

*Theoretisch gestuurd bachelorwerkstuk*

# ‘Was ik maar een vluchteling...’

Een corpusonderzoek op Twitter naar de relatie tussen het gebruik van humor, attitudes en de verschillende gebruikerstypes van Twittergebruikers tijdens de #vluchtelingencrisis in Nederland

# ‘I wish I was a refugee...’

A corpus research on Twitter about the relationship between the use of humour, attitudes and different usertypes of Twitter users during the #refugeecrisis in the Netherlands

*Student*

L.J.C Sliepenbeek

s4362772

*Opleiding*

Communicatie- en Informatiewetenschappen

*Begeleider*

Drs. van Lent

*Tweede lezer*

Dr. Starren

**Radboud University**



## **Samenvatting**

Humor staat in de psychologie bekend als coping mechanisme dat mensen inzetten wanneer zij een situatie die aversie oproept moeilijk cognitief kunnen verwerken. Een mogelijk situatie om humor toe te passen is tijdens het gebeuren van een crisis: een ramp, ongeluk, noodgeval of andere tragische gebeurtenis. In 2015 nemen de getallen vluchtelingen in Europa en Nederland in grote mate toe en ontstaat de vluchtelingencrisis. De reacties van de Nederlandse bevolking zijn wisselend: sommige mensen zien de vluchtelingen als gelukszoekers en willen dat zij weer vertrekken en andere dragen hen een warm hart toe. Op welke manier drukken Nederlanders zich uit? Door middel van een corpusonderzoek op Twitter is onderzocht welke verbanden er bestaan tussen het gebruik van humor, mogelijke attitudes (negatief, neutraal en positief) en soorten Twittergebruikers (de overheid, journalistiek, burgers, beroemdheden, instanties en overige). De belangrijkste bevindingen toonden aan dat Twittergebruikers met een negatieve attitude eigenlijk alle humorsoorten significant vaker gebruiken om zich uit te drukken. Negatieve tweets werden significant vaker verstuurd door burgers. Voornamelijk de humorsoorten ironie en overige humor leken goede indicatoren te zijn voor het herkennen van een afkerige houding. Journalistiek bronnen bleken humor significant minder vaak te gebruiken en significant vaker een neutrale attitude te bevatten. Dit onderzoek biedt handvatten voor een verdere analyse van het gebruik van humor op Twitter tijdens een crisis en biedt inzichten voor bijvoorbeeld effectieve voorlichting over de vluchtelingencrisis.

## Introductie

Hij heeft een klein rood shirtje en een donkerblauw broekje aan en ziet eruit als ieder ander klein peutertje. De foto van het jongetje dat in september 2015 de overtocht niet haalde, is een iconisch beeld geworden voor de vluchtelingencrisis (Velden, 2015). Hoewel al jarenlang de vluchtelingen mondjesmaat Europa binnen stromen, lijkt er in 2015 een hoogtepunt bereikt te worden (Eurostat, 2015). Terwijl de kranten koppen met ‘Als deze foto’s Europa’s houding niet veranderen, wat dan wel?’ (Velden, 2015) wordt meer dan duidelijk dat de vluchtelingencrisis een ingewikkeld vraagstuk is. Wat vinden mensen eigenlijk van vluchtelingen? Onderzoek in Australië toonde aan dat mensen voornamelijk positieve of negatieve attitudes hadden ten opzichte van vluchtelingen (Schweitzer, Perkoulidis, Krome, Ludlow en Ryan, 2005). Is dit ook het geval bij Nederlanders? Op welke manier uiten zij deze attitudes? Zijn ze serieus of maken ze er juist grappen over?

Het doel van dit onderzoek is om te bekijken op welke manier humor zich verhoudt tot de attitude die Nederlanders hebben ten opzichte van de vluchtelingencrisis en door wie deze meningen geuit worden. Er wordt gekeken naar berichten verstuurd door gebruikers uit diverse gebruikersgroepen op het sociale medium Twitter. De uitkomst van dit onderzoek kan nuttig zijn voor de journalistiek, communicatie en zelfs de politiek. Mocht blijken dat er verbanden bestaan, dan kan men Twitter data gebruiken als een sentimentsvoorspeller. Als blijkt dat humor vaker wordt gebruikt wanneer men negatief denkt over een crisis, dan kunnen bijvoorbeeld de media (berichtgeving) of de politiek (met voorlichting) inspelen op de sentimenten die heersen onder de bevolking om doeltreffende communicatie tot stand te brengen.

## Crisiscommunicatie

Een crisis is een paraplueterm om tragische gebeurtenissen te kunnen omschrijven, zoals ongelukken, noodgevallen en rampen (Willems, 2015). De communicatie die men gebruikt tijdens een crisis, crisiscommunicatie, kan van verschillende partijen en verschillende kanalen komen. In het algemeen is er sprake van *front channel* communicatie wanneer er gecommuniceerd wordt door overheden of instanties en noemt men het *back channel* communicatie wanneer een burger een mening uit over een kwestie (Willems, 2015). Deze laatste vorm wordt gekenmerkt door interactie met andere burgers en kan gezien worden als een veel informelere vorm van communicatie. Het is normaal gesproken een moeilijk en intensief proces om voldoende inzicht te krijgen in *back channel* communicatie, maar met de

komst van social media is dat simpeler geworden. Sociale netwerken zijn een reflectie van de samenleving en in het bijzonder social media is een effectief middel om snel en goedkoop inzicht te krijgen in de heersende opinies van de bevolking (White, 2011).

## Twitter

Het gebruik van Twitter tijdens een crisissituatie onderscheidt zich van andere social media door het *real-time* karakter, de toegankelijkheid van het medium tijdens een ramp (het kost relatief weinig data) en de live reacties die men kan sturen (Schultz, et al., 2011; Sinnappan, Farrell & Stewart, 2010). Het bleek dat mensen Twitter een makkelijk, snel, altijd en overall beschikbaar medium achten toen hun gevraagd werd naar hun motieven om het te gebruiken (Whiting & Williams, 2013). Men gebruikte het platform meestal voor sociale interactie, informatievoorziening en het delen van meningen en gevoelens.

Volgens de meest recente cijfers gebruiken ongeveer 2.6 miljoen Nederlanders Twitter, waarvan 0.9 miljoen dagelijks (Oosterveer, 2016). Twitter is een *microblogging* medium waarop men korte berichtjes (*tweets*) van 140 tekens kan plaatsen en zich door middel van verschillende soorten digitale content (foto, video en links) kan uiten. Interactie op Twitter is mogelijk door een *mention* van een andere gebruiker met behulp van de Twitter *handle* (het @-symbool), waarbij het bericht direct verzonden wordt naar de gebruiker. Met behulp van een *hashtag* kunnen Twitter gebruikers de tweets die zij sturen een classificatie mee geven en een *retweet* (RT) is een manier om een tweet nogmaals te verzenden. Een Twittergebruiker kan kiezen of een profiel (de Twitter API) privé of openbaar is. De berichten op een privé profiel kunnen alleen gelezen worden als een medegebruiker toestemming heeft gekregen om deze tweets te lezen. Een openbaar profiel is voor iedereen op internet toegankelijk.

Eerder onderzoek heeft aangetoond dat Twitter tijdens een crisis door diverse gebruikersgroepen wordt gebruikt, waaronder instanties, de overheid, de gewone burger en journalisten (Highfield, 2015; Mollema, et al., 2013; Molyneux, 2015; Monté, 2012; Sinnappan et al., 2010; Willems, 2015).

Instanties gebruiken Twitter bijvoorbeeld om tijdens een crisissituatie te communiceren met de (directe) betrokken van een crisis, zoals bij de schietpartij in Alphen aan de Rijn (Monté, 2012). De overheid gebruikte gedurende deze crisis Twitter om regelmatig informatie te verschaffen over de situatie, zoals wanneer omwonenden weer hun huizen mochten betreden. Tijdens de Black Saturday bosbranden in Australië communiceerden de overheid en burgers met elkaar via Twitter (Sinnappan et al., 2010). De

gebruikers deelden ontwikkelingen over de brand, stelden vragen over de situatie en de betrokkenen beantwoordden deze. De mogelijkheid om zo informatie te delen en verspreiden was erg waardevol voor de betrokken instanties, zeker in een groot en soms moeilijk bereikbaar land als Australië. Twitter bood ook inzicht in de leefwereld van Japanse burgers tijdens de tsunami in 2011 (Acar & Muraki, 2011). Gebruikers waren dankzij Twitter in staat om *live* te laten weten hoe het met hun en hun omgeving ging. Burgers bleken ook tweets te sturen waaruit men attitudes kon filteren die men had ten opzichte van schizofrenie en depressies (Reavley & Pilkington, 2014). Tenslotte bleek uit onderzoek van Mollema et al. (2013) dat Twitter een geschikt medium was om inzicht te krijgen in *real-time* publieke opinie en sentimenten onder Nederlanders over een mazelenuitbraak.

Kortom, met de content gepubliceerd op Twitter kan men veel uiteenlopende doelen bereiken: van het communiceren tijdens rampen, tot het verzamelen van meningen of zelf het inventariseren van attitudes.

## **Humor**

Uit eerder onderzoek is gebleken dat een situatie die afkeer oproept (zoals een crisis) mogelijk makkelijker verwerkt worden door het gebruik van humor (Martin, 2010). Door van onheil een komedie te maken waar men om kan lachen, kunnen gebeurtenissen die bedreigend lijken cognitief beter verwerkt worden. De positieve emoties die vrijkomen vervangen mogelijk gevoelens van angst, depressie en woede en stellen iemand in staat om creatief en oplossingsgericht te handelen. Humor is een natuurlijke en gratis methode om negatieve gevoelens te verminderen en iemands fysieke en mentale staat en blik op de wereld te verbeteren (Lurie & Monahan, 2014).

Over wanneer iets als grappig wordt ervaren bestaan verschillende theorieën. De belangrijkste drie die een rol spelen tijdens communicatie zijn volgens Meyer (2000) de *relief theory*, *incongruity theory* en *superiority theory*. De *relief theory* verklaart dat mensen humor ervaren en lachen als ze opluchting voelen en onderdrukte gevoelens of spanningen los kunnen laten. De *incongruity theory* zegt dat mensen lachen om de dingen die hun verbazen, verrassen of vreemd zijn (zonder een gevaar te vormen) omdat ze afwijken van het patroon dat zij gewend zijn en zij zo beter om kunnen gaan met deze afwijkingen. De *superiority theory* geeft aan dat mensen lachen om anderen als ze het gevoel hebben dat ze beter zijn dan zij op een bepaalde manier. Dit is bijvoorbeeld het uitlachen van anderen omdat ze niet tot

een zekere groep behoren of (onwetend) gedrag vertonen dat afwijkt van wat verwacht wordt. Het gevoel van superioriteit wordt uitgedrukt in de vorm van humor (Meyer, 2000).

Volgens Meyer (2000) heeft het gebruiken van humor vier verschillende functies: identificatie, opheldering, handhaving en differentiatie. Humor kan ervoor zorgen dat iemand zich kan identificeren met een ander, omdat zij samen om dezelfde onderdrukte spanning kunnen lachen. Het kan ook zorgen voor opheldering van een situatie of het delen van een mening. Door het gebruik van humor zijn mensen in staat een standpunt te communiceren dat wellicht afwijkt van de sociale norm, maar dat door de grappige formulering, toch de ontvanger kan bereiken. Humor kan ervoor zorgen dat mensen weer in de pas gaan lopen, omdat zij belachelijk worden gemaakt wanneer ze gedrag afwijkend van de norm vertonen en het werkt daarom als middel om normen en waarden te handhaven. Bovendien kan humor gebruikt worden om mensen of groepen van elkaar te onderscheiden (Meyer, 2000). Een voorbeeld is het maken van een beledigende grap over iemand van een andere afkomst, om aan te geven dat iemand in ieder geval niet tot dezelfde groep behoort (want over de eigen wordt een soortgelijke grap niet snel gemaakt).

Dat humor gebruikt wordt om om te gaan met een onaangename situatie, wordt in de psychologie de *coping* strategie genoemd (Martin, 2010). Deze strategie zou mogelijk ook te herkennen zijn op Twitter tijdens een crisis. Willems (2015) suggereerde dat humor op Twitter een belangrijke rol zou kunnen spelen bij het incasseringsvermogen van mensen en hun gemeenschappen tijdens een crisis. Deze onderzoeker haalde aan dat humor daarbij inderdaad als een coping strategie ingezet zou kunnen worden.

Uit onderzoek bleek dat grappen tijdens een crisis niet altijd als grappig werden ervaren (McGraw, Williams & Warren, 2013), maar is er weinig onderzoek gedaan naar *wanneer* en *waarom* humor door Twittergebruikers gebruikt wordt tijdens een crisis. Meyer (2000) geeft aan dat mensen verschillende redenen hebben om met humor te communiceren, onder andere wanneer zij een negatieve mening hebben over het (gedrag van) anderen kunnen zij beledigende grappen maken (superiority theory). Dat geeft aan dat er mogelijk verband bestaat tussen de attitude van een Twittergebruiker en het gebruik van humor. Het is interessant om te kijken wie deze humor dan uit op Twitter gezien de verschillende functies die gebruikers binnen een maatschappij kunnen hebben.

Dit onderzoek zal zich richten op zowel front als back channel crisiscommunicatie van verschillende bronnen om een beter beeld te schetsen over het gebruik van humor tijdens een crisis waar waarschijnlijk veel verschillende meningen over bestaan.

Het leidt tot de volgende hoofdvraag:

- *Op welke manier kenmerkt humor zich in tweets gedurende een crisis?*

De deelvragen hierbij zijn:

- *In hoeverre is er een relatie tussen het gebruik van humor en de attitudes van Twittergebruikers ten opzichte van een crisis?*
- *In hoeverre is er een relatie tussen het gebruik van humor en gebruikerstypes van Twittergebruikers?*

## **Methode**

### **Materiaal**

Het gebruik van humor op Twitter gedurende de vluchtelingencrisis is onderzocht aan de hand van een corpusonderzoek. Het sample bestond uit Nederlandse tweets die a priori zijn verzameld door middel van het programma <http://www.twiqs.nl> op basis van *keywords* en *hash tags* gerelateerd aan #vluchtelingen, #vluchtelingencrisis of aanverwante varianten. Het sample bestond uit 9042 Nederlandse tweets verstuurd tussen begin 2013 en eind 2015 door diverse typen Twittergebruikers met een openbaar account.

### **Procedure**

Het sample is onafhankelijk gecodeerd door 21 bachelorstudenten Communicatie- en Informatiewetenschappen in een speciaal ontworpen *webtool*. Er is in dit onderzoek handmatig gecodeerd, ondanks dat er veel onderzocht is over het automatisch detecteren van humor (Raz, 2012; Reyes, Rosso & Buscaldi, 2009; Zhang & Liu, 2014). Onderzoekers hebben nog geen consensus kunnen bereiken over een detectiesysteem dat in staat is om alle mogelijk vormen van humor te herkennen, al dan niet te begrijpen. Wat humoristisch is en wat niet is heel erg afhankelijk van persoonsgebonden factoren zoals mening, cultuur en referentiekader (Emida & Chovanec, 2012). Mensen vinden humor al een complex begrip, laat staan dat computers dat vinden. Bovendien zijn de systemen die ontwikkeld zijn meestal gericht op de Engelse taal. Het corpus dat voor dit onderzoek gebruikt wordt bestaat daarentegen uit Nederlandse tweets. Al met al heeft dat er toe geleid dat het sample van 9042 tweets handmatig gecodeerd is op de variabelen ‘humor’, ‘attitude’ en ‘gebruikerstype’.

Voor het coderen van de variabele humor is gebruik gemaakt van de taxonomie beschreven in Raz (2012), gebaseerd op de taxonomie van Hay (1995). Aan de hand van twaalf types van humor hebben de codeurs bepaald of een tweet humor bevat en om welke soort humor het gaat. Het was ook mogelijk dat een tweet geen humor bevatte, hiervoor is de dertiende code toegevoegd. Het gaat om de volgende codes:

1. Anekdoten
2. Fantasie
3. Belediging
4. Ironie

5. Grap
6. Observatief
7. Citaat
8. Rollenspel
9. Zelfspot
10. 18+ Humor / Vulgaire humor
11. Woordspelingen
12. Overig
13. Geen humor

Een uitleg van deze codes is te vinden in Bijlage 1. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele humor was erg zwak ( $\kappa = .22$ ). Bij het hercoderen bleek dat het voor codeurs onduidelijk was wanneer er wel of niet sprake was van humor en binnen welke categorie de humor viel. Sommige codeurs leken codes toe hebben gewezen aan de hand van de inhoud van de tweet, onafhankelijk of er wel sprake was van humor. Hierdoor zijn ook niet-humoristische tweets toch als humoristisch gecodeerd.

Schweitzer et al. (2005) hebben in hun onderzoek naar de attitudes van Australiërs ten opzichte van vluchtelingen ontdekt dat er positieve en negatieve attitudes bestonden onder de ondervraagden. Zij werkten met een survey waarbij zij direct de respondent naar hun mening vroegen en geen corpus bekeken, maar deze bevindingen gaven een aanzet voor de codes gehanteerd in dit onderzoek. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van drie codes:

1. Negatief
2. Neutraal
3. Positief

Voor het coderen van de variabele attitude is gekeken naar de houding van de verschillende Twittergebruikers die blijkt uit de directe inhoud van de tweet. De houding is bepaald aan de hand van de polariteit van het taalgebruik, de toon, waardering (of kritiek) en het gevoel dat de codeur kreeg van de inhoud. De neutrale code is toegevoegd toen bleek dat het sample veel tweets bevatte waarin slechts informatie in de vorm van een link (naar een nieuwsbericht) werd gedeeld en waar geen directe houding uit bleek. Er is in eerste instantie vertrouwd op de capaciteiten van de codeurs om de attitude te kunnen herkennen, maar er zijn ook richtlijnen opgesteld, te vinden in Bijlage 2. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele

attitude was zwak ( $\kappa = .36$ ). Bij het hercoderen bleek dat niet alle tweets met een link naar een nieuwsbericht als neutraal waren gecodeerd, al was dit wel zo afgesproken. Daarnaast waren er onduidelijke afspraken gemaakt over het retweeten van nieuwsberichten. Sommige codeurs hebben deze tweets als neutraal gecodeerd en andere hebben deze gecodeerd als een positieve of negatieve attitude.

De codes die de codeurs toe konden kennen aan de variabele gebruikerstype zijn afgeleid van eerdere onderzoeken (Acar & Muraki, 2011; Highfield, 2015; Mollema, et al., 2013; Molyneux, 2015; Monté, 2012; Willems, 2015). De codes zijn wel aangepast aan de Nederlandse situatie en de gebruikerstypes zijn als volgt (uitleg in Bijlage 3):

1. De overheid
2. Journalist(iek)
3. De gewone burger
4. Beroemdheid
5. Instantie
6. Overige

Het achterhalen van deze informatie was in veel gevallen mogelijk door te kijken naar de gebruikersnaam, maar soms is gekeken naar de korte biografie (van maximaal 160 tekens), de profielfoto of de rest van de tweets van de Twittergebruiker (op de Twitter API). In geval van twijfel of onduidelijkheid is het profiel van iedere gebruiker opgezocht om de beschikbare informatie op het profiel te gebruiken om het juiste gebruikerstype te definiëren. Uit de Twitterbiografie van @MinPres (de Minister-President van Nederland; Mark Rutte) blijkt bijvoorbeeld dat het gaat om een overheidsaccount. Het blauwe vinkje achter de gebruikersnaam geeft bovendien aan dat het een authentiek en geverifieerd account is, waarbij men ervan uit mag gaan dat het echt is.

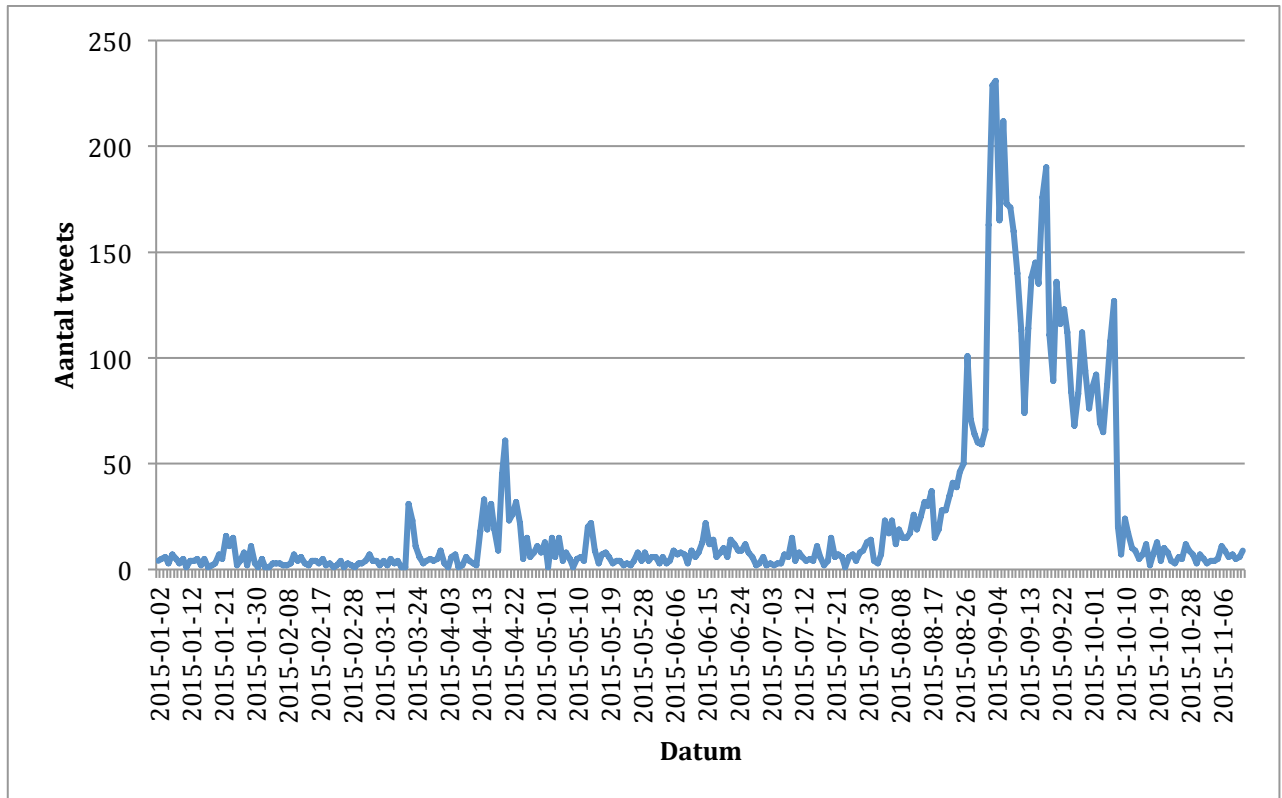
De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele gebruikerstype was onvoldoende ( $\kappa = .45$ ). Bij het hercoderen bleek dat de webtool waarin gecodeerd werd niet volledig naar behoren werkte. Het werd duidelijk dat wanneer een gewone burger de NOS had geretweet, de link in de webtool leidde tot de tweet van de NOS en sommige codeurs de NOS (journalistiek) in plaats van de gebruiker (gewone burger) als gebruikerstype hebben gecodeerd. Andere inconsistenties waren gewone burgers die onterecht als beroemdheden werden aangemerkt of instanties die als de overheid werden gezien.

### **Statistische toetsing**

Met behulp van een chikwadraattoets is gekeken of er een significant verband bestond tussen het gebruik van humor en de attitude van Twittergebruikers ten opzichte van de vluchtelingencrisis en tussen het gebruik van humor en de verschillende gebruikerstypes op Twitter.

## Resultaten

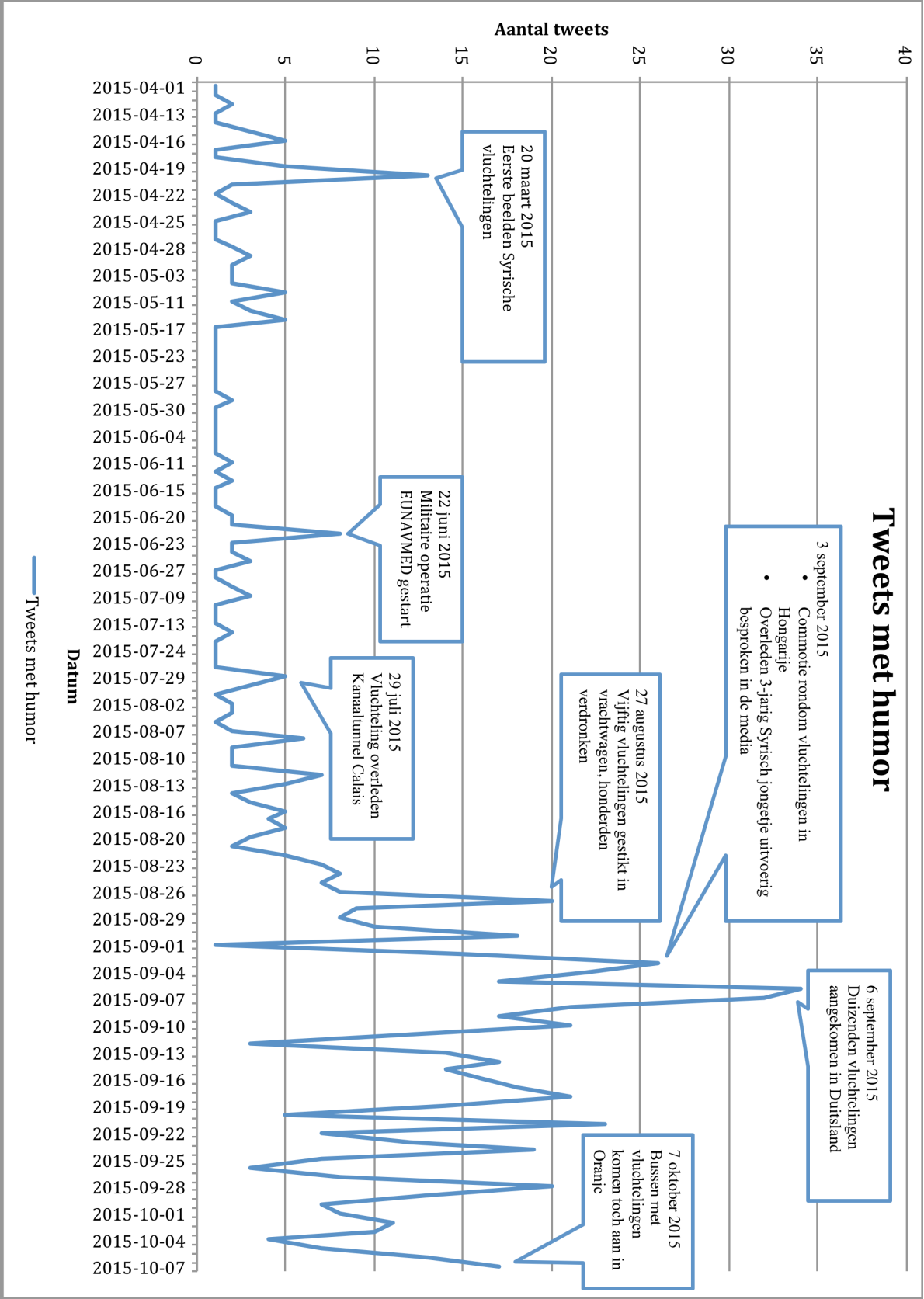
### Totaal aantal tweets



*Figuur 1.* Het totaal aantal tweets over de vluchtelingencrisis verzonden in 2015

Het totale sample van 9042 tweets is verzonden tussen begin 2013 en eind 2015. Het merendeel van deze tweets (81.3%) is verzonden in het jaar 2015, zoals weergegeven in Figuur 1. Uit de gegevens blijkt dat men rond april voor het eerst behoefte had om meer te gaan tweeten over de crisis, maar dat die tendens daarna weer wat afzwakte. De vluchtelingencrisis leek pas echt onderwerp van gesprek te zijn vanaf eind augustus 2015 tot begin oktober 2015. Hierna daalde het aantal verstuurd tweets vrijwel meteen weer tot het gemiddelde aantal dat er per dag werd verzonden voor augustus 2015.

Tweets met humor



Figuur 2. Het aantal tweets over de vluchtelingencrisis dat humor bevatte verzonden tussen maart 2015 en begin oktober 2015.

In totaal werden er van begin 2013 tot eind 2015 1079 tweets over de vluchtelingencrisis gestuurd die humor bevatten. De vaakst voorkomende vorm van humor viel in de categorie overig (30,5%) en daarna volgden ironie (27%) en observatief (9,8%). Zelfspot (0,2%) kwam het minst vaak voor.

Het merendeel van deze humoristische tweets (58,3%) werd gestuurd tussen eind augustus 2015 en begin oktober 2015. In deze periode werden voornamelijk de soorten humor overig (31,8%), ironie (29,4%) en observatief (10%) herkend in de tweets. Er waren twee dagen buiten deze periode waarop ook opvallend veel humoristische tweets geplaatst zijn, zoals te zien in Figuur 2 op de vorige bladzijde. Een aantal mogelijke verklaringen voor de uitschieters zijn vermeld in de figuur. Omwille van de leesbaarheid van de figuur zijn andere mogelijke verklaringen voor de grote hoeveelheden humoristische tweets op bepaalde data vermeld in Tabel 1.

Op 1 september 2015 werd slechts 1 humoristische tweet verstuurd, maar er lijkt geen belangrijke nieuwsgebeurtenis te zijn die dit kan verklaren. Op 2 en 3 september 2015 werd er in de media zowel gerapporteerd over de 3-jarige Syrische drenkeling die de overtocht naar Europa niet haalde, (NOS, 2015b; Velden, 2015; Koolhof, 2015) als de commotie die was ontstaan rondom vluchtelingen in Hongarije en Boedapest (NOS, 2015c). De inhoud van de humoristische tweets die op die datum geplaatst zijn, heeft enkel te maken met laatstgenoemde gebeurtenis.

De grootste piek van 6 en 7 september 2015 valt samen met de toestroom van duizenden vluchtelingen naar Duitsland (NOS, 2015d; Klompenhouwer, 2015). Een voorbeeld van één van de 34 humoristische tweets die dag geplaatst zijn:

“Gejank en hystetisch gedrag rond #vluchtelingen is als teveel gedronken hebben op een feestje, 's ochtends volgt de kater!”

Na 7 oktober lijkt de drang om over de vluchtelingencrisis te tweeten weer af te nemen.

Tabel 1. Een chronologisch overzicht van de belangrijkste nieuwsgebeurtenissen gedurende de vluchtelingencrisis en de meest voorkomende vormen van humor op deze data

| Datum      | Meest frequente vorm van humor | Nieuwsgebeurtenis                                                                                                         |
|------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20-04-2015 | Belediging                     | Eerste beelden bootvluchtelingen                                                                                          |
| 22-06-2015 | Belediging                     | Militaire operatie netwerk van mensensmokkelaars                                                                          |
| 29-07-2015 | Ironie/Overig                  | Vluchteling overleden bij Kanaaltunnel Calais                                                                             |
| 12-08-2015 | Fantasie                       | Vluchtelingen opgesloten in Stadion Kos                                                                                   |
| 27-08-2015 | Ironie                         | Vijftig vluchtelingen gestikt in vrachtwagen in Oostenrijk en boot met honderden vluchtelingen gezonken voor kust Libië   |
| 31-08-2015 | Ironie                         | Persconferentie Merkel over de opvang van vluchtelingen in Duitsland                                                      |
| 03-09-2015 | Overig                         | Oost-Europa tegen verdeling vluchtelingen / Commotie rondom vluchtelingen Hongarije / 3-jarig Syrisch jongetje verdronken |
| 06-09-2015 | Overig                         | Aankomst duizenden vluchtelingen in Duitsland                                                                             |
| 18-09-2015 | Overig                         | Kroatië sluit grenzen met Servië                                                                                          |
| 21-09-2015 | Overig                         | Rode kruis doet dringende oproep voor hulp vluchtelingen                                                                  |
| 24-09-2015 | Ironie                         | EU trekt 3,6 miljard extra uit voor vluchtelingencrisis                                                                   |
| 28-09-2015 | Ironie/Overig                  | Vluchtelingen gaan elkaar te lijf in Duitsland                                                                            |
| 02-10-2015 | Ironie                         | Boze vluchtelingen over opvang kamp Heumensoord                                                                           |
| 07-10-2015 | Overig                         | Bussen met vluchtelingen komen toch aan in Oranje                                                                         |

### Attitudes van de Twittergebruikers

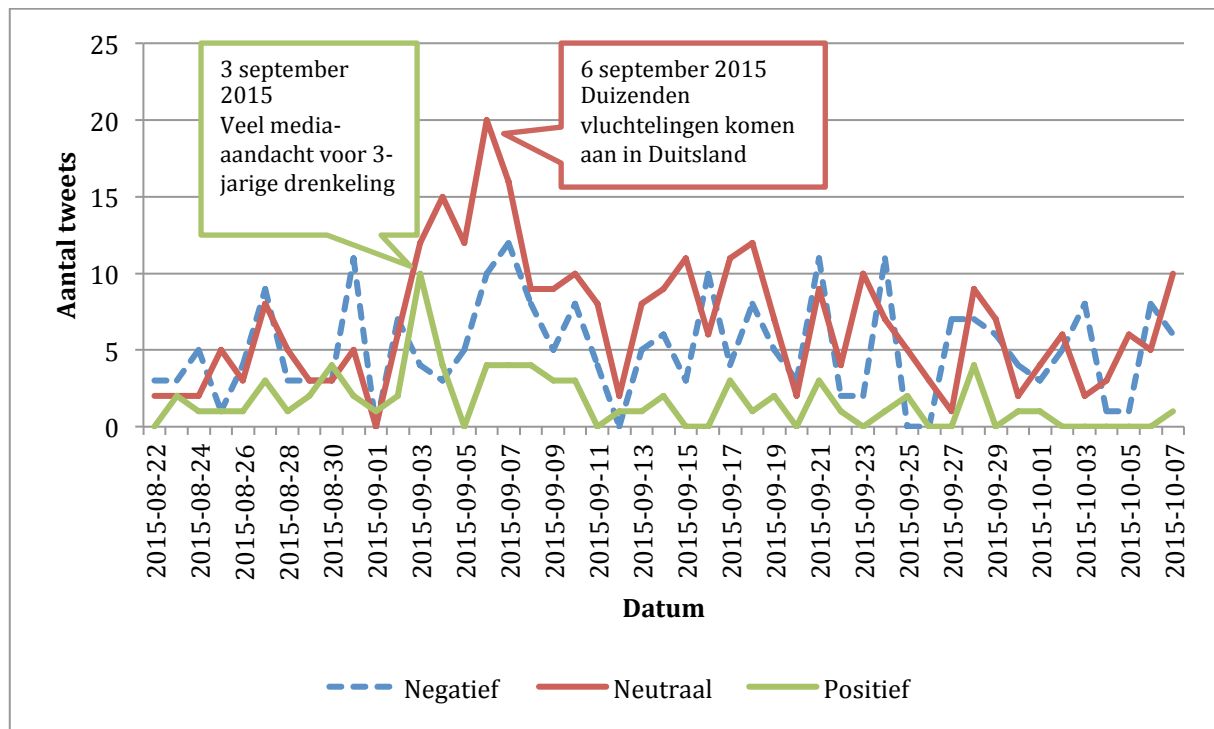
Van de 9042 tweets was het merendeel verstuurd door Twittergebruikers met een neutrale attitude (61.5%) en vervolgens had 20.3% een positieve en 18.2% een negatieve attitude. Van de 1079 tweets die humor bevatten was 48.8% als neutraal gecodeerd, 37.8% als negatief en slechts 13.3% als positief.

Om een geldige uitspraak te kunnen doen over het verband tussen het gebruik van humor en de attitude van Twittergebruikers zijn alle humorsoorten die minder dan 15 keer gecodeerd waren toegevoegd aan de categorie Overig. Uit een chikwadraattoets bleek er een significant verband te bestaan tussen het gebruik van humor en de attitude van Twittergebruikers ten opzichte van de vluchtelingencrisis ( $\chi^2(10) = 488.15, p < .001$ ).

Uit Tabel 2 blijkt dat de gestandaardiseerde residuen van humor vergeleken met een negatieve attitude dusdanig groot zijn dan men mag concluderen dat humoristische tweets significant vaker zijn verzonden door negatief gestemde Twittergebruikers dan men op basis van toeval mocht verwachten. Dit geldt voor alle humorsoorten behalve grap. De resultaten laten ook zien dat Twittergebruikers met een positieve attitude significant minder vaak ironie en overige humor hebben gebruikt dan men op basis van toeval mocht verwachten. Het lijkt er op dat tweets met een negatieve attitude significant vaker humor bevatten dan tweets met een positieve attitude.

Tabel 2. Kruistabel tussen het aantal humoristische tweets en de attitudes van Twittergebruikers tijdens de vluchtelingencrisis

| Humorsoort          | Attitude |      |      |          |      |      |          |      |      |
|---------------------|----------|------|------|----------|------|------|----------|------|------|
|                     | Negatief |      |      | Neutraal |      |      | Positief |      |      |
|                     | <i>n</i> | %    | SR   | <i>n</i> | %    | SR   | <i>n</i> | %    | SR   |
| Anekdote (N=56)     | 20       | 35,7 | 3.1  | 26       | 46,4 | -1.4 | 10       | 17.9 | -0.4 |
| Fantasie (N=26)     | 11       | 42,3 | 2.9  | 13       | 50   | -0.7 | 2        | 7.7  | -1.4 |
| Belediging (N=96)   | 56       | 58,3 | 9.2  | 24       | 25   | -4.6 | 16       | 16.7 | -0.8 |
| Ironie (N=300)      | 162      | 54,0 | 14.5 | 101      | 33,7 | -6.1 | 37       | 12.3 | -3.1 |
| Grap (N=82)         | 19       | 23,2 | 1.0  | 47       | 57,3 | -0.5 | 16       | 19.5 | -0.2 |
| Observatief (N=106) | 35       | 33,0 | 3.6  | 55       | 51,9 | -1.3 | 16       | 15.1 | -1.2 |
| Quote (N=19)        | 11       | 57,9 | 4.1  | 5        | 26,3 | -2   | 3        | 15.8 | -0.4 |
| Woordspeling (N=47) | 15       | 31,9 | 2.2  | 28       | 59,6 | -0.2 | 4        | 8.5  | -1.8 |
| Overig (N=347)      | 79       | 22,8 | 2.0  | 228      | 65,7 | 1    | 40       | 11.5 | -3.6 |
| Geen humor (N=7693) | 1240     | 18,2 | -5.5 | 5030     | 61,5 | 1.9  | 1693     | 20.3 | 1.9  |
| Totaal (N=9042)     | 1648     |      |      | 5557     |      |      | 1837     |      |      |



*Figuur 3.* Een weergave van de verschillende attitudes van Twittergebruikers in humoristische tweets over de vluchtelingencrisis tussen eind augustus 2015 en begin oktober 2015

De verschillende attitudes van de zenders van humoristische tweets in de periode dat men het meeste sprak over de vluchtelingencrisis (van eind augustus 2015 tot begin oktober 2015) zijn te zien in Figuur 3. Rond september 2015 ontstond een piek in Tweets geschreven door Twittergebruikers met een neutrale attitude ten opzichte van de vluchtelingencrisis. Alle dagen gedurende deze periode van de crisis werden er meer of evenveel negatieve als positieve tweets geplaatst, behalve op 3 september, de dag nadat het Syrische jongetje was aangespoeld op het strand (NOS, 2015b; Velden, 2015; Koolhof, 2015). De grootste piek viel opnieuw op 6 september en het merendeel van de tweets was neutraal gestemd. Een voorbeeld van een neutrale tweet op die datum:

“Elsevier: Zo'n 8000 vluchtelingen in München aangekomen: MUNCHEN (ANP) - Zo'n achtduizend vluchtelingen zijn in... <http://t.co/gHVUTXrnOi>”

### **Gebruikerstypes**

Er bleken 6 verschillende gebruikerstypes te onderscheiden in de 9042 tweets. Het merendeel was verstuurd door de gewone burger (66.7%) en de minste tweets waren afkomstig van

beroemdheden (0.4%). De 1079 tweets die humor bevatten, bleken voornamelijk verstuurd door de gewone burger (80.2%) en bijna nooit door beroemdheden (0.7%). Maar ook de overheid (2.2%) en instanties (2.5%) plaatsten niet vaak berichtjes met humoristische inhoud.

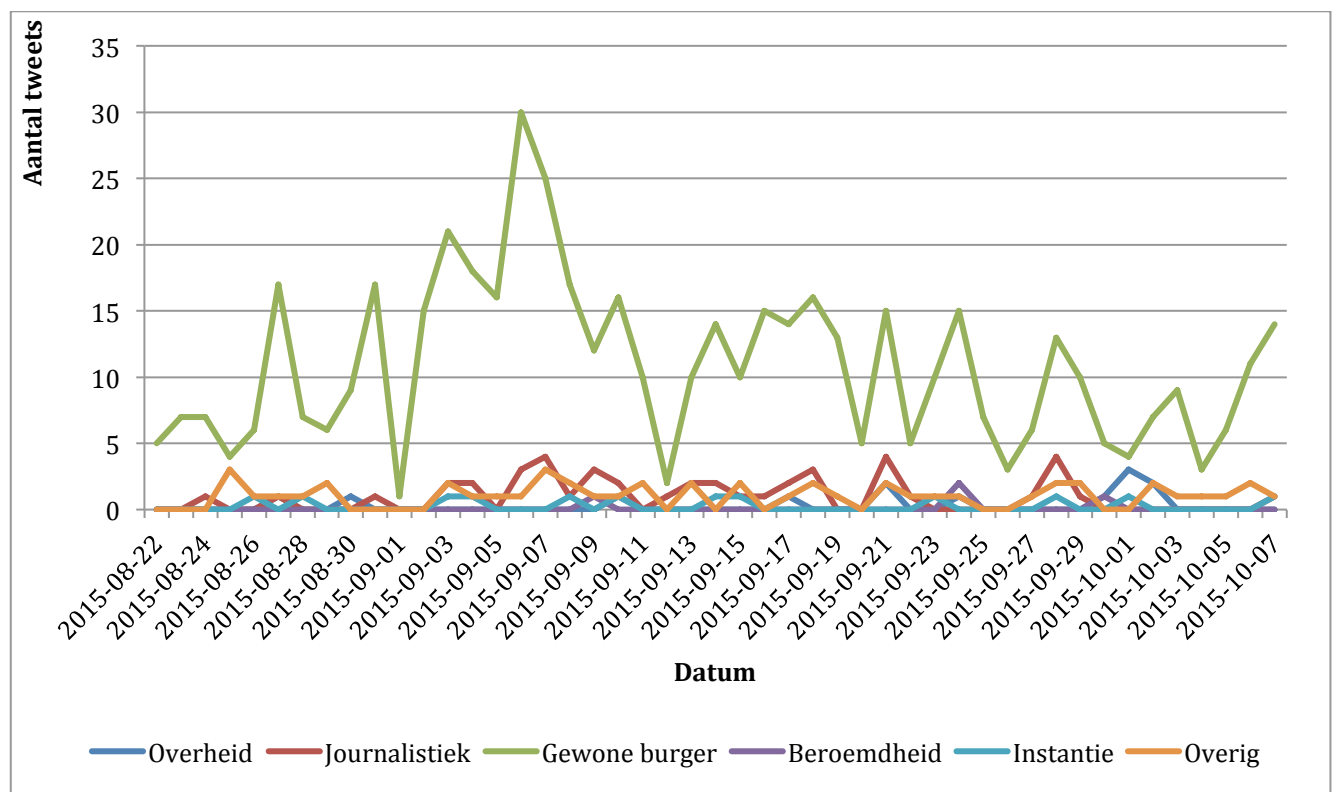
Om een geldige uitspraak te kunnen doen over het verband tussen het gebruik van humor en de verschillende gebruikerstypes zijn alle humorsoorten die minder dan 15 keer gecodeerd waren, toegevoegd aan de categorie Overig. Uit een chikwadraattoets bleek dat er een significant verband bestond tussen het gebruik van humor en het gebruikerstype op Twitter ( $\chi^2(10) = 343.29, p < .001$ ).

Tabel 3. Kruistabel tussen het aantal humoristische tweets en de zes verschillende gebruikerstypes van Twittergebruikers tijdens de vluchtelingencrisis

| Humorsoort          | Gebruikerstype |      |      |               |      |      |          |      |      |             |     |      |           |      |      |          |      |      |
|---------------------|----------------|------|------|---------------|------|------|----------|------|------|-------------|-----|------|-----------|------|------|----------|------|------|
|                     | Overheid       |      |      | Journalistiek |      |      | Burger   |      |      | Beroemdheid |     |      | Instantie |      |      | Overig   |      |      |
|                     | <i>n</i>       | %    | SR   | <i>n</i>      | %    | SR   | <i>n</i> | %    | SR   | <i>n</i>    | %   | SR   | <i>n</i>  | %    | SR   | <i>n</i> | %    | SR   |
| Anekdote (N=56)     | 13             | 23.2 | 12.3 | 4             | 7.4  | -2.0 | 31       | 55.4 | -1.0 | 1           | 1.8 | 1.5  | 2         | 3.6  | -0.1 | 5        | 8.9  | 0    |
| Fantasie (N=26)     | 0              | 0.0  | -0.7 | 2             | 7.7  | -1.3 | 18       | 69.2 | 0.2  | 0           | 0.0 | -0.3 | 0         | 0.0  | -1.0 | 6        | 23.1 | 2.4  |
| Belediging (N=96)   | 0              | 0.0  | -1.3 | 2             | 2.1  | -3.7 | 90       | 93.8 | 3.2  | 0           | 0.0 | -0.7 | 0         | 3.0  | -1.9 | 4        | 4.2  | -1.5 |
| Ironie (N=300)      | 1              | 0.3  | -1.8 | 6             | 2.0  | -6.6 | 262      | 87.3 | 4.4  | 3           | 1.0 | 1.5  | 9         | 3.0  | -0.8 | 19       | 6.3  | -1.5 |
| Grap (N=82)         | 1              | 1.2  | -0.3 | 3             | 3.7  | -3.1 | 66       | 80.5 | 1.5  | 1           | 1.2 | 1.1  | 3         | 3.7  | -0.1 | 8        | 9.8  | 0.3  |
| Observatief (N=106) | 2              | 1.9  | 0.1  | 8             | 7.5  | -2.6 | 87       | 82.1 | 1.9  | 0           | 0.0 | -0.7 | 2         | 1.9  | -1.1 | 7        | 6.6  | -0.8 |
| Quote (N=19)        | 0              | 0.0  | -0.6 | 3             | 15.8 | -0.3 | 13       | 68.4 | 0.1  | 0           | 0.0 | -0.3 | 3         | 15.8 | 2.6  | 0        | 0.0  | -1.3 |
| Woordspeling (N=47) | 1              | 2.1  | 0.2  | 3             | 6.4  | -1.9 | 39       | 83.0 | 1.4  | 0           | 0.0 | -0.5 | 2         | 4.3  | 0.1  | 2        | 4.3  | -1.1 |
| Overig (N=347)      | 6              | 1.7  | 0    | 47            | 13.5 | -2.1 | 259      | 74.6 | 1.8  | 3           | 0.9 | 1.2  | 6         | 1.7  | -2.1 | 26       | 7.5  | -0.8 |
| Geen humor (N=7693) | 130            | 1.6  | -0.5 | 1579          | 19.8 | 3.1  | 5170     | 64.9 | -2.0 | 32          | 0.4 | -0.5 | 329       | 4.1  | 0.9  | 723      | 9.1  | 0.7  |
| Totaal (N=9042)     | 154            | 1.7  |      | 1657          | 18.3 |      | 6035     | 66.7 |      | 40          | 0.4 |      | 356       | 3.9  |      | 800      | 8.8  |      |

De gestandaardiseerde residuen geven aan dat de anekdote vaker dan op basis van toeval verwacht mocht worden, gebruikt werd door de overheid. De journalistiek heeft bijna alle humorsoorten significant minder vaak gebruikt en de categorie ‘geen humor’ werd significant vaker gecodeerd dan verwacht op basis van toeval. De gewone burger gebruikte vaker dan men op basis van toeval mocht verwachten een belediging of ironie en significant minder vaak geen humor. Beroemdheden maakten bijna geen gebruik van humor. Instanties gebruikten significant vaker de humorsoort quote en veel minder vaak dan verwacht op basis

van toeval de categorie overig. Het gebruikerstype Overig gebruikte significant vaker dan verwacht op basis van toeval fantasie.



*Figuur 4.* De verschillende gebruikerstypes van de zenders van humoristische tweets over de vluchtelingencrisis in de periode eind augustus 2015 tot begin oktober 2015

De ingezoomde weergave van de periode eind augustus tot begin oktober, laat zien dat de meeste humoristische tweets in deze periode verzonden zijn door gewone burgers. Op de dagen dat er opvallend minder veel tweets werden verstuurd (zoals 1 september) valt dat samen met de Twitteractiviteit van deze burgers.

### Attitude en gebruikerstypes

Er is nog een additionele toets uitgevoerd om te kijken of er tussen attitude en verschillende gebruikerstypes ook een verband bestond. Uit een chikwadraattoets bleek er inderdaad een significant verband te bestaan tussen de attitude van Twittergebruikers ten opzichte van de vluchtelingencrisis en de gebruikerstypes ( $\chi^2(10) = 590.22, p < .001$ ).

Tabel 4. Kruistabel tussen de attitude van Twittergebruikers en de zes verschillende gebruikerstypes van Twittergebruikers tijdens de vluchtelingencrisis

|                   | Gebruikerstype |     |      |               |      |       |          |      |      |             |     |      |           |     |      |          |      |      |
|-------------------|----------------|-----|------|---------------|------|-------|----------|------|------|-------------|-----|------|-----------|-----|------|----------|------|------|
|                   | Overheid       |     |      | Journalistiek |      |       | Burger   |      |      | Beroemdheid |     |      | Instantie |     |      | Overig   |      |      |
| Attitude          | <i>n</i>       | %   | SR   | <i>n</i>      | %    | SR    | <i>n</i> | %    | SR   | <i>n</i>    | %   | SR   | <i>n</i>  | %   | SR   | <i>n</i> | %    | SR   |
| Negatief (N=1648) | 34             | 2.1 | 1.1  | 121           | 7.3  | -10.4 | 1316     | 79.9 | 6.5  | 6           | 0.4 | -0.5 | 50        | 3.0 | -1.8 | 121      | 7.3  | -2.1 |
| Neutraal (N=5557) | 84             | 1.5 | -1.1 | 1409          | 25.4 | 12.2  | 3299     | 59.4 | -6.7 | 20          | 0.4 | -0.9 | 182       | 3.3 | -2.5 | 563      | 10.1 | 3.2  |
| Positief (N=1837) | 36             | 2.0 | 0.8  | 127           | 6.9  | -11.4 | 1420     | 77.3 | 5.5  | 14          | 0.8 | 2.1  | 124       | 6.8 | 6.1  | 116      | 6.3  | -3.6 |
| Totaal (N=9042)   | 154            | 1.7 |      | 1657          | 18.3 |       | 6035     | 66.7 |      | 40          | 0.4 |      | 356       | 3.9 |      | 800      | 8.8  |      |

Aan de hand van de gestandaardiseerde residuen in Tabel 4 is af te leiden dat neutraal gestemde tweets significant vaker werden verstuurd door de journalistiek dan men op basis van toeval mocht verwachten, terwijl negatief en positief gestemde tweets significant vaker werden verstuurd door gewone burgers dan men op basis van toeval mocht verwachten. Beroemdheden en instanties stuurden ook significant vaker positieve tweets. Het gebruikerstype Overig stuurde significant vaker tweets met een neutrale attitude dan men op basis van toeval mocht verwachten.

## Conclusie en discussie

Het doel van dit onderzoek was om te achterhalen op welke manier humor zich kenmerkt in tweets gedurende een crisis. Uit de resultaten bleek dat het gebruik van humor in 1079 tweets samenhang met nieuwsgebeurtenissen, de attitude van Twittergebruikers en hun gebruikerstypes. Nieuwsgebeurtenissen gaven Twittergebruikers aanleiding om meer te tweeten over de crisis. Het bleek dat negatief gestemde Twittergebruikers significant vaker gebruik maakten van vrijwel alle humorsoorten dan positief gestemde gebruikers. Journalistieke bronnen bleken significant minder vaak gebruik te maken van humor en significant vaker een neutrale dan een negatieve of positieve attitude te hebben. Voor de burgers gold dat zij significant vaker een positieve of negatieve attitude en significant minder vaak een neutrale attitude hadden en dus een duidelijke houding innamen ten opzichte van de vluchtelingencrisis.

Bijna alle humorsoorten (met uitzondering van grap) werden significant vaker gebruikt als mensen een negatieve houding hadden ten opzichte van de vluchtelingencrisis. In overeenkomst met de vermoedens van Willems (2015) zouden mensen humor inderdaad tijdens crises in kunnen zetten als coping mechanisme. Martin (2010) draagt aan dat de positieve emoties die vrijkomen bij humor de gevoelens van angst, depressie of woede mogelijk kunnen vervangen. Mensen gebruiken humor soms ook om om te kunnen gaan met een vreemde, verrassende of onverwachte situatie (incongruity theorie) of om onderdrukte spanningen los te laten (relief theorie) (Meyer, 2000). Echter, gezien de significante relatie tussen een negatieve houding en het gebruik van humor lijkt de superiority theorie hier meer op zijn plaats als verklaring. De superiority theorie zegt dat humor ontstaat als mensen zich beter voelen dan anderen en dit ook uiten om bijvoorbeeld onderscheid te maken tussen twee groepen (Meyer, 2000). Op deze manier kunnen mensen zich psychologisch afwenden van een crisis of in dit geval van de betrokken vluchtelingen.

Naast dat negatief gestemde burgers significant vaker humor gebruikten, bleek ook dat positief gestemde gebruikers juist significant minder vaak ironie en overige humor gebruikten. Op basis daarvan zou men kunnen concluderen dat wanneer er veel tweets met ironie of overige humor geplaatst worden in een bepaalde periode, de zenders van deze tweets vaak een negatieve attitude hebben ten opzichte van het besproken onderwerp. Wellicht kan men aan de hand van deze humorsoorten niet alleen herkennen dat er een negatieve mening over een onderwerp bestaat, maar ook dat de superiority theorie toegepast wordt om een crisis

cognitief te kunnen verwerken. De gevoelens van superioriteit kan men wellicht het beste uitdrukken door het gebruik van deze twee humorsoorten. Daarnaast blijkt dat alle humorsoorten behalve grappen ingezet kunnen worden als coping strategie wanneer mensen een negatieve houding hebben.

Er bleek ook een verband te bestaan tussen het gebruik van humor en de verschillende gebruikerstypes. Er waren zes verschillende gebruikerstypes te onderscheiden in alle tweets, al waren er maar enkele tweets verzonden door beroemdheden (0.4%). Het grootste gedeelte van de tweets was afkomstig van gewone burgers (66.7%). Bij de humoristische tweets was dit zelfs 80.2%. Er werd verwacht dat de overheid, journalisten en instanties significant minder vaak humor zouden gebruiken dan gewone burgers, beroemdheden of overige gebruikers. Het bleek niet dat burgers, beroemdheden en overige gebruikers dit deden, maar wel dat de journalistiek significant minder vaak humor gebruikte dan op basis van toeval verwacht mocht worden. Ook de overheid gebruikte meer humor dan verwacht op basis van toeval, maar dit gold enkel voor de categorie anekdote. Burgers gebruikten significant vaker beledigingen en ironie, overige gebruikers significant vaker fantasie en instanties significant vaker quotes.

Een additionele toets bood inzicht in de relatie tussen de bestaande attitudes en de verschillende gebruikerstypes. De journalistieke bronnen bleken significant minder vaak een negatieve of positieve en significant vaker een neutrale attitude te hebben dan men op basis van toeval mocht verwachten. Burgers bleken zowel significant vaker een negatieve als een positieve attitude te hebben en instanties bleken zowel significant vaker neutraal als positief gestemde tweets te sturen dan men op basis van toeval mocht verwachten. De overige gebruikers bleken significant vaker neutraal gestemd te zijn en significant minder vaak negatief of positief.

In overeenkomst met de verwachtingen gebruikte de journalistiek significant minder vaak gebruik van humor dan verwacht op basis van toeval. Dat het gebruikerstype daarnaast significant vaker neutraal dan positief of negatief gestemd bleek, kan zeker verklaren waarom er zo weinig humoristische tweets gestuurd zijn door deze groep. De inhoud die deze groep deelde bestond vaak uit links of objectieve informatie (een voorwaarde voor de neutrale attitude code). De humorfuncties en -theorieën beschreven door Martin (2010) en Meyer (2002) geven al aan dat er wel sprake moet zijn van een bepaalde mening om humor in te kunnen zetten. Dat lijken deze resultaten inderdaad te bevestigen.

In tegenstelling tot de verwachting dat de overheid amper humoristische tweets zou sturen, bleken zij opvallend vaak gebruik te maken van anekdotes. Enerzijds is dat wellicht te

verklaren aan de hand van de incongruity theorie, waarbij humor wordt gebruikt om om te kunnen gaan met onverwachte of vreemde gebeurtenissen, zoals de vluchtelingencrisis (Meyer, 2000) Anderzijds is dat misschien te verklaren door de inconsistente wijze waarop codes toegewezen zijn aan niet humoristische tweets. Dat zou kunnen betekenen dat de overheid tijdens een crisis vaak anekdotische tweets stuurt (zonder humoristische insteek).

De inzichten uit dit onderzoek zouden journalisten en overheidscommunicatieprofessionals in kunnen zetten om hun communicatiestrategieën en berichtgeving op aan te passen. Als men weet welke sentimenten er spelen onder de bevolking kunnen Nederlanders beter geholpen worden in hun acceptatieproces of kan er tijdens voorlichtingen beter ingespeeld worden op de heersende opinies.

### **Beperkingen en vervolgonderzoek**

Hoewel de resultaten van dit onderzoek significant zijn gebleken, moet bij het lezen van dit onderzoek wel rekening worden gehouden met enkele beperkingen. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van alle drie de gebruikte variabelen was erg zwak. Humor ( $\kappa = .22$ ), attitude ( $\kappa = .36$ ) en gebruikerstype ( $\kappa = .45$ ) bleken onduidelijk te zijn geoperationaliseerd voor de codeurs. Om praktische redenen is slechts 10% van het gehele sample dubbel gecodeerd. Bij deze tweets bleken veel verschillende codes te zijn gehanteerd door de codeurs, wat wellicht ook het geval was in de overige 90% van het sample. Er bleken in het sample ook onbedoelde tweets terecht zijn gekomen van Zuid-Afrikaanse of Belgische Twittergebruikers. Hier waren geen afspraken over gemaakt en het is onduidelijk welke codes hieraan zijn toegekend.

De onduidelijke operationaliseringën zouden in mogelijk vervolgonderzoek beter gedefinieerd moeten worden. Door meerdere pre-tests in te bouwen kunnen codeurs wennen aan de codes om wellicht een nog scherper beeld te presenteren over het gebruik van humor tijdens een crisis. Uiteraard kan men ook het onderzoek herhalen met een andere taxonomie van humor of met de introductie van een andere variabele zoals psychologische afstand (bijvoorbeeld McGraw et al., 2013) of gericht op een andere crisis. Bovendien zou het interessant zijn om de motieven van negatief gestemde Twittergebruikers nader te bevragen in bijvoorbeeld een survey, zodat er een verband kan worden gevonden tussen de beweegredenen om humor te gebruiken en de bestaande theorieën hierover. Er is duidelijk meer onderzoek nodig om het gebruik van humor op Twitter tijdens een crisis beter in kaart te brengen.

## Referenties

- Acar, A., & Muraki, Y. (2011). Twitter for crisis communication: Lessons learned from Japan's tsunami disaster. *IJWBC International Journal of Web Based Communities*, 7(3), 392.
- Eurostat. (2015). *Asylum quarterly report*. Verkregen op 21 februari, 2016 van [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Asylum\\_quarterly\\_report](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Asylum_quarterly_report)
- Ermida, I., & Chovanec, J. (2012). *Language and humour in the media*. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Hay, J. (1995). *Gender and Humour: Beyond a Joke*. Master thesis, Victoria University of Wellington. Verkregen op 21 februari, 2016 van <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.3.5937&rep=rep1&type=pdf>
- Highfield, T. (2015). Tweeted joke lifespans and appropriated punch lines: Practices around topical humor on social media. *International Journal Of Communication*, 9, 22. Verkregen op 21 feb, 2016 van <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3611>
- Klompenhouwer, L. (2015, 6 september). Naar schatting 15.000 migranten aangekomen in Duitsland. *De Volkskrant*. Verkregen op 3 mei, 2016 van <http://www.nrc.nl/nieuws/2015/09/06/vijfduizend-migranten-verwacht-in-duitsland-vandaag-geen-extra-eu-top>
- Koolhof, K. (2015, 2 september). Verdronken jongetje geeft vluchteling een nieuw gezicht. *Het Algemeen Dagblad*. Verkregen op 3 mei, 2015 van <http://www.ad.nl/ad/nl/36281/Vluchtelingenstroom-West-Europa/article/detail/4134264/2015/09/02/Verdronken-jongetje-geeft-vluchteling-een-nieuw-gezicht.dhtml>
- Lurie, A., & Monahan, K. (2015). Humor, aging, and life review: Survival through the use of humor. *Social Work in Mental Health*, 13(1), 82–91. <http://doi.org/10.1080/15332985.2014.884519>
- Martin, R. A. (2010). *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. Elsevier Science. Verkregen op 16 maart, 2016 van [https://books.google.nl/books?id=ieAcp2Z\\_zkIC](https://books.google.nl/books?id=ieAcp2Z_zkIC)
- McGraw, P., Williams, L.E., & Warren, C. (2013). The rise and fall of humor: Psychological distance modulates humorous responses to tragedy. *Social Psychological and Personality Science*. DOI: 10.1177/1948550613515006.

- Meyer, J. C. (2000). Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. *Communication Theory*, 10: 310–331. doi: 10.1111/j.1468-2885.2000.tb00194.x
- Molyneux, L. (2015). What journalists retweet: Opinion, humor, and brand development on Twitter. *Journalism*, 16(7), 920-935.
- Monté, A. (2012). *Twitteren in crisissituaties: er kan meer dan je denkt*. Verkregen op 21 feb 2016, van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/brochures/2012/11/14/crisis-communicatie-en-twitter>
- Mollema, L., Harmsen, I.A., Broekhuizen, E., Clijnk, R., Melker, de H., Paulussen, T., ... Das, E. (2015). Disease detection or public opinion reflection? Content analysis of tweets, other social media, and online newspapers during the measles outbreak in the Netherlands in 2013. *Journal of Medical Internet Research*, 17(5), 1-12.
- NOS. (2015a). *EU begint marineoperatie tegen smokkelaars op zee*. Verkregen op 3 mei, 2016 van <http://nos.nl/artikel/2042777-eu-begint-marineoperatie-tegen-smokkelaars-op-zee.html>
- NOS. (2015b). *Geschokte reacties op foto aangespoeld jongetje voor Turkse kust*. Verkregen op 3 mei, 2016 van <http://nos.nl/artikel/2055567-geschokte-reacties-op-foto-aangespoeld-jongetje-voor-turkse-kust.html>
- NOS. (2015c). *Honderden vluchtelingen nog steeds in Hongaarse treinen*. Verkregen op 3 mei, 2016 van <http://nos.nl/artikel/2055812-honderden-vluchtelingen-nog-steeds-in-hongaarse-treinen.html>
- NOS. (2015d). *Nieuwe trein met vluchtelingen op weg naar München*. Verkregen op 3 mei, 2016 van <http://nos.nl/artikel/2056189-nieuwe-trein-met-vluchtelingen-op-weg-naar-munchen.html>
- Oosterveer, D. (2016, 25 januari). *Sociale media in Nederland 2016: WhatsApp overstijgt Facebook*. [Blog post]. Verkregen op 17 maart, 2016 van <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-2016-whatsapp-overstijgt-facebook>
- Raz, Y. (2012). Automatic humor classification on Twitter. *Proceedings of the 2012 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies: Student Research Workshop* (pp. 66-70). Association for Computational Linguistics.
- Reavley, N.J., & Pilkington, P.D. (2014). Use of Twitter to monitor attitudes towards depression and schizophrenia: an exploratory study. *PeerJ*, 2, e647.

<http://doi.org/10.7717/peerj.647>

- Reyes, A., Rosso, P., & Buscaldi, D. (2009). Humor in the blogosphere: First clues for a verbal humor taxonomy. *Journal of Intelligent Systems*, 18(4).
- Scheffers, J. (2015, 20 maart). Kijken: unieke indringende beelden van Syrische vluchtelingen tijdens overtocht. *NRC*. Verkregen op 3 mei, 2016 van <http://www.nrc.nl/nieuws/2015/03/20/kijken-unieke-indringende-beelden-van-syrische-vluchtelingen-tijdens-overtocht>
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public Relations Review*, 37(1), 20 – 27. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.001>
- Sinnapan, S., Farrell, C., & Stewart, E. (2010). Priceless tweets! A study on Twitter messages posted during crisis: Black Saturday. *ACIS 2010 Proceedings*. Paper 39. Verkregen op 17 maart, 2016 van <http://aisel.aisnet.org/acis2010/39>
- Schweitzer, R., Perkoulidis, S., Krome, S., Ludlow, C., & Ryan, M. (2005). Attitudes towards refugees: The dark side of prejudice in Australia. *Australian Journal of Psychology*, 57(3), 170-179. Verkregen op 16 mei, 2016 van [http://eprints.qut.edu.au/3878/1/3878\\_1.pdf](http://eprints.qut.edu.au/3878/1/3878_1.pdf)
- Velden, L. van Der. (2015, 2 september). Deze foto moet Europa veranderen. *De Volkskrant*. Verkregen op 16 maart, 2016 van <http://www.volkskrant.nl/buitenland/tragische-foto-gaat-de-wereld-over-dit-is-het-falen-van-de-wereld~a4134207/>
- White, C. M. (2011). Social media, crisis communication, and emergency management: Leveraging web 2.0 technologies. Taylor & Francis. Verkregen op 16 maart, 2016 van <https://books.google.nl/books?id=bz08DhXc4u0C>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369.
- Willems, J. (2015). *‘There’s something not quite right about not quite right: the role of humor in individual and community resilience in crises*. Verkregen op 20 februari, 2016 van <http://arrow.monash.edu.au/hdl/1959.1/1215173>
- Zhang, R., & Liu, N. (2014, november). Recognizing humor on twitter. (pp. 889-898). ACM.

## Bijlages

Bijlage 1. Codering van verschillende vormen van humor gebaseerd op de taxonomie van Hay (1995)

| Categorie humor | Beschrijving codering                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Anekdote     | Een kort verhaaltje van een gebeurtenis die de Twittergebruiker heeft meegemaakt en die als grappig wordt beschouwd.                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2. Fantasie     | Een fantasie is een constructie van humoristische en imaginaire scenario's of gebeurtenissen, naar aanleiding van wat iemand anders vertelt of wat iemand heeft meegemaakt.                                                                                                                                                                                           |
| 3. Belediging   | Een belediging is een opmerking die iemand bekritiseert, vernedert of andere negatieve kenmerken aan iemand toeschrijft. Dit kan zowel in de vorm van een (onschuldige) persiflage, karikatuur of echte negatieve benadering.                                                                                                                                         |
| 4. Ironie       | Deze categorie bevat zowel ironische als sarcastische opmerkingen. Beide vormen van humor gaan uit van twee algemene criteria: het tegenovergestelde zeggen van wat er bedoeld wordt of iets anders zeggen dan dat er daadwerkelijk bedoeld wordt.                                                                                                                    |
| 5. Grap         | Grappen zijn humoristische uitingen met een clue of punchline. Soms kunnen grappen gesteld worden in de vorm van een mop, een vaste grap die circuleert onder mensen en die men onthoudt en opnieuw vertelt.                                                                                                                                                          |
| 6. Observatief  | Binnen deze categorie vallen grappen of humoristische uitingen die iets te maken hebben met een observatie van iemand. Wat iemand gezien, gehoord of meegemaakt heeft wordt op een grappige manier gepresenteerd.                                                                                                                                                     |
| 7. Citaat       | Een citaat is een herhaling van iets dat iemand al een keer eerder heeft gezegd. Het is vaak het herhalen van een uitspraak in een film, serie, televisieprogramma of een andere vorm van media. Om een citaat als grappig te kunnen beschouwen moeten de ontvangers van de grap (het citaat) kunnen herkennen en in de nieuwe context als grappig kunnen beschouwen. |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8. Rollenspel                     | Een rollenspel is een adaptatie van een stem of persoonlijkheid van een ander voor een humoristisch effect. Het is een vorm van persiflage, waarbij een ander nageaapt wordt om grappig over te komen. Een rollenspel zal op een medium als Twitter niet zo snel voorkomen, omdat het een soort ‘show’ is die iemand sneller in het echt op zal voeren. |
| 9. Zelfspot                       | Zelfspot is een belediging direct gericht aan iemand zelf. De zender en de ontvanger van de boodschap zijn hetzelfde. Zelfspot wordt vaak gebruikt als een verdedigingsmechanisme wanneer iemand iets ongemakkelijks of belachelijks heeft gedaan; een belediging verliest zijn kracht als iemand zichzelf al heeft beledigd.                           |
| 10. 18+ Humor /<br>Vulgaire humor | Onder deze categorie vallen ‘poep en piesgrappen’ en sexueel getinte uitingen. Vulgaire humor is vaak ‘fout’, maar toch vinden mensen het grappig. Het gaat vaak gepaard met vunzig taalgebruik.                                                                                                                                                        |
| 11. Woordspeling                  | Een woordspeling is een humoristische opmerking waarin de humor ontstaat door de betekenis, klank of dubbelzinnigheid van woorden. Een woordspeling kan vaak door de gekozen woorden twee dingen betekenen en de zender van een woordspeling buit de dubbelzinnigheid van taal uit.                                                                     |
| 12. Overige humor                 | Alle vormen van humor die de codeurs nog wel als grappig beschouwen, maar die zij niet in één van de andere categorieën kunnen plaatsen.                                                                                                                                                                                                                |
| 13. Geen humor                    | Alle tweets waar geen van bovenstaande categorieën aan toegewezen kan worden.                                                                                                                                                                                                                                                                           |

---

Bijlage 2.                      Codering attitude van de Twittergebruikers ten opzichte van de vluchtelingencrisis

| Attitude    | Beschrijving codering                                                                                                                                               |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Negatief | De attitude is negatief wanneer er duidelijk uit de inhoud blijkt dat iemand het niet eens is met de situatie die besproken wordt of als er kritiek geleverd wordt. |

2. Neutraal De attitude is neutraal wanneer de Twittergebruikers objectieve informatie zoals feiten of links delen. In geval van twijfel zal de attitude als neutraal gecodeerd worden.
3. Positief De attitude is positief als men het ergens mee eens is, als er iets gewaardeerd wordt of wanneer het niet neutraal of niet negatief is.
- 

Bijlage 3. Codering van de verschillende gebruikerstypes Twittergebruikers, afgeleid van eerder onderzoek (Molyneux, 2015; Highfield, 2015; Willems, 2015; Mollema, et al., 2013, Monté, 2012, Acar & Muraki, 2011)

| Gebruikerstype      | Beschrijving codering                                                                                                                                                                                           |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. De overheid      | De accounts van gemeenten, bewindspersonen (in de Tweede en Eerste Kamer) en ander instanties van de Rijksoverheid.                                                                                             |
| 2. De journalistiek | Alle accounts die een vorm van journalistiek bedrijven: kranten, radio, tv en lokale nieuwsaccounts. Bij het hercoderen zijn alle journalisten die op persoonlijke titel tweetten hier aan toegevoegd.          |
| 3. De gewone burger | Alle accounts die vanaf persoonlijke titel tweeten. Bij het hercoderen zijn hier accounts aan toegevoegd die per ongeluk in de verkeerde categorie terecht waren gekomen.                                       |
| 4. Een beroemdheid  | Alle accounts van bekende Nederlanders en Belgen. Bij het hercoderen bleken enkele onbekende Nederlanders als beroemd te zijn gecodeerd en dit is hersteld.                                                     |
| 5. Een instantie    | Alle accounts van bedrijven of organisaties die niet onder de overheid of journalistiek vallen.                                                                                                                 |
| 6. Overig           | Alle overige accounts die in geen van bovenstaande categorieën vallen of waarvan onduidelijk is tot welke categorie de account behoort (door vreemde visuele elementen op profiel, een buitenlandse taal, etc.) |

---

#### **Bijlage 4. Verklaring geen fraude en plagiaat**

Aan het einde van het traject inleveren bij je uitgeprinte BA-scriptie

---

Ondergetekende

[Voornaam, achternaam en studentnummer],

.....

bachelorstudent Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Letterenfaculteit van de Radboud Universiteit Nijmegen,

verklaart dat deze scriptie volledig oorspronkelijk is en uitsluitend door hem/haarzelf geschreven is. Bij alle informatie en ideeën ontleend aan andere bronnen, heeft ondergetekende expliciet en in detail verwezen naar de vindplaatsen. De erin gepresenteerde onderzoeksgegevens zijn door ondergetekende zelf verzameld op de in de scriptie beschreven wijze.

Plaats + datum .....

Handtekening .....

## Bijlage 5. Beoordelingsformulier BA-scriptie

Datum beoordeling:

Naam student:

Leonie Sliepenbeek

Studentnummer:

s4362772

Eerste beoordelaar:

drs. Van Lent

Tweede beoordelaar:

dr. Starren

Ingevuld door:

eerste / tweede beoordelaar (omcirkel wat van toepassing is)

| 1. Introductie en theorie                                                                                                         | twijfel-<br>achtig | behoor-<br>lijk | (zeer)<br>goed |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----------------|
| 1.1 Behandeling wetenschappelijke literatuur                                                                                      |                    |                 |                |
| a. De scriptie is ingebed in een breder kader van functionele communicatie dan het specifieke onderwerp van onderzoek.            |                    |                 |                |
| b. Wetenschappelijke literatuur (theorieën en resultaten) is volledig, nauwkeurig en begrijpelijk weergegeven.                    |                    |                 |                |
| <i>Toelichting 1.1:</i>                                                                                                           |                    |                 |                |
| 1.2 Probleemstelling en relevantie                                                                                                |                    |                 |                |
| a. De bespreking van de literatuur mondt uit in de keuze van een eigen vraag of hypothese om de probleemstelling te beantwoorden. |                    |                 |                |
| b. Het theoretische belang van de scriptie is helder geformuleerd.                                                                |                    |                 |                |
| c. De probleemstelling is helder en bondig geformuleerd en wordt, indien noodzakelijk, ontleed in deelvragen.                     |                    |                 |                |
| <i>Toelichting 1.2:</i>                                                                                                           |                    |                 |                |
| 2. Methode                                                                                                                        | twijfel-<br>achtig | behoor-<br>lijk | (zeer)<br>goed |
| 2.1 De beschrijving van de onafhankelijke variabelen is adequaat weergegeven.                                                     |                    |                 |                |
| 2.2 De operationalisatie van de afhankelijke variabelen is adequaat weergegeven.                                                  |                    |                 |                |
| 2.3 De onderzoeksmethode is adequaat voor de beantwoording van de onderzoeksvraag of de toetsing van de hypothese.                |                    |                 |                |
| 2.4 De beschrijving is volledig en maakt replicatie van het onderzoek mogelijk.                                                   |                    |                 |                |
| <i>Toelichting 2:</i>                                                                                                             |                    |                 |                |
| 3. Resultaten                                                                                                                     | twijfel-<br>achtig | behoor-<br>lijk | (zeer)<br>goed |
| 3.1 Er is een adequate techniek gebruikt om de onderzoeksvraag te beantwoorden of de hypothese te toetsen.                        |                    |                 |                |
| 3.2 De verslaglegging van de resultaten is accuraat (bv. statistische toetsing, tabellen, figuren, analyses).                     |                    |                 |                |
| 3.3 De resultaten zijn begrijpelijk en stapsgewijs uitgelegd (bv. met tabellen,                                                   |                    |                 |                |

|                                                                                                                                                                                  |                    |                 |                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----------------|
| figuren).                                                                                                                                                                        |                    |                 |                |
| <i>Toelichting 3:</i>                                                                                                                                                            |                    |                 |                |
| <b>4. Discussie en conclusie</b>                                                                                                                                                 | twijfel-<br>achtig | behoor-<br>lijk | (zeer)<br>goed |
| 4.1 De onderzoeksvraag of hypothese is expliciet beantwoord.                                                                                                                     |                    |                 |                |
| 4.2 De resultaten zijn teruggekoppeld naar de literatuur in de inleiding aan bod is gekomen.                                                                                     |                    |                 |                |
| 4.3 De implicaties voor verder onderzoek en theorieontwikkeling zijn geformuleerd.                                                                                               |                    |                 |                |
| 4.4 Er is kritisch gereflecteerd op de gebruikte onderzoeksmethode en op de tekortkomingen van het eigen onderzoek.                                                              |                    |                 |                |
| 4.5 De betekenis van het onderzoek voor functionele communicatie wordt in een ethisch, ideologisch of maatschappelijk kader geplaatst.                                           |                    |                 |                |
| 4.6 Implicaties van het onderzoek voor de praktijk zijn geschetst.                                                                                                               |                    |                 |                |
| <i>Toelichting 4:</i>                                                                                                                                                            |                    |                 |                |
| <b>5. Taal, structuur, stijl en proces</b>                                                                                                                                       | twijfel-<br>achtig | behoor-<br>lijk | (zeer)<br>goed |
| 5.1 Het onderscheid tussen feiten die door anderen geobserveerd zijn, veronderstellingen en visies van anderen, eigen waarnemingen, en eigen meningen komt duidelijk naar voren. |                    |                 |                |
| 5.2 Het taalgebruik is academisch, verzorgd en begrijpelijk.                                                                                                                     |                    |                 |                |
| 5.3 De scriptie heeft een heldere opbouw.                                                                                                                                        |                    |                 |                |
| 5.4 De literatuurverwijzingen, tabellen, en opbouw zijn conform de richtlijnen van het Vademecum.                                                                                |                    |                 |                |
| 5.5 De scriptie voldoet aan de omvang die het Vademecum voorschrijft.                                                                                                            |                    |                 |                |
| 5.6 De student heeft in voldoende mate bijgedragen aan de werkzaamheden en besluitvorming in de kring.                                                                           |                    |                 |                |
| <i>Toelichting 5:</i>                                                                                                                                                            |                    |                 |                |

#### Heeft de student met de BA-scriptie voldaan aan eindkwalificaties van de BA-opleiding?

| <b>6. Eindkwalificaties</b> (1, 2 en 3 zijn verplicht)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ja | nee |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|
| <b>1. Taal, Communicatie en Organisatie</b> – De studenten hebben kennis van en inzicht in het communicatieproces van organisaties, in het bijzonder in de contextuele en talige factoren die daarin een rol spelen. Zij zijn in staat het communicatieproces te analyseren in termen van communicatiemodellen en communicatiestrategieën en hun kennis en inzichten toe te passen in real-life cases. |    |     |
| <b>2. Algemene Academische Vaardigheden</b> – De studenten bezitten algemene academische vaardigheden, met name op het terrein van communicatie, samenwerking en ICT.                                                                                                                                                                                                                                  |    |     |
| <b>3. Methodologie</b> – De studenten hebben kennis van en inzicht en vaardigheden in de kwalitatieve en kwantitatieve methoden van onderzoek naar communicatie van organisaties, en zij zijn in staat deze verworvenheden in te zetten als ze een keuze voor een onderzoeksmethode moeten maken om een onderzoeksvraag te beantwoorden.                                                               |    |     |
| <i>(optioneel)</i> <b>4. Vreemde Taal</b> – De studenten hebben zodanige communicatieve competenties in de vreemde taal en kennis en inzicht in de sociaal-culturele en economische aspecten van landen waarin de taal gesproken wordt, dat zij in staat zijn om communicatieproducten van organisaties in de vreemde taal te evalueren, aan te passen en zelf te ontwerpen.                           |    |     |
| <i>(optioneel)</i> <b>5. Interculturele Communicatie</b> – De studenten hebben kennis van en inzicht in de wijze waarop cultuur het communicatieproces van internationaal opererende organisaties kan beïnvloeden, en zij zijn in staat om deze kennis en inzichten toe te passen in internationale real-life cases.                                                                                   |    |     |

#### Samenvatting van het oordeel over de scriptie: