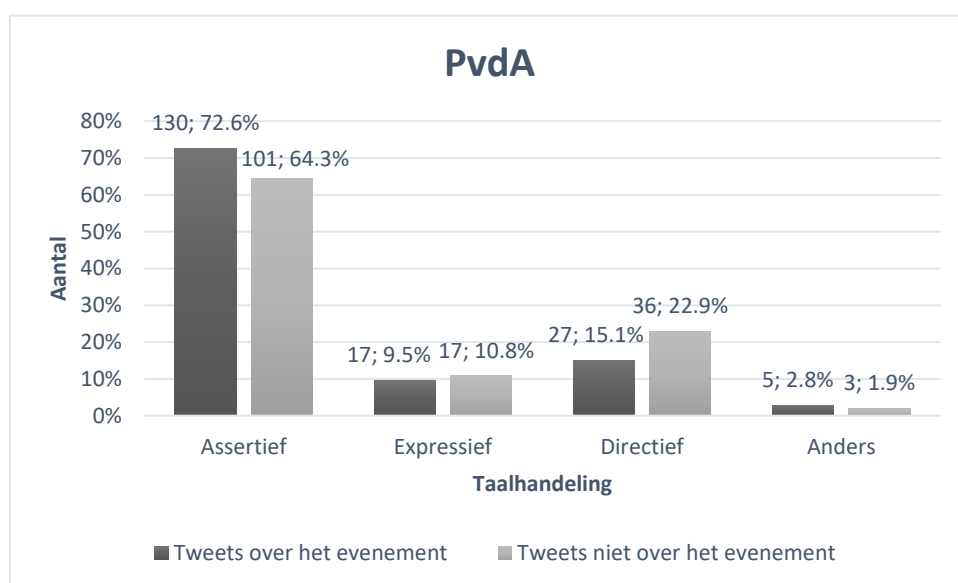
Figuur 3. Een totaaloverzicht van de absolute en relatieve aantallen tweets per categorie taalhandeling verdeeld over tweets die wel en niet over een van de evenementen gingen.

Aanvankelijk leken er tussen de klassen taalhandelingen verdeeld over tweets die wel en niet over het evenement gingen dan weer weinig verschillen te zitten. Uit de Chi-square toets, $\chi^2(3) = 7.266$, $p < .064$, bleek dan ook geen significant verschil tussen categorisatie van de tweets die over een evenement gingen en tweets die niet over een evenement gingen. Om het antwoord op onderzoeksvraag twee beter te kunnen beantwoorden, is ervoor gekozen een onderscheid te maken tussen de pieken van de drie casussen. Op deze manier kon er ook worden getoetst of er een onderscheid tussen de drie pieken bestond betreffende het doel van de tweets. In figuur 4 is de verdeling van de taalhandelingsklassen te zien voor de tweets van 24 december 2016, die over DENK gingen. Van de 2.948 tweets gingen er 1.390 (47.2%) over DENK. Van deze 1.390 tweets gingen er uiteindelijk 1.309 (94.2%) over het evenement – het opstappen van Sylvana Simons – en slechts 81 (5.8%) niet. De verdeling van de klassen taalhandelingen verdeeld in tweets die wel over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen verschildte niet significant van elkaar, $\chi^2(3) = 2.911$, $p = .393$.



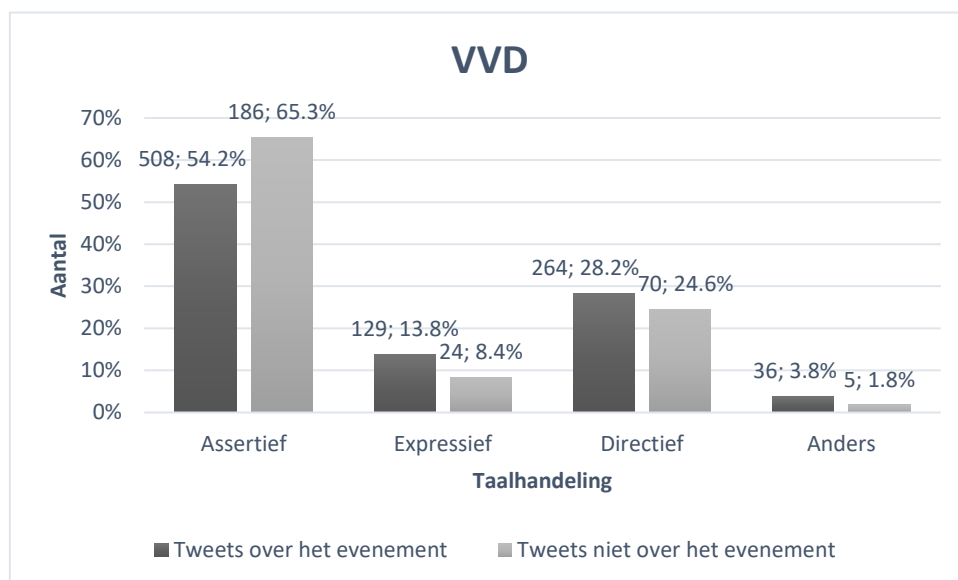
Figuur 4. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie taalhandeling verdeeld over tweets die wel en niet over het evenement van DENK gingen.

In figuur 5 is de verdeling van de taalhandelingsklassen te zien voor de tweets van 12 januari 2017. Deze tweets gingen over de Partij van de Arbeid. Van de in totaal 2.948 tweets gingen er 336 (11.4%) over de PvdA. Van deze 336 tweets gingen er uiteindelijk 179 (53.3%) over Lodewijk Asscher die bij Jinek in de uitzending zou komen of over het nieuws dat PvdA voor minimumtarieven van zzp'ers in specifieke sectoren ging pleiten. De overige 157 (46.7%) tweets gingen hier niet over. Het bleek dat ook hier de verdeling van de klassen taalhandelingen verdeeld in tweets die wel over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen bij de niet significant van elkaar verschilde, $\chi^2(3) = 4.003$, $p = .261$.



Figuur 5. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie taalhandeling verdeeld over tweets die wel en niet over het evenement van de PvdA gingen.

In figuur 6 is de verdeling van de taalhandelingsklassen te zien voor de tweets die over de VVD gingen, verspreid op 26 januari 2017. Van de 2.948 tweets gingen er 1.222 (41.5%) over de VVD. Van deze 1.222 tweets gingen er uiteindelijk 937 (76.7%) over het opstappen van Ard van der Steur en 285 (23.3%) niet. Bij de casus van de VVD bleek er een significant verschil te bestaan tussen de verdeling van de tweets over de taalhandelingsklassen verdeeld over tweets die over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen, $\chi^2(3) = 13.568$, $p = .004$. Het significante resultaat bij de casus van de VVD werd niet veroorzaakt door een verschil in voornamelijk één klasse. Een combinatie van de (niet-significante) verschillen tussen alle klassen taalhandelingen heeft ervoor gezorgd dat er een significant verschil tussen beide groepen ontstond. Er bleken enkel significant minder expressieven te zijn gebruikt dan verwacht bij tweets die niet over het evenement gingen, $p = .023$.



Figuur 6. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie taalhandeling verdeeld over tweets die wel en niet over het evenement van de VVD gingen.

Uiteindelijk werd er dus enkel in de casus van de VVD een significant verschil gevonden tussen de verdelingen van de taalhandelingsklassen tussen tweets die wel en niet over het evenement gingen. Een combinatie van de (niet-significante) verschillen tussen alle klassen taalhandelingen en een significant minder gebruik van expressieven bij tweets die niet over het evenement gingen leidden uiteindelijk tot dit significante verschil. Het lijkt dus dat er geen ondersteuning voor de tweede hypothese is gevonden en dat het doel van de tweets niet anders is bij tweets die binnen een piek over het evenement gaan als het doel van de tweets die binnen deze piek zijn verspreid en niet over het evenement gaan. Echter, in de volgende sectie is er onderzocht of binnen de hierboven onderscheiden klassen een verschil kon worden gevonden

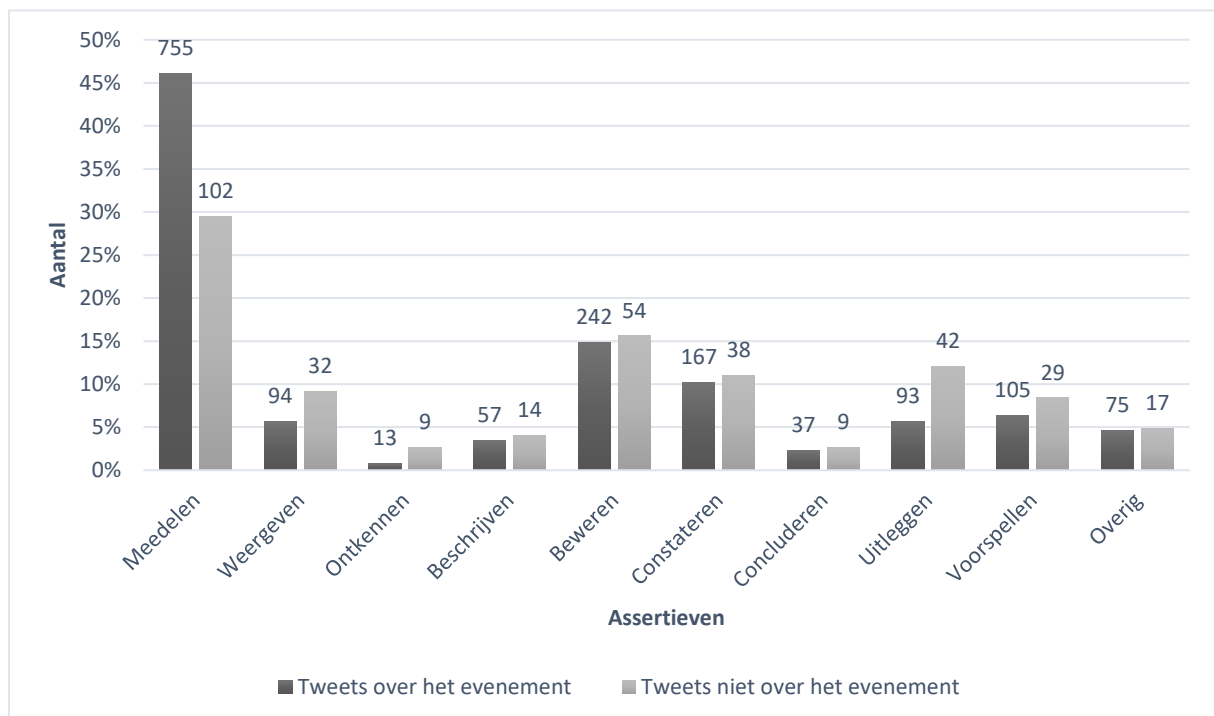
in de onderscheiden categorieën binnen deze klassen. Wellicht is er een verschil tussen de groepen, maar openbaart dit verschil zich pas op een nauwkeuriger niveau.

Tot slot is er voor gekozen om ook de verschillende casussen nog met elkaar te vergelijken om zo een beter inzicht te verkrijgen in de kenmerkende taalhandelingen in de pieken. Zo kon er nauwkeuriger naar de verdeling van de tweets in politieke context worden gekeken en een aanvullend antwoord op de eerste onderzoeksvraag worden geformuleerd. Het bleek dat de casus van DENK zich kenmerkte door de hoge hoeveelheid assertieven, $p < .001$, en de lage hoeveelheid expressieven, $p = .018$, en directieven, $p < .001$, in de tweets over het evenement. De casus van de VVD kenmerkte zich door het omgekeerde: een laag percentage assertieven, $p < .001$, en een hoog percentage expressieven, $p = .003$, en directieven, $p < .001$, in de tweets over het evenement. De casus van de PvdA vertoonde bij de tweets over het evenement geen significante verschillen tussen de frequenties en de verwachte aantallen. Bij de categorie ‘Anders’ werden geen significante verschillen gevonden tussen de verschillende casussen bij de tweets over een van de evenementen. Een mogelijke interpretatie voor het verschil in expressieven tussen de casus van DENK en de VVD is dat Simons vrijwillig is opgestapt en Van der Steur min of meer noodgedwongen. Wellicht werd het optreden van Van der Steur meer als schandaal gezien en daardoor ook vaker negatiever besproken. Dit uit zich dan in de hoeveelheid expressieven. Bij de casus van Simons waren er dan minder van deze negatieve reacties en werd vaker enkel het nieuwsbericht gedeeld (assertief).

Bij de tweets die niet over een van de evenementen gingen, waren er geen significante verschillen tussen de casussen betreffende de verdeling over de taalhandelingsklassen. Hierdoor bleven de verschillen in het totaal (de tweets wel en niet over het evenement per casus bij elkaar genomen) gehandhaafd, omdat er een relatief klein aantal tweets niet over een evenement ging. Enkel de significantie van de expressieven veranderde licht, maar niet noemenswaardig. Hieruit blijkt dat de verdeling van de taalhandelingsklassen in politieke context verschilt tussen de casussen, maar dat er in alle casussen een hoog percentage assertieven is gebruikt en een laag aantal commissieven, declaratieven en combinaties. Verder leken de directieven en expressieven elkaar niet veel te ontlopen, maar leken er iets meer directieven te worden gebruikt in alle afzonderlijke casussen. Een logische verklaring voor de grote hoeveelheid assertieven is dan men enkel het nieuws wil delen met de achterban.

3.1.2 Taalhandelingscategorieën

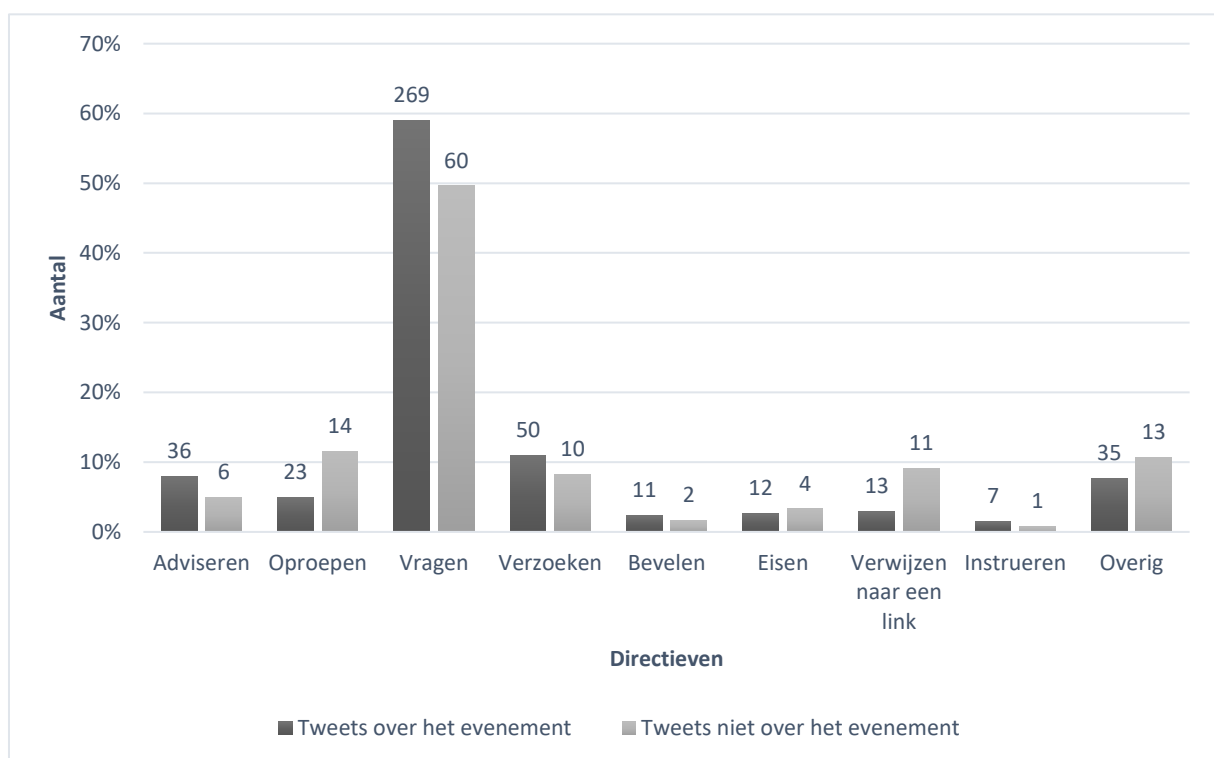
Binnen de verschillende klassen taalhandelingen is er ook gecategoriseerd op verschillende categorieën taalhandelingen. De volledige categorisatie van de taalhandelingen is terug te vinden in tabel 1. Het is mogelijk dat, ondanks de grotendeels niet significante verschillen in de taalhandelingsklassen van de vorige sectie, er wel een significant verschil bestaat als er nauwkeuriger naar de categorieën wordt gekeken binnen deze klassen. Het bleek eerder dat de klassen ‘assertieven’, ‘directieven’ en ‘expressieven’ het meest werden gebruikt. Van de 2.948 tweets vielen er 2.870 (97.4%) in een van deze drie klassen. In deze paragraaf is geprobeerd deze drie klassen op te delen in de verschillende onderscheiden categorieën om te toetsen of er een significant verschil bestond tussen de categorisatie van tweets die over een evenement gingen in vergelijking met de tweets die niet over een evenement gingen. De expressieven bleken uiteindelijk te klein in getale, zodat er niet aan de assumpties voor de Chi-square toets kon worden voldaan en er dus niets nuttigs over de verdeling kon worden gezegd. Aanvankelijk leken er in tegenstelling tot de klassen taalhandelingen, tussen de categorieën taalhandelingen wel verschillen te bestaan (zie figuur 7 en 8). Om te bepalen of deze verschillen significant waren tussen tweets die over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen is er wederom meermaals gebruik gemaakt van een Chi-square toets.



Figuur 7. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie taalhandeling binnen de klasse 'assertieven' verdeeld over tweets die wel en niet over een van de evenementen ging.

De taalhandelingsklasse 'assertieven' was met afstand de meest gebruikte klasse taalhandelingen (1.984, 67.3%). In tabel 8 zijn de verschillende onderscheiden categorieën

taalhandelingen die binnen de klasse ‘assertieven’ vallen weergegeven, verdeeld over tweets die wel over een van de evenementen gingen (1.638, 82.6%) en tweets die dat niet gingen (346, 17.4%). Gezien de verschillen tussen sommige categorieën die zijn weergegeven in figuur 7 leek er een verschil te bestaan tussen de twee groepen. Uit de Chi-square toets bleek de categorisering van de assertieven inderdaad significant te verschillen tussen de tweets die over een van de evenementen gingen en tweets die niet over een van de evenementen gingen, $\chi^2(9) = 52.152$, $p < .001$. De verschillen tussen deze twee groepen zijn vooral ontstaan door de categorieën ‘mededelen’, ‘weergeven’, ‘ontkennen’ en ‘uitleggen’. Het bleek dat bij de tweets die niet over een van de evenementen gingen er minder mededelingen dan verwacht waren, $p < .001$. Er waren bij de tweets die niet over een van de evenementen gingen daarentegen wel meer weergaven, $p = .018$, ontkenningen, $p < .001$, en uitleg, $p < .001$, dan verwacht. In figuur 7 valt vooral het verschil in het aantal mededelingen en uitleg op. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat men bij een evenement vaak al weet wat er is gebeurd, uitleg lijkt hier dus overbodig. Vandaar dat er vaker uitleg wordt gegeven bij tweets die niet over het evenement gaan. Daarentegen is het relatieve aantal mededelingen bij tweets over het evenement wel groter dan bij tweets die niet over het evenement gingen. Dit is te verklaren doordat men het nieuws wil delen met de eigen volgers. Als er geen evenement heeft plaatsgevonden is er ook minder (nieuws) te delen.



Figuur 8. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie taalhandeling binnen de klasse 'directieven' verdeeld over tweets die wel en niet over een van de evenementen ging.

De klasse ‘expressieven’ is geschrapt door een tekort aan frequenties in de onderscheiden categorieën. Er waren 309 (10.5%) expressieven die waren verdeeld in twee groepen: tweets over het evenement en tweets die niet over het evenement gingen. Per groep waren er dertien categorieën, zodoende bleven te veel categorieën met te weinig tellingen over. Tot slot de taalhandelingsklasse ‘directieven’. Deze klasse omvatte 577 (19.6%) tweets. Uit het overzicht in figuur 8 leek ook in deze klasse een verschil te bestaan tussen tweets die wel over een evenement gingen en tweets die dat niet gingen. Dit verschil bleek significant, $\chi^2(8) = 20.420, p = .009$. Bij de tweets die niet over een van de evenementen gingen waren er significant meer oproepen, $p = .014$, en verwijzingen naar een link, $p < .001$, dan verwacht, maar opvallend is het grote aantal vragen bij zowel tweets die wel als niet over het evenement gingen. Volgens Houtkoop-Steenstra en Koole (2000) is de vraag de meest voorkomende directief, dit is dan ook terug te zien in de resultaten. Een andere mogelijke verklaring voor het grote aantal vragen is dat men zich vaak tot social media, in dit geval Twitter, wendt om in hun behoefte aan informatievoorziening te voldoen (Paul, Hong & Chi, 2011) en een vraag is de ultieme mogelijkheid om informatie te vergaren.

Met behulp van de resultaten van de toetsen die op de categorisatie van de tweets zijn uitgevoerd, kon er een voorzichtig positief antwoord worden geformuleerd op de tweede onderzoeksvraag. Er bleek een verschil te bestaan in de verdeling tussen de categorieën taalhandelingen als er een politieke partij buitengewoon veel tweets had en waar de tweets over het evenement gingen in vergelijking met de verdeling in taalhandelingen van de tweets op hetzelfde moment waarbij de tweets niet over het evenement gingen. De categorisering verschilde significant bij de categorieën binnen de taalhandelingsklassen ‘assertieven’ en ‘directieven’. Bij tweets die niet over een evenement gingen was het doel vaker dan verwacht weergeven, ontkennen, uitleggen, oproepen en verwijzen naar een link en juist minder vaak dan verwacht mededelen. Opvallender was echter het grote aantal vragen en mededelingen bij zowel tweets over een evenement als tweets niet over een evenement.

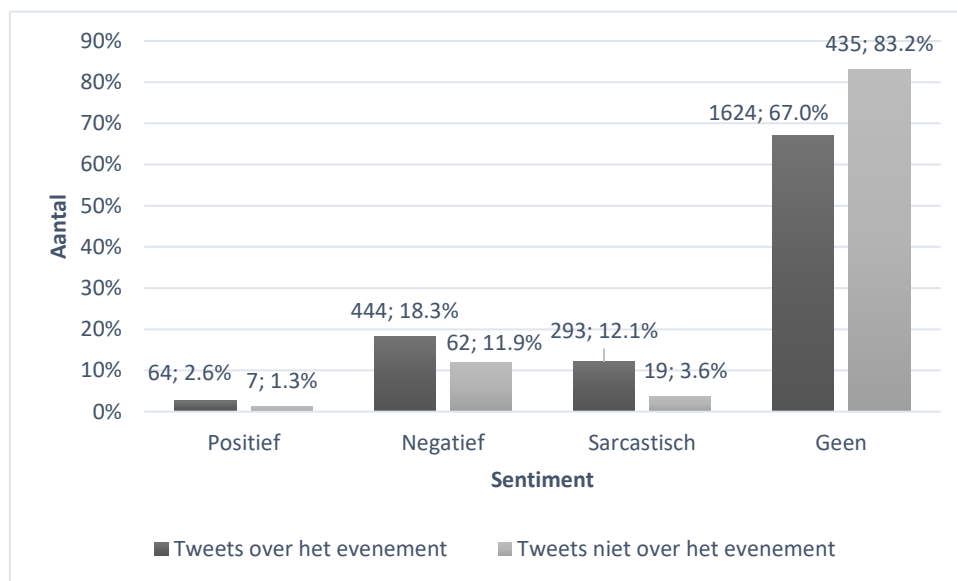
3.2 Sentiment

Om een antwoord te kunnen formuleren op de derde onderzoeksvraag is in tabel 4 een overzicht weergegeven van het sentiment in de politieke tweets. In totaal bevatten 889 van de 2.948 tweets (30.2%) van de tweets sentiment. Hiervan werden de meeste tweets gecategoriseerd als negatief en vervolgens als sarcastisch. Positief sentiment kwam nauwelijks voor. Het verschil tussen de hoeveelheid negatief en positief sentiment is opvallend, maar kan worden verklaard door het feit dat nieuws negatief neigt te zijn (Paulos, 1988; Williams, 2010).

Sentiment	Aantal	%
Positief	71	2.4
Negatief	506	17.2
Sarcastisch	312	10.6
Geen	2059	69.8
Totaal	2948	100

Tabel 4. Een totaaloverzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie sentiment in politieke tweets.

Om de vierde onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, werd er vervolgens een onderscheid gemaakt tussen tweets die niet over het evenement gingen en tweets die wel over het evenement gingen. Ook ditmaal werd de categorie ‘onduidelijk’ buiten beschouwing gelaten. In figuur 9 is een overzicht te zien van het sentiment in alle drie de casussen. Van de tweets die over een evenement gingen, bevatte uiteindelijk 33.0% (801) sentiment en van tweets die niet over een evenement gingen slechts 16.8% (88). Om te bepalen of de verschillen tussen de groepen betreffende sentiment significant waren, is er wederom meermaals gebruik gemaakt van een Chi-square toets.

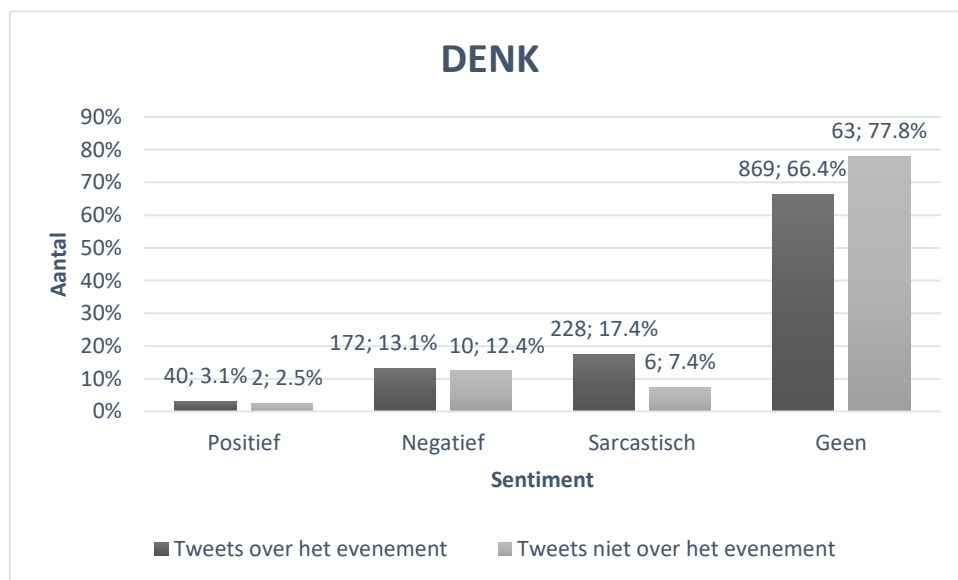


Figuur 9. Een totaaloverzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie sentiment verdeeld over tweets die wel en niet over een van de drie evenementen gingen.

Uit de Chi-square toets bleek een significant verschil tussen de onderscheiden groepen sentiment tussen tweets die over een van de evenementen gingen en tweets die niet over een van de evenementen gingen, $\chi^2(3) = 58.662$, $p < .001$. Er bleek bij tweets die over een van de evenementen gingen significant vaker dan verwacht sprake te zijn van sarcasme, $p = .011$, bij tweets die niet over een van de evenementen gingen bleek er juist significant minder sprake dan verwacht van sarcasme, $p < .001$. Verder bleek er bij de tweets die niet over een van de drie

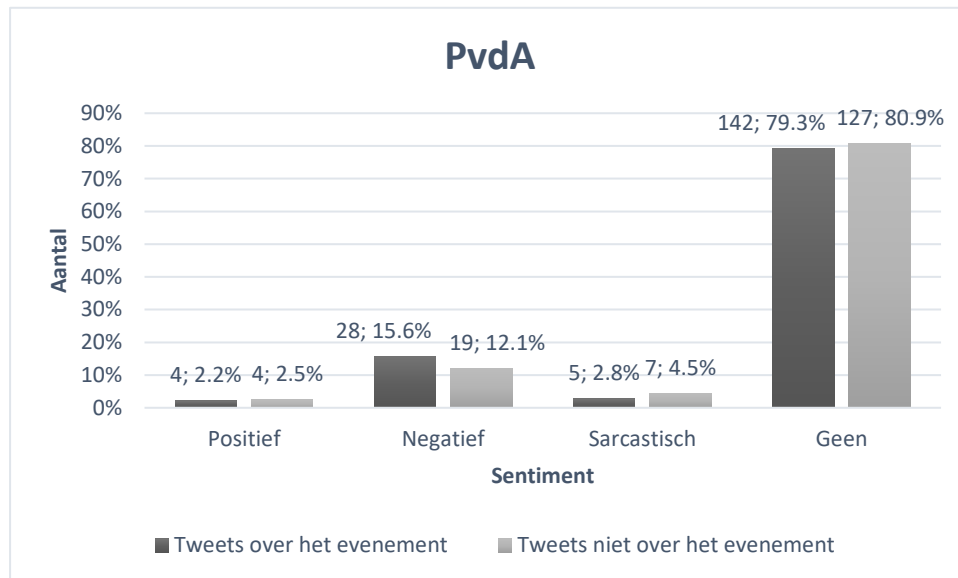
evenementen gingen vaker dan verwacht sprake te zijn van geen sentiment, $p < .001$, en significant minder vaak dan verwacht sprake van negatief sentiment, $p < .001$. Een mogelijke verklaring voor de hogere mate van negatief sentiment en sarcasme in tweets over een evenement is de aanleiding voor het tweeten. Als er wordt getweet naar aanleiding van een evenement, is er iets gebeurd. Hier zal men dan mogelijk eerder een (negatieve) mening over hebben dan wanneer iemand over een politieke partij tweet zonder dat er een gebeurtenis aan vooraf is gegaan.

Om na te gaan of de pieken werden gekenmerkt door verschillende soorten sentiment, zijn de drie casussen opgesplitst. In figuur 10 is een overzicht te zien van het sentiment in de casus van DENK, verdeeld over de drie onderscheiden soorten sentiment en de groep zonder sentiment, en verdeeld over de twee groepen: wel en niet over het evenement. Er leek een verschil tussen de twee groepen te bestaan op het gebied van sarcasme. Tweets over het evenement leken vaker sarcastisch dan tweets die niet over het evenement gingen, maar uit de Chi-square toets bleek dat het verschil tussen de onderscheiden groepen sentiment tussen tweets die over het evenement van DENK gingen en tweets die niet over het evenement van DENK gingen niet significant was, $\chi^2(3) = 6.140$, $p = .101$. Hoewel dit verschil in zijn geheel niet significant was, bleek het verschil in de mate van sarcasme wel significant, $p = .018$.



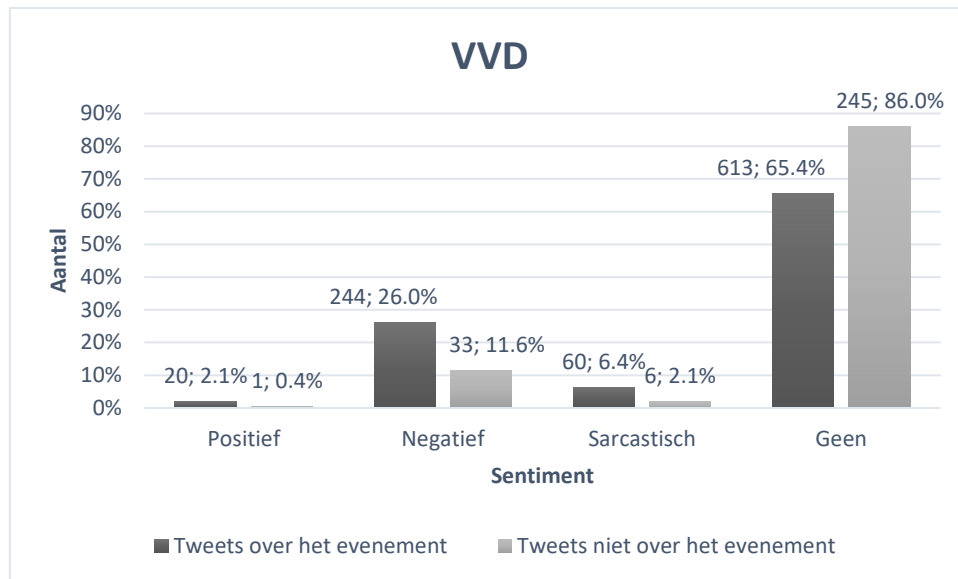
Figuur 10. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie sentiment verdeeld over tweets die wel en niet over het evenement van DENK gingen.

In figuur 11 is een overzicht weergegeven van de casus van de PvdA. Er leek iets meer sprake te zijn van negatief sentiment bij tweets die over het evenement gingen, maar in deze casus bleek er geen significant verschil tussen tweets die over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen tussen de onderscheiden categorieën sentiment, $\chi^2(3) = 1.459$, $p = .697$.



Figuur 11. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie sentiment verdeeld over tweets die wel en niet over het evenement van de Partij van de Arbeid gingen.

Tot slot is in figuur 12 het overzicht van de casus van de VVD getoond. Opvallend was de mate van negatief sentiment in de tweets die over het evenement gingen. Verder waren er evenals bij de casus van DENK en de PvdA een klein aantal positieve tweets in beide groepen. Ook leek er weinig verschil tussen beide groepen op het gebied van sarcasme. Bij de casus van de VVD bleek er, in tegenstelling tot de andere twee casussen, wel een significant verschil, $\chi^2(3) = 44.818$, $p < .001$. Er was significant meer sprake dan verwacht van negatief sentiment bij tweets die over het evenement gingen, $p = .018$, en significant minder sprake dan verwacht van negatief sentiment bij tweets die niet over het evenement gingen, $p < .001$. Verder bleek er bij tweets die niet over het evenement gingen significant meer dan verwacht sprake te zijn van geen sentiment, $p < .001$, en juist significant minder dan verwacht van sarcasme, $p = .008$.



Figuur 12. Een overzicht van de relatieve en absolute aantallen tweets per categorie sentiment verdeeld over tweets die wel en niet over het evenement van de VVD gingen.

Er bleek bij tweets die over een van de evenementen gingen significant vaker dan verwacht sprake te zijn van sarcasme en bij tweets die niet over een van de evenementen gingen juist significant minder sprake dan verwacht van sarcasme. Verder bleek er dus bij de tweets die niet over een van de drie evenementen gingen vaker dan verwacht sprake te zijn van geen sentiment en significant minder vaak dan verwacht sprake van negatief sentiment. Na de casussen apart te hebben geanalyseerd bleek er ook tussen de casussen verschillen te bestaan. In de casus van DENK was er een verschil in de mate van sarcasme, in de casus van de PvdA bleek er geen verschil en in de casus van de VVD openbaarde het verschil zich vooral in de negatieve tweets. De mate van sarcasme in de casus van DENK zal te maken hebben met de visie van de deelnemers aan het politieke debat op Twitter op Simons. Het werd als belachelijk ervaren dat ze plotseling Artikel1 op ging richten en wegging bij DENK. Bij de casus van de VVD was het vooral een negatieve sfeer over Van der Steur, die volgens de gebruikers dingen heeft gedaan in de bonnetjesaffaire die niet door de beugel kunnen. Dit uit zich in het sentiment. De algemene trend is dus dat tweets over een evenement over het algemeen vaker sarcasme bevatten, maar bij het analyseren van een enkele piek kan deze trend soms niet gedetecteerd worden.

Tot slot de vijfde onderzoeksvraag en hypothese: Gaat een evenement dat meer gekarakteriseerd wordt in termen van sentiment, gepaard met een hogere mate van expressieve taalhandelingen in de tweets in de piek die over het desbetreffende evenement? In de casus van DENK bevatte 32.9% (458) van de tweets sentiment, in de casus van de VVD 29.8% (364) en in die van de PvdA 20,5% (69). Uit de Chi-square toets bleek dat dit verschil tussen de mate

van sentiment tussen de casussen significant was, $\chi^2(2) = 38.223$, $p < .001$. De expressieven bedroegen in de casus van DENK 8.9% (117), in de casus van de VVD 13.8% (129) en in die van de PvdA 9.5% (17). Ook dit verschil bleek significant te zijn, $\chi^2(2) = 13.535$, $p = .001$. Het bleek daarentegen niet dat een evenement dat meer gekarakteriseerd is in termen van sentiment, gepaard gaat met een hogere mate van expressieve taalhandelingen in de tweets in de piek die over het desbetreffende evenement gaat. Er bestond dus geen correlatie tussen de mate van sentiment en expressieve taalhandelingen. Hypothese 5 werd dus niet ondersteund. De verklaring hiervoor kan worden gezocht in de manier van categoriseren. Er waren veel tweets in het corpus waarbij het delen van informatie de belangrijkste functie was, maar waar er ook een hashtag, smiley of andere expressieve indicator was. Deze tweets hadden als belangrijkste functie informatie delen en zijn zodoende ingedeeld in de groep 'assertieven'. Daarentegen zijn ze wel meegenomen in de sentimentanalyse. Dit heeft tot gevolg gehad dat er geen correlatie kon worden gevonden tussen de mate van sentiment en expressieve taalhandelingen.

4. Conclusie

4.1 Politieke tweets

Het percentage assertieven dat in de geannoteerde politieke tweets voorkwam bleek hoog en het aantal commissieven, declaratieven en combinaties is juist laag. Verder leken de directieven iets vaker te worden ingezet dan expressieven. Uit de vergelijking tussen de drie casussen bleek dat de casus van DENK zich kenmerkte door de hoge hoeveelheid assertieven, $p < .001$, en de lage hoeveelheid expressieven, $p = .018$, en directieven, $p < .001$, in de tweets over het evenement. De casus van de VVD kenmerkte zich door het omgekeerde: een laag percentage assertieven, $p < .001$, en een hoog percentage expressieven, $p = .003$, en directieven, $p < .001$, in de tweets over het evenement. Bij de tweets die niet over een van de evenementen gingen, werden geen significante verschillen gevonden tussen de casussen betreffende de verdeling van de taalhandelingsklassen.

4.2 Pieken

Uit de resultaten kwam naar voren dat er in een piek een significant verschil bestond tussen tweets die over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement gingen. Er waren meer tweets wel over het evenement gingen. Dit werd ook verwacht, omdat pieken een aanleiding hebben. De aanleiding was van invloed op de verdeling. Bij een duidelijkere aanleiding bleek er ook een groter verschil te bestaan tussen de twee groepen tweets. Zo was er bij de piek van de PvdA een minder duidelijker aanleiding voor de piek dan bij de piek van DENK en de piek van de VVD. Dit resulteerde bij de casus van de PvdA dan ook in twee groepen die dichter bij elkaar lagen. Desondanks waren er ook in deze piek meer tweets die over het evenement gingen dan tweets die dat niet gingen.

4.3 Taalhandelingen

De resultaten van de categorisatie van de taalhandelingen lieten in eerste instantie zien dat er meer gebruik werd gemaakt van assertieven dan van alle andere categorieën. Dit was het geval bij zowel tweets die over het evenement gingen als tweets die niet over het evenement gingen. De assertieven werden gevolgd door de klasse ‘directieven’ en vervolgens door de klasse ‘expressieven’. Het bleek dat de klassen ‘commissieven’, ‘declaratieven’ en ‘combinatie’ nauwelijks voorkwamen. De verdeling van de klassen taalhandelingen verdeeld in tweets die wel over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement bleken niet significant van elkaar te verschillen. Van de drie casussen bleek enkel bij de casus van de VVD een significant verschil te bestaan tussen de verdeling van de tweets over de taalhandelingsklassen verdeeld over tweets die over het evenement gingen en tweets die niet over het evenement

gingen. Dit verschil werd veroorzaakt door een combinatie van kleine verschillen, er bleken enkel significant minder expressieven te zijn gebruikt dan verwacht bij tweets die niet over het evenement gingen.

Om nader te onderzoeken welke taalhandelingen tweets in pieken kenmerkten en of er toch nog een onderscheid te maken was betreffende het doel van de tweets tussen tweets over een van de evenementen en de tweets die niet over een van de evenementen gingen, is er vervolgens ingezoomd op de onderscheiden categorieën binnen de taalhandelingsklassen. Hiervoor zijn de onderscheiden categorieën binnen de drie meest voorkomende klassen – assertieven, directieven en expressieven – bestudeerd. De onderscheiden categorieën expressieven bleken niet te kunnen worden getoets. De categorisering van assertieven en directieven bleek significant te verschillen bij de categorieën binnen deze taalhandelingsklassen. Het doel van de tweets bleek anders te zijn bij de tweets die binnen een piek over het evenement gingen als het doel van de tweets die binnen deze piek zijn verspreid en niet over het evenement gingen. Bij tweets die niet over een evenement gingen was het doel vaker dan verwacht weergeven, ontkennen, uitleggen, oproepen en verwijzen naar een link en juist minder vaak dan verwacht mededelen. Opvallender was daarentegen het hoge aantal mededelingen bij de assertieven en het hoge aantal vragen bij de directieven. De openbaring dat deze twee categorieën veel vaker dan andere categorieën voorkomen is wellicht opvallender dan de kleine verschillen die uiteindelijk een significant verschil tot gevolg hadden. Het lijkt dan ook niet heel veel uit te maken of mensen in het algemeen over politiek tweeten of naar aanleiding van een evenement betreffende de categorisering van de taalhandelingen.

4.4 Sentiment

Er bleek een significant verschil tussen de onderscheiden groepen sentiment tussen tweets die over een van de evenementen gingen en tweets die niet over een van de evenementen gingen. Er bleek bij tweets die over een van de evenementen gingen significant vaker dan verwacht sprake te zijn van sarcasme, terwijl er bij tweets die niet over een van de evenementen gingen juist significant minder dan verwacht sprake was van sarcasme. Verder bleek er bij de tweets die niet over een van de drie evenementen gingen vaker dan verwacht sprake te zijn van geen sentiment en significant minder vaak dan verwacht sprake van negatief sentiment. Om na te gaan of de pieken ook afzonderlijk werden gekenmerkt door verschillende soorten sentiment, werden de drie casussen opgesplitst. In de casus van DENK was er een verschil in de mate van sarcasme, in de casus van de PvdA bleek er geen verschil in het sentiment tussen de groepen en in de casus van de VVD openbaarde het verschil zich vooral in de negatieve tweets.

Het bleek dat de casus van de VVD werd gekenmerkt door negatief sentiment. De mate van negatief sentiment was bij de tweets over het evenement van de VVD significant hoger dan verwacht, terwijl deze bij de tweets over het evenement van DENK juist significant lager waren dan verwacht. De mate van negatief sentiment bij de casus van de PvdA verschilde niet significant met de mate van negatief sentiment in de andere casussen. Het bleek dus dat de piek naar aanleiding van een schandaal (VVD) meer negatieve tweets bevatte dan de pieken naar aanleiding van de evenementen waarbij het van de politieke voorkeur afhing of het evenement positief of negatief werd gewaardeerd, maar voor hypothese vijf kon geen bewijs worden gevonden. Het bleek niet dat een evenement dat meer gekarakteriseerd werd in termen van sentiment, gepaard ging met een hogere mate van expressieve taalhandelingen in de tweets in de piek die over het desbetreffende evenement gaat.

5. Discussie

5.1 Mogelijke verklaringen

De resultaten van het huidige onderzoek zijn deels te verklaren aan de hand van het eerder geschetste theoretisch kader. Echter, sommige verwachtingen zijn niet volledig uitgekomen. Hier zijn dus mogelijk ook andere factoren van invloed. Het is gebleken dat er in een piek significant meer tweets over het evenement gaan dan tweets die niet over het evenement gaan. Dit werd aanvankelijk ook verwacht, omdat er meestal kan worden aangenomen dat het evenement de reden van het verhoogde aantal tweets is. Logischerwijs zouden dan ongeveer het aantal tweets dat de politieke partij meer dan gewoonlijk heeft over het evenement gaan.

Vervolgens werd er naar het doel van de tweets gekeken. De onderscheiden klassen bleken niet significant te verschillen tussen tweets die niet over een evenement gingen en tweets die dat wel gingen. Er was wel een verschil verwacht. Later bleek dit verschil er toch te zijn, maar hiervoor moest er worden ingezoomd op de onderscheiden categorieën binnen de klassen. Een mogelijkheid voor de afwezigheid van een verschil in de klassen komt wellicht door het doel waarmee men Twitter gebruikt. Men Twittert voornamelijk berichten over alledaagse zaken, berichten waarbij er een vorm van interactie tussen gebruikers plaatsvindt, berichten waarin een hyperlink is geplaatst die naar een andere website doorlinkt en berichten die nieuwswaardige informatie over een recente gebeurtenis bevatten (Java et al., 2007). Twitter wordt dus voornamelijk gebruikt om informatie te verschaffen. Bij assertieven is het doel van de berichtgever om iemand op de hoogte te stellen of te informeren. De afwezigheid van een verschil is dus mogelijk te verklaren doordat ‘assertieven’ op Twitter sowieso al heel vaak voorkomen. Hierdoor kan er sprake zijn van een plafondeffect. Doordat er al heel veel assertieven worden gebruikt, ongeacht of er sprake is van een evenement of niet, is een verhoging moeilijk te meten. Het kleine verschil dat er zat in de mate van assertieven tussen de tweets over een evenement en tweets niet over een evenement, bleek niet significant.

Daarna is er binnen de klassen gekeken naar welke categorieën dan het meest worden gebruikt. Hier was voor gekozen omdat elke klasse bepaalde regels en condities vervult door uit te gaan van de overeenkomsten tussen alle afzonderlijke taalhandelingen (Searle, 1969; 1976). Deze afzonderlijke categorieën zijn onderscheiden. Zo is een directief een poging van de spreker om de hoorder ertoe te brengen iets te doen of te laten, maar de spreker kan dit uiteraard meer of minder dwingend doen door te commanderen dan wel te verzoeken (Houtkoop-Steenstra & Koole, 2000). Tweets die niet over een evenement gingen waren significant minder vaak mededelingen dan tweets die wel over een evenement gingen. Een mogelijke verklaring

hiervoor is dat men graag het evenement met anderen wil delen. Andere onderdelen die onder de klasse ‘assertieven’ vielen waren weergeven, ontkennen, uitleggen, oproepen en verwijzen naar een link. Dit werd dan weer vaker gedaan bij tweets die niet over een evenement gingen. Het lijkt erop dat als er een evenement heeft plaatsgevonden, men het nieuws slechts met anderen deelt. Bij tweets die niet over een evenement gingen wilde de berichtgever vaker iemand op de hoogte stellen van de eigen visie op een politieke partij. Op deze manier blijft de mate van assertieven bij de twee groepen bij elkaar in de buurt, maar is het doel van de tweets wel degelijk anders.

Verder viel hier op dat er binnen de assertieven veel gebruik werd gemaakt van de categorie ‘mededeling’ en binnen de directieven van de categorie ‘vraag’. Het overmatige gebruik van de categorie ‘mededeling’ kan deels verklaard worden door de mate van categoriseren. Vaak werd er een (nieuws)bericht geretweet, maar werd er kort een smiley of hashtag toegevoegd waaruit toch de visie van de berichtgever bleek. Bij deze tweets was het hoofddoel mededelen en daarom zijn deze tweets ook als zodanig gecategoriseerd. Daarnaast zijn ze meegenomen als zijnde sentimentbevattende tweets. Dit kan een iets hogere mate van mededelingen verklaren, maar het lijkt ook dat men, als er een evenement heeft plaatsgevonden, het nieuws graag wil delen met de eigen volgers. Het aantal vragen binnen de directieven is eenvoudig te verklaren. Volgens Houtkoop-Steenstra en Koole (2000) is de vraag namelijk de meest voorkomende directief. Daarnaast richt men zich vaak tot social media, in dit geval Twitter, om in hun behoefte aan informatievoorziening te voldoen (Paul, Hong & Chi, 2011) en een vraag is de ultieme mogelijkheid om informatie te vergaren.

Uit de resultaten over het sentiment bleek dat er bij tweets die over een van de evenementen gingen significant vaker dan verwacht sprake was van sarcasme. Verder viel het op dat er bij tweets die niet over een van de evenementen gingen minder vaak gebruik werd gemaakt van negatief sentiment. Het is niet vreemd dat men in pieken over het algemeen negatiever is, omdat nieuws negatief neigt te zijn (Paulos, 1988; Williams, 2010). Dit is een mogelijke verklaring voor de positieve expressies in de niet-pieken en de afwezigheid van een verschil in positief sentiment tussen tweets over een evenement en tweets die niet over een evenement gingen.

Verder bleek dat er bij tweets over een van de evenementen significant vaker dan verwacht gebruik werd gemaakt van sarcasme. Een mogelijke verklaring voor de mate van sarcasme is het gemak ervan. Sarcasme wordt meestal gebezigd door berichtgevers die negatieve gevoelens hebben ten aanzien van de politicus of politieke partij en de aanhangers

hiervan (Hagemann, 2003). Een sarcastische reactie voorkomt de moeite van het voeren van een echte discussie. Wellicht willen de berichtgevers laten zien dat ze het oneens zijn met de politicus of politieke partij, maar willen ze geen echte discussie met goede argumenten voeren en enkel hun visie overbrengen. Het zou dan dus worden gebruikt ter zelfbescherming en voor het neersabelen van de opponenten. Daarnaast is het moeilijk verdedigen tegen sarcasme.

Tot slot werd er getoetst of een evenement dat meer gekarakteriseerd werd in termen van sentiment, gepaard ging met een hogere mate van expressieve taalhandelingen in de tweets in de piek die over het desbetreffende evenement gingen. Dit bleek niet zo te zijn. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat het sentiment werd verpakt waardoor het doel van de tweet tweeledig werd of waardoor het doel van de tweet niet het uiten van dit sentiment was. Een voorbeeld hiervan is als er een blij smiley, een opgestoken duim of een hashtag met een positief woord achter een mededeling zou staan. In zulke gevallen is de tweet als mededeling gecategoriseerd, maar werd er wel een positief sentiment aan gekoppeld. Het is aannemelijk dat de verdeling scheef is gaan lopen doordat het voornaamste doel van een tweet niet altijd het uiten van een expressie is als er sentiment in de tweet is.

5.2 Beperkingen huidig onderzoek

Het onderzoek is over het algemeen naar tevredenheid van de onderzoeker uitgevoerd. Er zijn sterke punten, zoals de omvang en breedte van het corpus; de combinatie van de taalhandelingstheorie en Twitter, wat het mogelijk maakt de uitingen met zo min mogelijk context te analyseren; de onderscheiden soorten sentiment en categorieën taalhandelingen; en het moment waarop dit onderzoek is uitgevoerd. Toch zijn er ook beperkingen en soms liggen de sterke punten eraan ten grondslag. Door de omvang van het corpus was het niet mogelijk om heel uitgebreid op individuele zaken in te gaan, terwijl dit in sommige gevallen wellicht interessant had kunnen zijn. Ondanks het grote corpus is slechts een deel van alle tweets in de drie casussen gecategoriseerd. Bij een volledige annotatie waren de resultaten betrouwbaarder geweest. De afweging tussen individuele zaken analyseren en zo veel mogelijk tweets annoteren zal immer een (onderbouwde) keuze blijven van de onderzoeker en daarom een beperking dan wel een sterk punt van het onderzoek zijn.

Een andere beperking was de categorisatie van de taalhandelingen. Er was uiteindelijk toch een onvermijdelijke combinatiecategorie waarbij er sprake was van meerdere gelijkwaardige doelen. Ook bleven er af en toe moeilijk in te delen tweets over. Tot slot moesten er drie categorieën samen worden gevoegd om de toets uit te kunnen voeren. Om het probleem van de samengevoegde categorieën te voorkomen, moet er een groter corpus worden

geanalyseerd. De andere twee moeilijkheden duiden op een categorisatiemodel dat nog niet optimaal werkt, of niet optimaal werkt in het onderzoeksgebied waarin het huidige onderzoek werd uitgevoerd. De twijfelgevallen zijn zo consequent mogelijk ingedeeld, maar voor een betrouwbaarder resultaat zou een verbeterd model nodig zijn. De comparatieve werkwijze die in het huidige onderzoek is gehanteerd, maakt idiosyncrasieën in de analyses niet minder erg, maar ze beïnvloeden het antwoord op de onderzoeksvraag wel minder dan bij een onderzoek zonder comparatieve werkwijze (Reijmers, 2016). De vergelijking tussen tweets over een evenement en tweets die niet over een evenement gingen is minimaal vertroebeld door de comparatieve werkwijze enerzijds en de consequentie bij de twijfelgevallen anderzijds. Een tweede codeur had de betrouwbaarheid van het onderzoek wellicht nog verder kunnen vergroten.

5.3 Suggesties voor vervolgonderzoek

Vervolgonderzoek kan worden gericht op het ontwerpen van een beter model voor het onderzoeken van het doel van tweets; om te achterhalen wat men doet op Twitter. Er is weinig onderzoek gedaan naar wat mensen doen op Twitter. Wat wil men bereiken met hun bijdrage? Hier zou een model voor kunnen worden ontworpen zodat er nauwkeuriger onderzoek kan worden gedaan. Voor het huidige onderzoeksgebied zou er dan een model moeten komen dat gericht is op de politieke context, maar ook in het algemeen is zo'n model niet aanwezig. De taalhandelingstheorie lijkt een goede basis te bieden voor een mogelijk model, maar er waren categorieën die samen moesten worden gevoegd. Dit zou kunnen worden opgelost door een groter corpus, maar ook door een andere categorisatie. De andere zaken waar het toekomstige model aandacht aan zou moeten besteden zijn: tweets met meerdere doelen en tweets die lastig zijn in te delen in de huidig gehanteerde categorieën. Een andere mogelijkheid voor vervolgonderzoek is om de tweets kwalitatief te bekijken. Op deze manier kan er ook worden bijgedragen aan een toekomstig model. Een unaniem gehanteerd model biedt ook de mogelijkheid om in de toekomst verschillende studies met elkaar te vergelijken.

In het huidige onderzoek is er een vergelijking gemaakt tussen tweets die op een dag van een piek niet over het evenement gingen en wel over het evenement gingen. Het huidige onderzoek zou nogmaals kunnen worden uitgevoerd met een ander corpus, met andere pieken. Hier zou eventueel een tweede codeur kunnen worden ingezet voor het verhogen van de betrouwbaarheid, maar op deze manier kan er ook worden gekeken of de gevonden resultaten niet enkel toevallig in het huidige corpus voorkwamen. Er zou dan kunnen worden onderzocht of er in alle pieken gemiddeld meer sprake is van sarcasme en mededelingen. Ook zou er een

vergelijking kunnen worden gemaakt met willekeurige andere dagen van een politieke partij in plaats van de tweets te gebruiken die op de dag van een piek zijn verspreid, maar niet over het evenement gingen. Er wordt dan een volledige piek afgezet tegen een willekeurige andere dag. Wellicht komen er dan andere, eventueel verrassende andere resultaten naar voren.

5.4 Slot

Er is geprobeerd een overzicht te maken over wat mensen doen in politieke tweets en welk sentiment hiermee gepaard gaat. Hierbinnen is er nog een onderscheid gemaakt tussen tweets die in een piek naar aanleiding van een evenement zijn verstuurd en tweets die niet naar aanleiding van een evenement zijn verstuurd. De verschillen tussen tweets in pieken die wel en niet over het evenement gaan die de piek hebben veroorzaakt zijn geprobeerd te verklaren. Het huidige onderzoek biedt een uitstekend uitgangspunt voor vervolgonderzoek dat een model wil opstellen waarin goed gecategoriseerd kan worden wat het doel van tweets is. Dan gaat het met name om tweets die over een politicus of politieke partij gaan.

Het huidige onderzoek is een exploratief onderzoek geweest. Ook het kijken naar pieken in politieke context was nieuw. Het kan de moeite lonen om naar de effecten van de inhoud te kijken zoals Kruikemeier et al. (2015) al beweerden. Als er een duidelijk beeld kan worden geschetst van de effecten die een bepaald evenement teweeg brengen, kunnen pieken in de toekomst (wellicht meer) als strategisch middel worden gebruikt.

6. Literatuur

- Abels, R. (2010, 31 mei). Twitter maakt een mens van de politicus. Geraadpleegd van <https://www.trouw.nl/home/twitter-maakt-een-mens-van-de-politicus~ae4b5cf9/>.
- Adedoyin-Olowe, M., Gaber, M. M., Dancausa, C. M., Stahl, F., & Gomes, J. B. (2016). A rule dynamics approach to event detection in Twitter with its application to sports and politics. *Expert Systems with Applications*, 55, 351-360.
- Aelen, P. (2014, 18 september). Microblogging. Geraadpleegd van <https://www.ensie.nl/paul-aelen/microblogging>.
- Aggelen, L. van (2010). *Twitteren: De hond uitlaten kan ook*. Antwerpen: White Elephant Publishing.
- Allan, J. (2002). Introduction to topic detection and tracking. In *Topic detection and tracking* (pp. 1–16). Springer.
- An, J., Cha, M., Gummadi, K., & Crowcroft, J. (2011). Media landscape in Twitter: A world of new conventions and political diversity.
- Appel, R., Hubers, G., Meijers, G. (1979). *Sociolinguïstiek*. Utrecht: Het Spectrum.
- Archer, D., & Grundy, P. (Eds.). (2011). *The pragmatics reader*. Routledge.
- Ausserhofer, J., & Maireder, A. (2013). National politics on Twitter: Structures and topics of a networked public sphere. *Information, Communication & Society*, 16(3), 291-314.
- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things With Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bahara, H., Ezzeroili, N. (2016, 24 december). Sylvana Simons verlaat Denk en begint nieuwe partij. Geraadpleegd van <http://www.volkskrant.nl/politiek/sylvana-simons-verlaat-denk-en-begint-nieuwe-partij~a4439257/>.
- Berger, J., Sorensen, A. T., & Rasmussen, S. J. (2010). Positive effects of negative publicity: When negative reviews increase sales. *Marketing Science*, 29(5), 815-827.
- Bighelaar, van den S., & Akkermans, M. (2013). Gebruik en gebruikers van sociale media. *The Hague: Centraal Bureau voor de Statistiek*.
- Bruns, A., & Burgess, J. (2011). # ausvotes: How Twitter covered the 2010 Australian federal election. *Communication, Politics & Culture*, 44(2), 37.

- CBS (2016, 3 Juni) → Acht procent van de Nederlanders nooit op internet. Geraadpleegd van: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/22/acht-procent-van-de-nederlanders-nooit-op-internet>
- Chu, Z., Gianvecchio, S., Wang, H., & Jajodia, S. (2010). Who is tweeting on Twitter: human, bot, or cyborg?. In *Proceedings of the 26th annual computer security applications conference* (pp. 21-30). ACM.
- Chung, J. E., & Mustafaraj, E. (2011, August). Can collective sentiment expressed on twitter predict political elections?. In *AAAI* (Vol. 11, pp. 1770-1771).
- De doofpot in de bonnetjesaffaire. (2017, 23 januari). Geraadpleegd van <http://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2154525-de-doofpot-in-de-bonnetjesaffaire.html>.
- Edwards, J. (2016, 2 februari). Leaked Twitter API data shows the number of tweets is in serious decline. Geraadpleegd van <http://www.businessinsider.com/tweets-on-twitter-is-in-serious-decline-2016-2?international=true&r=US&IR=T>
- Eltantawy, N., & Wiest, J. B. (2011). The Arab spring| Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication*, 5, 18.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.
- Gainous, J., & Wagner, K. M. (2014). *Tweeting to power: The social media revolution in American politics*. Oxford University Press.
- Gary, J. L. (2015). Social media: how to use it effectively. *Journal of orthopaedic trauma*, 29, S5-S8.
- Gloudemans, E. (2012, 26 november). 5 redenen waarom ik twitter en nog 20 andere redenen om te twitteren. Geraadpleegd van <http://www.kispi.nl/5-redenen-waarom-ik-twitter-en-nog-20-andere-redenen-om-te-twitteren>.
- Go, A., Bhayani, R., & Huang, L. (2009). Twitter sentiment classification using distant supervision. *CS224N Project Report, Stanford*, 1(12).
- Graham, T., Jackson, D. & Broersma, M. (2014). New platform, old habits? Candidates' use of Twitter during the 2010 British and Dutch general election campaigns. *New Media & Society*, doi: 1461444814546728.

- Haenlein, M. & Kaplan, A.M. (2011). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Parijs: Business Horizons.
- Hagemann, C. P. (2003). Complotten, sarcasme en bevestiging van eigen identiteit. Analyse van een Usenet nieuwsgroep over de moord op Pim Fortuyn. *Amsterdams sociologisch tijdschrift*, 30(1-2), 110-139.
- Heerschap, N. & Van Velzen, M. (2011). Sociale media: belang, definitie en (interne) bronnen. Eerste mijlpaal. CBS, Den Haag/Heerlen.
- Houtkoop-Steenstra, H., & Koole, T. (2000). *Taal in actie : Hoe mensen communiceren met taal*. Bussum: Coutinho.
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007). Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. In *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis* (pp. 56-65). ACM.
- Jürgens, P., & Jungherr, A. (2011). Wahlkampf vom Sofa aus: Twitter im Bundestagswahlkampf 2009. In *Das Internet im Wahlkampf* (pp. 201-225). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kim, S. M., & Hovy, E. (2004, August). Determining the sentiment of opinions. In *Proceedings of the 20th international conference on Computational Linguistics* (p. 1367). Association for Computational Linguistics.
- Kolk, van de T. (2016, 21 maart). Tien jaar Twitter: de tijdlijn van een tobkend techbedrijf. Geraadpleegd van <http://www.volkskrant.nl/media/tien-jaar-twitter-de-tijdlijn-van-een-tobkend-techbedrijf~a4267244/>.
- Kruikemeier, S. (2014). How political candidates use Twitter and the impact on votes. *Computers in Human Behavior*, 34, 131-139.
- Kruikemeier, S., van Noort, G., Vliegthart, R., & de Vreese, C. H. (2015). Nederlandse politici op Twitter: wie, waarover, wanneer en met welk effect? *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 43(1), 4-22.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media?. In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web* (pp. 591-600). ACM.

- Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., Postel, J., Roberts, J. G. & Wolff, S. (2009). A brief history of the Internet. *ACM SIGCOMM Computer Communication Review*, 39(5), 22-31.
- Leeuwen, M. van. (2015). *Stijl en politiek. Een taalkundig-stilistische benadering van Nederlandse parlementaire toespraken*. LOT: Utrecht. Geraadpleegd van <http://hdl.handle.net/1887/32770>.
- Luxen, H. (2013). *Twitter als campagnemiddel tijdens Amerikaanse presidentsverkiezingen 2012. Een onderzoek naar de inhoud en effectiviteit van tweets van presidentskandidaten*. Rijksuniversiteit Groningen.
- Maynard, D., & Greenwood, M. A. (2014). Who cares about Sarcastic Tweets? Investigating the Impact of Sarcasm on Sentiment Analysis. In *LREC* (pp. 4238-4243).
- Moriarty, P. (z.j.). Newsaccess study – automated vs manual sentiment analysis. Geraadpleegd van <http://www.newsaccess.ie/our-blog/newsaccess-study-automated-vs-manual-sentiment-analysis>.
- Morris, M., & Ogan, C. (1996). The Internet as mass medium. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(4), 0-0.
- Nouwen, R. (z.j.). Taalhandelingen (speech acts). Discourse-analyse. Geraadpleegd van <http://ricknouwen.org/rwfn/da2012/files/2012/04/speechacts.pdf>.
- Novak, P. K., Smailović, J., Sluban, B., & Mozetič, I. (2015). Sentiment of emojis. *PloS one*, 10(12), e0144296.
- Oosterveer, D. (2016, 15 januari). Sociale media in Nederland in 2016: WhatsApp overstijgt Facebook. Facebook groeit met name nog onder ouderen, Twitter daalt dit jaar opnieuw. Geraadpleegd van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-2016-whatsapp-overstijgt-facebook>.
- Oosterveer, D. (2017, 2 januari). Social media anno 2017: alle cijfers over Facebook, SnapChat en Instagram en meer. Een overzicht van alle cijfers over de socialmediaplatformen, wereldwijd én in Nederland. Geraadpleegd van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-cijfers-anno-2017>.

- Parmelee, J.H. & Bichard, S.L. (2011). *Politics and the twitter revolution: How tweets influence the relationship between political leaders and the public*. Plymouth, United Kingdom: Lexington Books.
- Paul, S. A., Hong, L., & Chi, E. H. (2011). Is Twitter a Good Place for Asking Questions? A Characterization Study. In *ICWSM*.
- Paulos, J. A. (1988). *Innumeracy: Mathematical illiteracy and its consequences*. Macmillan.
- Reijmers, J., (2016). *De intensieveerders van Matthijs van Nieuwkerk. Een taalkundig-stilistisch onderzoek naar taalintensiveerders van Matthijs van Nieuwkerk in De Wereld Draait Door*. (Bachelor's thesis).
- Renkema, J. (1987). *Tekst en uitleg: een inleiding in de tekstwetenschap*. Foris publications, Dordrecht.
- Sacharin, V., Schlegel, K., & Scherer, K. R. (2012). *Geneva Emotion Wheel rating study* (Report). Geneva, Switzerland: University of Geneva, Swiss Center for Affective Sciences.
- Schäfer, M. T., Overheul, N. and Boeschoten, T. (2012). “Politiek in 140 tekens. Een analyse van twitterende Nederlandse politici”. In *Voorgeprogrammeerd: Hoe internet ons leven leidt*, Edited by: van ‘t Hof, C., Timmer, J. and van Est, R. Den Haag: Boom. , pp. 1–17, [Online] beschikbaar op: <http://www.mtschaefer.net/media/uploads/docs/Politieke-Communicatie-in-140-tekens.pdf>.
- Schonfeld, E. (2010, 8 juni). Costolo: Twitter now has 190 million users tweeting 65 million times a day. Geraadpleegd van <http://techcrunch.com/2010/06/08/twitter-190-million-users/>.
- Searle, J. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in society*, 5(01), 1-23.
- Small, T. A. (2011). What the hashtag? A content analysis of Canadian politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 14(6), 872-895.
- Spooren, W. & L. Degand (2010). Coding coherence relations: reliability and validity. *Corpus Linguistics & Linguistic Theory* 6(2), 241-266.

- Veer, van der N., Boekee, S., Peters, O. (2017). Nationale Social Media Onderzoek 2017. *Amsterdam: Newcom Research & Consultancy.*
- Weil, K. (2010, 22 februari) (VP of Product for Revenue and former big data engineer, Twitter Inc.). Measuring Tweets. Twitter Official Blog. Geraadpleegd van <https://blog.twitter.com/2010/measuring-tweets>.
- Williams, R. B. (2010). Why we love bad news. *Psychology Today*, 30.
- Wilson, T., Wiebe, J., & Hoffmann, P. (2005, October). Recognizing contextual polarity in phrase-level sentiment analysis. In *Proceedings of the conference on human language technology and empirical methods in natural language processing* (pp. 347-354). Association for Computational Linguistics.
- Zappavigna, M. (2011). Ambient Affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *Journal of New Media and Society*.
- Zhao, D., & Rosson, M. B. (2009). How and why people Twitter: the role that micro-blogging plays in informal communication at work. In *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work* (pp. 243-252). ACM.