

Een persbericht in 140 tekens?

Een onderzoek naar tweets van Tweede Kamerleden en in hoeverre deze worden overgenomen door Nederlandse dagbladen



Alexander Pechtold (D66)

De dag zit erop. Morgen in de fractie bespreken of we met het kabinet tot een woonakkoord kunnen komen.

11 februari 2013 om 23:56 via Twitter [↗](#) - Link - Delen [▼](#)



Machiel de Graaf @GraafdeMachiel

14 februari

"Willem II staat stijf bovenaan in eredivisie", aldus Bert Meerstadt #NS
"PSV en Ajax zijn jaloeers op de Tilburgers" bit.ly/UijDCE

[Openen](#)



Paul Ulenbelt (SP)

Noemt de paus zich naar Franciscus van Assisi <http://t.co/SkfpFcJavC> [↗](#) of naar de eerste jezuïet die Franciscus heette? <http://t.co/ty1KF5ruhl> [↗](#)

13 maart 2013 om 23:53 via Twitter [↗](#) - Link - Delen [▼](#)



Janinka Zilverschoon

@Janinkazil

Studentnummer: 361772 Email: janinkazilverschoon@gmail.com

Begeleider: Dr. C. Aalberts Tweede lezer: Dr. J. Jansz Erasmus
Universiteit Rotterdam

Een persbericht in 140 tekens?

Een onderzoek naar tweets van Tweede Kamerleden en in hoeverre deze worden overgenomen door Nederlandse dagbladen

Datum: 24 juni 2013

Naam: Janinka Zilverschoon

Studentnummer: 361772

Email: janinkazilverschoon@gmail.com

Begeleider: Dr. C. Aalberts

Tweede lezer: Dr. J. Jansz

Erasmus Universiteit Rotterdam

Erasmus School of History, Culture and Communication

Master Media en Journalistiek



Voorwoord

Tijdens het eerste gesprek met mijn begeleider, Chris Aalberts, gaf ik aan dat ik graag een kwantitatief onderzoek wilde doen. “Laat mij maar tellen”, riep ik toen nog heel enthousiast. En tellen kon ik tijdens dit onderzoek. Met 4477 te coderen tweets en honderden artikelen in LexisNexis veranderende het ‘tellen’ al snel in aftellen. Maar het is gelukt en achteraf viel het allemaal wel mee. Een scriptie schrijven is eigenlijk best leuk!

Tijdens het schrijven van deze scriptie heb ik hulp gekregen van een aantal mensen, hen wil ik graag bedanken. Allereerst natuurlijk Chris Aalberts voor zijn altijd snelle reactie en nuttige feedback. Ook wil ik Jet Kruithof en Justin Streuper bedanken voor het gebruik van hun handige tools waardoor het ordenen van de tweets en de thema’s een stuk makkelijker ging. Daarnaast wil ik Jantine en Mariëlle Zilverschoon bedanken voor hun hulp en adviezen.

Rotterdam, juni 2013

Janinka Zilverschoon

Inhoud

1. Inleiding.....	4
1.1 Relevantie.....	6
2. Theoretisch kader.....	7
2.1 Sociale media.....	7
2.2 Sociale media en de deliberatieve democratie.....	9
2.3 Eenrichtingsverkeer.....	10
2.4 Trends in de journalistiek.....	12
2.5 Nieuwswaarden.....	16
2.6 Nieuwsbronnen.....	18
2.7 Twitter als bron.....	20
2.8 Conclusie.....	23
3. Methode.....	25
3.1 Data en onderzoeksperiode.....	25
3.2 Inhoudsanalyse.....	26
3.3 Operationalisering.....	26
4. Resultaten.....	35
4.1 Twitterende Kamerleden.....	35
4.2 Thema's in tweets.....	38
4.3 Overname door kranten.....	44
5. Conclusie en discussie.....	53
5.1 Resultaten.....	53
5.2 Discussie.....	55
5.3 Vervolgonderzoek.....	58
6. Literatuurlijst.....	60
7. Bijlage 1 – Codeboek.....	66

1. Inleiding

Een persbericht versturen in 140 tekens, is dat mogelijk? In 2011 geeft Wilders via Twitter een reactie op de aanslagen in Oslo. Met zijn tweet :*“Vreselijke aanslag in Oslo, zoveel onschuldige slachtoffers van gewelddadige, zieke geest. PVV rouwt mee met nabestaanden en Noorse volk”* haalde Wilders bijna alle kranten (AD, 2011, Het Parool, 2011, De Telegraaf, 2011, NRC, 2011, Reformatorisch Dagblad, 2011). Pas vier dagen na de aanslagen reageerde de PVV met een officieel persbericht. Dit voorbeeld geeft aan dat Twitter daadwerkelijk gebruikt kan worden als persbericht. Twitter biedt mogelijkheden voor politici om (politieke)boodschappen te verspreiden en zij kunnen snel een reactie geven op onverwachte gebeurtenissen, zoals na de aanslagen in Noorwegen in 2011. Voor journalisten kunnen deze tweets een interessante bron zijn. Het is de vraag of dit voorbeeld van Wilders slechts een uitzondering is of dat Twitter regelmatig gebruikt wordt als bron voor journalisten.

Er is veel discussie over de invloed van Twitter op burgers, de politiek en journalisten. Hebben politici bijvoorbeeld nog wel journalisten nodig als zij ook zelf rechtstreeks met de burger kunnen communiceren door middel van Twitter? Sociale media zouden gezien kunnen worden als een oplossing voor de kloof tussen de politiek en burgers (Aalberts & Kreijveld, 2011). Sociale media bieden immers een mogelijkheid om burgers te bereiken zonder tussenkomst van journalisten. Naast de mogelijkheid om met burgers direct te kunnen communiceren, worden sociale media ook gebruikt als bron voor journalisten, zoals bovenstaand voorbeeld laat zien. Als de online activiteiten van politici interessant genoeg zijn voor kranten, televisie of radio, kan deze content door journalisten in de verslaggeving worden gebruikt (Vergeer, Hermans & Sams, 2011).

Politici lijken op Twitter ongeveer net zo invloedrijk te zijn als journalisten, zo blijkt uit onderzoek van het PR-bedrijf Burson-Marsteller. In de top tien van twitteraars met de meeste politieke invloed staan namelijk zes politici en vier politiek journalisten (NOS, 2012). Politici die in deze top tien staan, zijn: Alexander Pechtold, Boris van der Ham, Diederik Samsom, Maxime Verhagen, Liesbeth van Tongeren en Geert Wilders (Burson-Marsteller, 2012). Twitter wordt door politici ook wel gezien als een nieuwe manier om snel een persbericht te verspreiden. Zo geeft Alexander Pechtold aan: “Je kunt heel makkelijk en snel je boodschap kwijt. Het scheelt vaak weer een persberichtje.” (de Volkskrant, 2012)

Twitter kan gezien worden als goed medium voor de democratie. In een democratie is het van belang dat burgers goed op de hoogte worden gehouden van alle ontwikkelingen in de samenleving (Bardoel & Van Cuilenburg, 2003). Met de komst van sociale media zijn burgers niet meer alleen afhankelijk van de informatie die journalisten verspreiden. Politici kunnen nu ook zelf direct communiceren over wat er in debatten wordt besproken. Daarnaast kunnen burgers ook direct reageren op politici en de politici weer op de burger. Sociale media zorgen in dit opzicht voor

openheid en transparantie. Ook hebben politici meer controle over de boodschap. Zo gaf Femke Halsema bijvoorbeeld aan dat je in kranten en op televisie erg afhankelijk bent van de duiding door journalisten, op Twitter heb je zelf de regie in handen (de Volkskrant, 2010). Politici hoeven dan dus niet bang te zijn dat hun boodschap wordt verdraaid, zij zijn zelf de zender.

Maar niet iedereen is voorstander van al dat getwitter tijdens debatten en vergaderingen. Zo opperde oud Tweede Kamervoorzitter Gerri Verbeet al eens een twitterverbod tijdens debatten. Zij vond het vervelend dat politici tijdens debatten met hun smartphone bezig zijn. Tevens kan het politici afleiden van het debat en kunnen zij ook andere dingen op hun smartphone aan het doen zijn. Ook SP-Kamerlid Jan de Wit wil dat Twitter verboden wordt tijdens debatten en vergaderingen. Hij vindt Twitter “Akelige politieke egotripperij, die verboden zou moeten worden” (Joop.nl, 2012). Of Twitter echt kan bijdragen aan de democratie valt te bezien. Niet iedere burger is op Twitter aanwezig en interactie tussen politici en burgers lijkt in praktijk tegen te vallen. Daarnaast hebben de meeste politici ook niet een heel groot bereik via Twitter. Buiten Geert Wilders die meer dan 200.000 volgers heeft of Alexander Pechtold en Diederik Samsom, hebben de meeste politici slechts enkele honderden of duizenden volgers. Kan je dan echt stellen dat Twitter bij zou dragen aan de democratie als de boodschap alleen terecht komt bij een kleine groep op Twitter?

De Vreese geeft in een artikel in dagblad *Trouw* aan dat de impact van sociale media overschat wordt. Hij geeft aan dat Twitter nu vooral gebruikt wordt door politici om hun boodschappen te verspreiden onder hun eigen volgers. Pas als traditionele media aandacht gaan besteden aan deze tweets, zou het effect van sociale media gevolgen kunnen hebben (Trouw, 2012). Maxime Verhagen was in 2008 de eerste twitterende politicus in de Tweede Kamer. Inmiddels hebben 140 Kamerleden een account op Twitter en verspreiden zij met z'n allen wekelijks zo'n 2000 tweets. Twitter is één van de meest populaire applicaties van Web 2.0 onder politici.

Of al deze tweets ook gelezen worden door burgers die niet op Twitter zitten, valt te bezien. Heeft het inderdaad nut om zoals Alexander Pechtold stelt een tweet eruit te sturen in plaats van een persbericht? In dit onderzoek zal onderzocht worden in welke mate journalisten de tweets van Tweede Kamerleden gebruiken in hun verslaggeving. Worden deze tweets inderdaad alleen gelezen door eigen volgers zoals De Vreese stelt en wordt de impact van sociale media overschat of komen deze tweets ook terug in traditionele media? De volgende onderzoeksvraag zal beantwoord gaan worden:

Welke thema's komen naar voren in tweets van Tweede Kamerleden en in hoeverre worden deze tweets overgenomen door Nederlandse dagbladen?

1.1 Relevantie

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te krijgen in de tweets die verspreid worden door politici en om te onderzoeken welke tweets wel en welke niet worden overgenomen in de verslaggeving van journalisten. Is Twitter (slechts) een middel om boodschappen te verspreiden onder eigen volgers of nemen de reguliere media tweets over en wordt het bereik van de tweet dus vergroot? Dit onderzoek is maatschappelijk relevant omdat steeds meer Tweede Kamerleden zijn gaan twitteren en het onduidelijk is wat de impact van Twitter is. Het is interessant om te onderzoeken of tweets worden overgenomen en of dit tweets zijn over inhoudelijke standpunten of andere zaken. Twitter kan mogelijk een rol spelen in het electorale proces. Politici kunnen namelijk door middel van Twitter burgers op de hoogte brengen van hun standpunten. Bovendien kan Twitter burgers helpen om een keuze te maken op welke partij zij kunnen stemmen. Daarnaast biedt Twitter voor kleine partijen, die doorgaans minder media-aandacht krijgen dan grote partijen, een mogelijkheid om aandacht te vragen voor hun standpunten. Zonder tussenkomst van journalisten kunnen politici direct de informatie verspreiden onder burgers. Of zij met Twitter ook de reguliere media bereiken en dan dus een breder publiek bereiken, zal uit dit onderzoek blijken.

De impact van sociale media wordt door verschillende onderzoekers bediscussieerd. Er is veel onderzoek gedaan naar hoe je burgers door middel van sociale media bij de politiek kan betrekken (Aalberts & Kreijveld, 2011; Bekkers, Beunders, Edwards & Moody, 2009; Kushin & Yamamoto, 2010). Echter uit deze onderzoeken blijkt dat de verwachte interactie tussen burgers en politici juist vaak uitblijft. Sociale media worden voornamelijk gebruikt om informatie te delen en niet zozeer om een relatie op te bouwen met (potentiële) kiezers (Kluver, Jankowski, Foot, Schneider, 2007; Vitak, Zube, Smock, Carr, Ellison & Lampe, 2011; Aalberts & Kreijveld, 2011). Sociale media zijn een relatief nieuwe manier om toegang te krijgen tot de media. Omdat deze manier relatief gezien vrij nieuw is, is er nog niet veel onderzoek naar gedaan. Broersma en Graham (2012) hebben bijvoorbeeld gekeken naar het gebruik van tweets van Partijkandidaten tijdens de verkiezingen in 2010. Zij keken onder andere naar de functie die tweets hebben in dagbladen. Er is op dit gebied nog veel (aanvullend) onderzoek te verrichten. Dit onderzoek zal een bijdragen leveren aan de wetenschappelijke discussie wat de toegevoegde waarde van Twitter is voor politici en of zij door middel van Twitter ook de reguliere media kunnen bereiken. Dit onderzoek zal inzicht geven in hoeverre journalisten daadwerkelijk gebruik maken van tweets van Tweede Kamerleden en of Twitter dus daadwerkelijk een meerwaarde kan zijn voor politici.

2. Theoretisch kader

Om antwoord te kunnen geven op de centrale vraag, wordt in dit hoofdstuk een beeld geschetst hoe politici, burgers en journalisten zich tot elkaar verhouden en welke rol sociale media hierin spelen. Eerst zullen sociale media en web 2.0 gedefinieerd worden, daarna worden de mogelijkheden van sociale media voor een deliberatieve democratie besproken. Vervolgens worden trends in de journalistiek besproken, de werkwijze van parlementair journalisten en het productieproces van nieuws. Tot slot zal een beeld geschetst worden hoe bronnen worden gebruikt door journalisten en hoe Twitter als bron gebruikt wordt op redacties van dagbladen.

2.1 Sociale media

In tegenstelling tot Web 1.0 waar enkel de auteur van de website controle had over de informatie die op websites verscheen, kunnen content en applicaties bij Web 2.0 gemaakt, beheerd en aangevuld worden door alle internetgebruikers (Kaplan & Haenlein 2010). Met de komst van sociale media krijgen internetgebruikers dus meer dan ooit de mogelijkheid om zelf in contact te komen met anderen en informatie te delen (Aalberts & Kreijveld, 2011). De definitie van sociale media kan aan de hand van de volgende omschrijving uitgelegd worden:

“Social media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content.”

(Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61)

User Generated Content zijn alle verschillende vormen van mediacontent die gecreëerd en gepubliceerd worden door internetgebruikers (Kaplan & Haenlein 2010). Sociale media bieden gewone burgers dus de mogelijkheid om content te plaatsen, te delen en aan te vullen. Sociale media zijn populair in Nederland. Facebook, Youtube en LinkedIn staan in de top 10 van meest populaire websites van het land (Alexa: The Web Information Company, 2013).

Er kan onderscheid worden gemaakt tussen vier verschillende vormen van sociale media: sociale netwerken, sociale redactionele media, blogs en micro-blogs (Raad voor het openbaar bestuur [Rob], 2012, p. 19). Sociale netwerken zijn digitale netwerken waarin mensen met elkaar communiceren en waarin zij informatie met elkaar kunnen delen. Dit wordt zowel zakelijk gedaan, bijvoorbeeld via LinkedIn, als tussen vrienden op Facebook, of tussen mensen met eenzelfde interesse op een bepaald forum. Bij sociale netwerksites kan de content geplaatst worden door gewone burgers, dit in tegenstelling tot sociale redactionele media, waar de content wordt geplaatst door een redactie (Rob, 2012). Bezoekers kunnen op deze content reageren. Dit zie je bijvoorbeeld bij de website *nu.nl* of op websites van tijdschriften. De derde vorm van sociale media is een weblog, een weblog biedt voor iedereen een mogelijkheid om persoonlijke belevenissen en meningen over

actuele zaken te delen. Bezoekers van een blog kunnen vaak reageren op het bericht.

Een micro-blog is eigenlijk een blog maar dan voor korte boodschappen. Deze korte boodschappen worden gestuurd naar volgers, zij ontvangen de berichten automatisch (Rob, 2012). Een bericht kan snel een groot bereik krijgen doordat volgers het bericht weer kunnen doorsturen naar hun volgers. Twitter is het bekendste voorbeeld van een microblog. Twitter bestaat sinds 2006 en is een applicatie waar mensen in 140 karakters een boodschap kunnen verspreiden. Doordat het bericht uit maximaal 140 karakters kan bestaan, wordt Twitter ook wel gezien als micro-blog. Berichten die verspreid worden op Twitter worden tweets genoemd, deze kunnen zowel privé als openbaar verstuurd worden. Als je een account hebt op Twitter kan je zelf bepalen wie je volgt. Als volger ontvang je alle tweets van de mensen die je volgt. Als je een tweet van een ander wilt verspreiden onder je eigen volgers kun je deze retweeten (RT) en wordt het bereik van een tweet dus vergroot. In tegenstelling tot veel andere sociale netwerksites hoef je bij Twitter geen toestemming te vragen als je iemand wilt volgen. Naast tekstberichten kun je ook links, foto's of video's delen. Om tweets te categoriseren worden hashtags (#) gebruikt in tweets. Als twitteraar kan je op deze manier een soort label toekennen aan je tweet. Zo kan je gemakkelijk andere tweets met ditzelfde label terug vinden. Tweets met een hashtag worden snel populair en vaak 'Trending Topics', zoals dit op Twitter wordt genoemd.

Twitter heeft sinds 2006 een enorme groei gemaakt. Twitter maakte in 2012 bekend dat zij 140 miljoen actieve accounts hebben die dagelijks 340 miljoen tweets verspreiden. Barack Obama heeft ruim 27 miljoen volgers wereldwijd en ook andere beroemdheden zoals Oprah Winfrey hebben miljoenen volgers op Twitter. Naast beroemdheden zijn er ook veel organisaties actief op Twitter. In Nederland nam de populariteit van deze microblog eveneens snel toe. Op internet zijn verschillende onderzoeken te vinden die een indicatie geven van de populariteit van Twitter. Zo hebben inmiddels 7,6 miljoen Nederlanders een account op Twitter, hiervan is 1 miljoen actief, zo blijkt uit onderzoek van Multiscope (marketingfacts.nl, 2012). Twitter staat op de dertiende plek van meest populaire sites van Nederland (Alexa: The Web Information Company, 2013). Twitter wordt met name gebruikt door mensen die geïnteresseerd zijn in het nieuws, de grootste groep gebruikers is tussen de 35 en 49 jaar (Farhi, 2009, zoals geciteerd in Hermida, 2010).

Sociale media bieden in theorie voor zowel journalisten als politici nieuwe kansen. Met de komst van websites, micro-blogging sites en sociale netwerksites kunnen politici zelf heel makkelijk hun eigen mening verkondigen zonder tussenkomst van andere partijen zoals journalisten en partijfunctionarissen (Vergeer et al., 2011). De politicus hoeft niet bang te zijn dat zijn boodschap wordt verdraaid of in een verkeerde context wordt geplaatst. De politicus bepaalt zelf de boodschap, want hij is de eindredacteur (Rob, 2012). Politici kunnen via sociale media hun standpunten kenbaar maken onder hun volgers. In dit opzicht zou sociale media ook gezien kunnen worden als een

aanvullend instrument om burgers te informeren over standpunten en activiteiten. De politieke transparantie wordt vergroot (Rob, 2012).

Samenvattend kan gesteld worden dat web 2.0 het mogelijk maakt dat individuen, burgers, groepen en organisaties content op het internet kunnen plaatsen, waarbij er tevens ruimte is voor interactie. Sociale media als Twitter bieden in theorie nieuwe mogelijkheden voor politici. Zo zouden politici zonder tussenkomst van journalisten of hun partij met burgers kunnen communiceren. Informatie over standpunten kan door middel van Twitter direct gecommuniceerd worden. In theorie zouden sociale media burgers en politici dichter bij elkaar kunnen brengen doordat er interactie mogelijk is. De volgende paragraaf zal hier verder op ingaan.

2.2 Sociale media en de deliberatieve democratie

Sociale media bieden mogelijkheden voor een deliberatieve democratie. Bij een deliberatieve democratie vindt er overleg plaats, worden ideeën uitgewisseld en inhoudelijke discussies gevoerd voordat er een besluit genomen wordt (Koop & Jansen, 2009). Een democratie is in dit opzicht meer dan alleen beslissen bij een meerderheid van de stemmen, bij een deliberatieve democratie gaat het erom dat burgers kunnen participeren (Ruigrok, Kester, Scholten, Ismaili & Goudswaard, 2011). Interactie tussen burgers en politici staat dus centraal.

Sociale media bieden burgers en politici een mogelijk om direct met elkaar in contact te komen. Ideeën kunnen via Twitter gedeeld worden en er kan een debat gestart worden waarin zowel politici als burgers direct op elkaar kunnen reageren. Daarnaast geeft internet burgers toegang tot een ongekende hoeveelheid aan informatie waardoor burgers zich goed kunnen laten informeren, zodat zij goed geïnformeerd in debat kunnen gaan (Koop & Jansen, 2009). Burgers kunnen ook door middel van sociale media aandacht vragen voor bepaalde politieke thema's waardoor politici zich genoodzaakt voelen om hier ook aandacht aan te geven (Bekkers et al., 2009). Burgers kunnen op deze manier deel uit maken van het politieke besluitvormingsproces. Politici komen door middel van sociale media beter te weten wat er speelt in de samenleving en kunnen hierop inspelen. Ideeën kunnen door middel van sociale media gedeeld worden en geeft ruimte voor interactie. In dit opzicht zou je dus kunnen stellen dat sociale media bij kunnen dragen aan een deliberatieve democratie.

Of sociale media in de praktijk daadwerkelijk zorgen voor een deliberatieve democratie valt te bediscussiëren. Uit onderzoek van Larsson en Moe (2012) blijkt dat Twitter vooral gebruikt wordt om informatie uit te wisselen en niet om in discussie te gaan. Interactie blijft vaak uit, sociale media worden niet zozeer gebruikt om een relatie op te bouwen, ze worden vooral gebruikt om kennis te delen (Aalberts & Kreijveld, 2010). Daarnaast blijkt dat mensen die in het verleden niet politiek betrokken waren, dat ook niet door sociale media worden (Bakker & Schönbach, 2011). Burgers die dus niet geïnteresseerd zijn in politiek zullen dus niet snel via sociale media contact zoeken met

politici. Het gebruik van sociale media voor politieke doeleinden lijkt dus tegen te vallen (Vitak et al., 2011; Aalberts & Kraijveld, 2011; Kushin & Yamamoto, 2010). Een ander gegeven waardoor het lastig is om te spreken van een deliberatieve democratie door sociale media, is de populatie die zich op sociale media bevindt. Niet alle burgers zijn te vinden op sociale media, bepaalde bevolkingsgroepen zijn ondervertegenwoordigd en kunnen dus ook niet meediscussiëren. Uit onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat mensen die veel twitteren politici, journalisten en bloggers zijn (Larsson & Moe, 2012). De meeste mensen die op Twitter aanwezig zijn, zijn van zichzelf al geïnteresseerd in nieuws (Farhi, 2009, zoals geciteerd in Hermida, 2010).

Terugkomend op de kenmerken van een deliberatieve democratie: ideeën uitwisselen, met elkaar in debat gaan en overleggen, zou Twitter in theorie een goed middel zijn om de ideeën, overleggen en debatten tussen burgers en politici te faciliteren. Echter in de praktijk lijkt er relatief weinig interactie plaats te vinden op sociale media. Er wordt vooral informatie gezonden. De mogelijkheden van sociale media voor de deliberatieve democratie lijken dus in praktijk tegen te vallen.

2.3 Eenrichtingsverkeer

In Nederland zijn politici dus redelijk passief op het internet, zoals in de vorige paragraaf is te lezen. Twitter kan vooral gezien worden als een middel om informatie te verspreiden en niet zozeer als sociaal netwerk (Verweij, 2012). Er vindt met name eenrichtingsverkeer plaats op Twitter. Politici zenden vooral informatie naar hun volgers, maar interactie met volgers blijft grotendeels uit. Geert Wilders is hier een goed voorbeeld van. Hij volgt zelf niemand op Twitter, maar gebruikt de microblog alleen om zijn politieke boodschappen te verspreiden (Verweij, 2012). Twitter draagt in dit opzicht dus niet bij aan het creëren van een netwerk, maar als middel om boodschappen te zenden.

Steeds meer politici lijken van deze mogelijkheid gebruik te maken. Inmiddels hebben 140 Kamerleden een account op Twitter en zijn er in de maand februari bijna 8000 tweets door hen verstuurd (www.tweetindex.visualapps.nl). Het zenden van boodschappen zou een goede strategie kunnen zijn om standpunten kenbaar te maken onder hun volgers. Politici zijn niet meer afhankelijk van journalisten om hun boodschap te verspreiden. Zij kunnen zelf bepalen wanneer en wat zij willen delen met het publiek. Twitter biedt hen dus de mogelijkheid om in 140 karakters zelf een korte boodschap te verspreiden. Echter het is lastig te bepalen wie je precies bereikt en hoe groot het bereik van een tweet is. Om toch een beeld te kunnen schetsen is gekeken hoeveel volgers alle Tweede Kamerleden hebben. Tabel 2.3 geeft een overzicht van de tien Tweede Kamerleden met het meeste aantal volgers en de tien Kamerleden met het minst aantal volgers.

	Kamerlid met meeste aantal volgers	Aantal volgers		Kamerlid met minst aantal volgers	Aantal volgers
1.	G. Wilders (PVV)	244.037	1.	D. Graus (PVV)	64
2.	A. Pechtold (D66)	189.094	2.	L. Bontes (PVV)	100
3.	D. Samsom (PvdA)	101.488	3.	M. Bosma (PVV)	252
4.	E. Roemer (SP)	51.315	4.	N. Klein (50PLUS)	332
5.	M. Thieme (PVDD)	29.434	5.	A. Eijssink (PvdA)	413
6.	M. Vos (PvdA)	23.684	6.	J. Wit (SP)	430
7.	A. Slob (CU)	21.988	7.	R. van der Linde (VVD)	501
8.	C. van der Staaij (SGP)	19.349	8.	R. Klever (PVV)	505
9.	A. Marcouch (PvdA)	18.254	9.	G. Tanamal (PvdA)	550
10.	M. van Dam (PvdA)	16.310	10.	A. Schut (VVD)	609

Tabel 2.3 Overzicht van Tweede Kamerleden met de meeste en minste volgers op Twitter (geraadpleegd op 2-3-2013)

Bovenstaande tabel laat zien dat vooral partijleiders de meeste volgers hebben op Twitter. Onbekende politici hebben slechts enkele honderden volgers. Het aantal volgers schetst geen volledig beeld. Tweets kunnen namelijk ook geretweet worden, waardoor ook volgers van volgers de tweet te zien krijgen. Het bereik van een tweet wordt dan dus vergroot en een retweet is dus een handige functionaliteit van Twitter om informatie te verspreiden onder een groter publiek.

Suh, Hong, Pirolli en Chi (2010) zagen een sterke relatie tussen het aantal volgers dat een twitteraar heeft, hoeveel twitteraars hij zelf volgt, hoelang hij al op Twitter aanwezig is en hoe vaak berichten geretweet worden. Ook tweets die een link en/of hashtag bevatten zouden vaker geretweet worden. Tweets van politici die dus veel volgers hebben op Twitter en berichten versturen met een link of hashtag zouden dus sneller geretweet worden en dus meer mensen bereiken. Daarnaast kunnen tweets ook doorgestuurd worden naar andere communicatiekanalen, zoals bijvoorbeeld Facebook of blogs die het bereik kunnen vergroten (Marwick & boyd, 2011).

Het is lastig om vast te stellen wie je met een tweet bereikt. Larsson en Moe (2012) gaven aan dat met name bloggers, politici en journalisten actief zijn op Twitter en volgens Amerikaanse cijfers bestaat de grootste groep gebruikers uit mensen in de leeftijd 35-44 jaar (Tancer, 2008). Dit zijn met name mensen met een goede carrière. Doordat tweets ook nog via andere kanalen verspreid kunnen worden, is het bijna onmogelijk om een goed beeld te krijgen van wie je met Twitter bereikt. Ondanks dat een tweet dus via verschillende kanalen bij mensen terecht kan komen, betekent dit volgens Marwick en boyd (2011) niet dat de tweet gezien wordt door een oneindig aantal mensen. Bijna alle tweets worden door relatief weinig mensen gelezen.

Om een groter publiek te bereiken, zijn alsnog journalisten nodig. Het bereik van de tweet wordt dus pas echt vergroot als traditionele media het bericht overnemen. Zoals in de eerste alinea

is aangegeven, gebruikt Geert Wilders Twitter met name om politieke boodschappen te verspreiden. Voor journalisten kan dit een interessante bron zijn. Wilders weigert bijvoorbeeld met bepaalde journalisten te praten en deze journalisten zijn dan dus voor het verslaan van nieuws over Wilders afhankelijk van wat hij op Twitter zegt. Journalisten kunnen dan geen vragen stellen en politici krijgen zo dus wellicht meer controle over wat er geschreven wordt in de media (Broersma & Graham, 2012).

Twitter biedt dus nieuwe mogelijkheden voor politici om zelf een boodschap te verspreiden. Zonder tussenkomst van journalisten kunnen politici zelf een boodschap zenden en politici hebben zo meer controle over de boodschap en de nieuwsagenda. Echter het is lastig vast te stellen welk publiek je via Twitter bereikt, omdat tweets kunnen worden geretweet en doorgestuurd via andere communicatiekanalen. Ondanks dat tweets worden doorgestuurd, blijkt dat tweets maar door relatief weinig mensen worden gelezen. Journalisten zijn dus alsnog nodig om een groter publiek te bereiken. Of in de praktijk journalisten daadwerkelijk tweets gebruiken in hun verslaggeving, zal uit dit onderzoek blijken. De volgende paragrafen schetsen een beeld hoe journalisten werken, beschrijft de relatie tussen de bron en de journalist en geeft inzicht in de trends in de journalistiek.

2.4 Trends in de journalistiek

Twitter is niet de enige nieuwe ontwikkeling waar journalisten de afgelopen jaren mee te maken hebben gekregen. Door de jaren heen is een aantal trends te zien die de werkwijze van de journalist heeft beïnvloed. De taken van de journalist zijn veranderd door onder andere de komst van internet. Daarnaast zijn er veel meer parlementaire verslaggevers bijgekomen, maar kan er niet per definitie gesteld worden dat de kwaliteit ook is toegenomen. De volgende paragrafen geven inzicht in veranderingen in de journalistiek.

Internet

Journalistiek is met de komst van internet veranderd. Internet biedt nieuwe mogelijkheden voor nieuwsgaring. Journalisten kunnen via het internet bronnen raadplegen, feiten checken en hebben toegang tot informatie wereldwijd (Deuze, 2005). Uit onderzoek van Pleijter, Hermans en Vergeer (2007) blijkt dat bijna elke journalist meerdere malen per dag het internet gebruikt om informatie te verzamelen. Internet wordt door journalisten vooral gebruikt om het laatste nieuws te volgen (Pleijter, Haermans en Vergeer, 2007).

Steeds meer kranten hebben niet alleen een papieren krant, maar ook een website en zijn actief op sociale media. Online journalistiek creëert nieuwe mogelijkheden voor journalisten. Er zijn verschillende kenmerken die niet van toepassing zijn bij traditionele journalistiek, maar wel bij online journalistiek. Zo biedt online journalistiek een mogelijkheid tot snelle interactie met het publiek. Ook

is het mogelijk om hyperlinks toe te voegen aan artikelen die verwijzen naar gerelateerde nieuwsitems of bronnen (Deuze, 2005). Het internet is altijd beschikbaar en er kan dus op elk moment gepubliceerd worden, er hoeft geen rekening gehouden te worden met de deadline van de drukker (Van der Wurff & Schönbach, 2010). Het publiek kan zelf uit het grote aanbod aan informatie berichten selecteren en vergelijken. Het publiek is dus veel minder afhankelijk van de selectie van de journalist en kan zelf een oordeel vormen aan de hand van de verzamelde informatie (Van der Wurff & Schönbach, 2010). Voor journalisten is het soms lastig om te bepalen of iets wat op internet gezegd wordt waar is of niet. Doordat amateurs allerlei informatie op het internet kunnen plaatsen kunnen de objectiviteit en waarheid in het geding komen, dit komt niet ten goede aan de kwaliteit (Keen, 2007). Iedereen kan zender worden en de vraag is of de die informatie wel van voldoende kwaliteit is (Van der Wurff & Schönbach, 2010). De kwaliteit van de bron is meer dan ooit van belang om burgers te voorzien van juiste informatie.

Taken van de journalist

Eén van de taken van de journalist is om burgers te informeren. De journalist bepaalt onder andere aan de hand van nieuwswaarden welke gebeurtenissen relevant genoeg zijn om aan het publiek over te dragen. Met de komst van internet waardoor burgers zelf informatie kunnen verzamelen, wordt het verschaffen van informatie een minder belangrijke taak voor de journalist. Burgers kunnen immers zelf het internet op en kunnen op nieuwssites en sociale media zelf op zoek gaan naar informatie. Het bieden van duiding wordt een steeds belangrijkere functie van de journalist (Deuze, 2005). Journalisten worden ook wel gezien als waakhond van de samenleving. Ontwikkelingen in de samenleving en in de politiek worden door de media voorzien van kritische kanttekeningen (Ruigrok et al., 2011). Met de komst van sociale media kunnen ook gewone burgers reageren op beleid dat wordt gevoerd. Deze taak wordt dus niet meer alleen door journalisten vervuld, ook gewone burgers kunnen hier aan deelnemen. Internet en sociale media hebben de taken van de journalist dus beïnvloed. Journalistiek verschuift van individuele journalistiek waar de journalist zelf bepaalt wat gezonden wordt naar het publiek, naar journalistiek waarin iedereen kan deelnemen aan het proces en waar het als het ware in een team wordt gemaakt (Deuze, 2005). Sociale media kunnen dus gezien worden als een vorm van burgerjournalistiek.

Groeiend aantal parlementair journalisten en voorlichters

In een democratie is het van belang dat burgers goed geïnformeerd worden over ontwikkelingen in de politiek. Goede journalisten zijn dus nodig om burgers te voorzien van deze informatie. Het aantal parlementaire journalisten is de afgelopen jaren enorm toegenomen. In de jaren 60 waren er ongeveer 31 parlementair journalisten in Den Haag (Wijffjes, 2002). Tegenwoordig hebben rond de 300 journalisten een perspas die hen toegang geeft tot de Tweede Kamer (Van Roessel, 2009). Het

leveren van commentaar op het kabinet en de volksvertegenwoordiging is een belangrijke taak van parlementair journalisten (Van Schuur & Vis, 2002). Dit wordt ook wel de waakhondfunctie van de journalist genoemd.

Ondanks dat het aantal parlementair journalisten de afgelopen 50 jaar enorm is toegenomen, kan niet gesteld worden dat de kwaliteit van de berichtgeving ook is toegenomen. Koole (2002) geeft aan dat je voor het verslaan van het echte nieuws maar een tiende van de 300 parlementair journalisten nodig zou moeten hebben. De meeste verslaggevers richten zich dan ook op de berichtgeving over de ministeries (Koole, 2002). Volgens Van Roessel (2009) hebben de extra journalisten niet geleid tot verdieping maar juist tot meer nieuws over hetzelfde onderwerp. De nadruk ligt niet op inhoudelijke kwesties, maar op prestaties van politici, deze worden als een 'horserace' beschreven (Koole, 2002). Journalisten zouden volgens politici niet kritisch genoeg zijn en hebben een voorliefde voor korte quotes en het spelen van pupillenvoetbal, waarbij journalisten allemaal over een onbelangrijk onderwerp schrijven en zo een hype creëren (Van Roessel, 2009). Daarnaast is de jacht op een primeur vaak richtinggevend voor het werk van parlementair journalisten (Koole, 2002).

Naast het toegenomen aantal parlementaire verslaggevers, zijn er ook meer voorlichters gekomen van partijen en hun fracties. Berichtgeving over overheid, departement, partij of fractie worden zo centraal geregeld (Koole, 2002). Voorlichters kunnen het nieuws makkelijk manipuleren. Journalisten moeten dus kritisch met deze berichtgeving omgaan. Politici proberen soms het nieuws naar hun hand te zetten. Als zij bijvoorbeeld willen dat een bepaald item in het nieuws komt, proberen politieke autoriteiten invloed uit te oefenen op de nieuwsmedia aan de hand van bepaalde strategieën (Campbell, 2004).

Het creëren van een 'spin' is een voorbeeld van zo'n strategie. Deze term komt uit Amerika en verwijst naar een strategie die door voorlichters van partijen wordt gebruikt om te proberen positief in het nieuws te komen. Een andere term die wordt gebruikt, is 'nieuwsmanagement'. Door middel van 'het managen van het nieuws' wordt op een systematische wijze geprobeerd om nieuwsmedia te beïnvloeden (Campbell, 2004). Voorlichters versturen bijvoorbeeld briefings naar een groep journalisten die politiek nieuws verslaan. Deze briefings worden gebruikt om journalisten op bepaalde onderwerpen te wijzen en bepaalde onderwerpen juist buiten de media te laten (Campbell, 2004). Sommige informatie wordt bewust gelekt om aandacht te geven aan een bepaald thema. De bronnen waar de politieke journalisten afhankelijk van zijn, proberen hen op deze manier te beïnvloeden.

Sensatienieuws en personalisering

Zoals al eerder is aangegeven, is de inhoud van politieke kwesties vaak minder belangrijk dan wie er

in een kwestie gewonnen of verloren heeft. Een persoonlijk drama wordt uitvergroot en er is meer aandacht voor wat er misgaat dan voor wat goed gaat (Koole, 2002). De nadruk ligt dus niet op het verslaan van inhoudelijk nieuws maar meer op sensatienieuws, drama en dingen die mis gaan. De nadruk ligt op het verkrijgen van een primeur. Politici leveren zelf ook een bijdragen aan het 'entertainmentgehalte' in de politiek. Zo doen politici ook zelf mee aan televisieprogramma's waarvan de informatieve waarde ontbreekt (Koole, 2002). Denk bijvoorbeeld aan Jan Peter Balkenende die aanschoof bij *RTL Boulevard*.

Een andere trend die te zien is in de politiek is dat er meer persoonlijk nieuws gedeeld wordt. Dit zou ook kunnen bijdragen aan het zogenoemde entertainmentgehalte in de politiek. De komst van sociale netwerksites zorgen dat er meer personalisering ontstaat in de politiek (Van Os et al, 2007, zoals geciteerd in Vergeer et al., 2011). Er worden niet alleen maar politiek gerelateerde onderwerpen gedeeld via sociale netwerksites, maar ook persoonlijke boodschappen, bijvoorbeeld wat politici buiten werktijd aan het doen zijn. Volgers krijgen zo een kijkje in het privéleven van de politici (Vergeer et al., 2011). Als journalisten deze berichten overnemen, wordt er dus geen inhoudelijk nieuws verslagen, terwijl dit wel belangrijk is voor de democratie.

Crisis van de journalistiek

Er wordt veel kritiek geuit op de manier waarop parlementair journalisten het nieuws verslaan. Door verschillende factoren, moeten journalisten in minder tijd meer verhalen schrijven, dit wordt ook wel de "crisis of journalism" genoemd (Broersma & Graham, 2012). Journalisten hebben te maken met een toegenomen tijdsdruk en hierdoor kunnen zij niet altijd kritisch zijn. Met de komst van internet kan er op ieder moment nieuws gepubliceerd worden. Journalisten moeten naast de krant ook de website vullen. Redacties zijn vaak niet gegroeid maar eerder kleiner geworden (Van Roessel, 2009). Dit gaat ten kosten van de kwaliteit. Door tijdgebrek vertrouwen journalisten steeds vaker op materiaal afkomstig van derden, zoals andere media, PR-bureaus of eerder verschenen berichten op het internet (Broersma en Graham, 2012). Tijd voor eigen nieuwsgaring of het controleren van verhalen is er vaak niet (Davies, 2008). Twitter kan voor journalisten een tijdbesparende bron zijn. Op Twitter kunnen journalisten zoeken naar quotes van prominente nieuwsbronnen zoals politici en dit bespaart hen tijd. Zij hoeven de vaak druk bezette politici niet zelf te spreken, maar kunnen de quotes van Twitter gebruiken in hun verslaggeving (Broersma & Graham, 2012).

Er kan dus gesteld worden dat er een aantal veranderingen heeft plaatsgevonden in de journalistiek en het verslaan van politieknieuws. Internet geeft zowel journalisten als burgers toegang tot heel veel informatie en heeft de taken van de journalist veranderd. Daarnaast is er meer aandacht gekomen voor sensatienieuws en ligt er minder nadruk op inhoudelijk nieuws. Journalisten moeten

in minder tijd meer verhalen schrijven. Om deadlines te halen werken journalisten aan de hand van bepaalde routines en selecteren nieuws aan de hand van nieuwswaarden. De volgende paragraaf zal hier dieper op ingaan.

2.5 Nieuwswaarden

Journalisten hebben dagelijks te maken met een enorme hoeveelheid aan potentieel nieuwsmateriaal (Campbell, 2004). Het selecteren van het materiaal is een belangrijk proces. Journalisten worden ook wel poortwachters genoemd. Zij staan aan de poort om te beslissen welk item wel of geen nieuws wordt. Tijdens dit proces komt de journalist voor een aantal keuzes te staan. Er is veel onderzoek gedaan naar de factoren waar een gebeurtenis aan moet voldoen om nieuws te worden (Galtung & Ruge, 1965; Gans, 1979; Harcup & O'Neill, 2001). Tabel 2.5 geeft een overzicht van nieuwswaarden die geformuleerd zijn door Galtung & Ruge, Gans en Harcup en O'Neill.

Nieuwswaarden Galtung & Ruge (1965)	Nieuwswaarden Gans (1979)	Nieuwswaarden Harcup & O'Neill (2001)
<ul style="list-style-type: none"> - Frequentie - Drempelwaarde - Eenduidigheid - Betekenis - Harmonie - Onverwacht - Continuïteit - Samenstelling - Verwijzing naar elite personen - Verwijzing naar elite landen - Personificatie - Negativiteit 	<ul style="list-style-type: none"> - Impact op het volk - Impact op nationaal belang - Impact op grote aantallen mensen - Betekenis heeft op verleden en de toekomst - Menselijke verhalen - Anekdoten - Heldenverhalen 	<ul style="list-style-type: none"> - Elite personen - Entertainment - Beroemde personen - Verrassing - Slecht nieuws - Goed nieuws - Omvang van het verhaal - Relevantie - Mogelijkheid tot vervolg - Agenda van de krant

Tabel 2.5 Nieuwswaarden (Galtung & Ruge, 1965; Gans, 1979; Harcup & O'Neill, 2001)

Uit deze onderzoeken komen verschillende waarden waaraan gebeurtenissen moeten voldoen om nieuws te worden, hoe meer waarden een verhaal scoort, des te meer kans de gebeurtenis heeft om daadwerkelijk nieuws te worden. Zoals te zien is in tabel 2.5 komt een aantal nieuwswaarden van de verschillende onderzoekers overeen. Zo wordt een item sneller nieuws als het bijvoorbeeld gaat om elite-personen. Als er bijvoorbeeld iets met de koning gebeurt, kan verwacht worden dat dit nieuws in elke krant terugkomt. In de vorige eeuw lag er minder nadruk op entertainment en beroemde personen. Deze waarden zijn door Harcup en O'Neill (2001) toegevoegd. Zoals in de vorige paragraaf was te lezen, neemt het entertainmentgehalte ook in de politieke berichtgeving toe. Persoonlijk nieuws over politici is door de jaren heen belangrijker geworden. Sociale media dragen hieraan bij, politici versturen niet alleen werkgerelateerde boodschappen via Twitter of Facebook, maar ook wat zij in hun privéleven doen. De verschuiving van inhoudelijk nieuws naar meer sensationeel nieuws werd

ook al opgemerkt door Koole (2002) zoals in de vorige paragraaf is beschreven.

Er is wel een aantal beperkingen te noemen bij de theorieën over nieuwswaarden. Nieuws wordt vaak geselecteerd op basis van instinct en deze waarden zijn niet universeel toepasbaar op nieuwsproductie over de hele wereld. Een bepaalde gebeurtenis kan nieuws worden in een bepaald deel van de wereld, maar dit hoeft niet te betekenen dat dit ook nieuws wordt aan de ander kant van de wereld. De meeste modellen over nieuwswaarden zijn ontwikkeld aan de hand van media uit de westerse wereld (Campbell, 2004). Nieuwswaarden zijn ook contextgevoelig, iets wat de ene keer wel nieuws wordt, hoeft de andere keer geen nieuws te worden (Campbell, 2004). Het hangt af van wat er nog meer gebeurt. Nieuwswaarden helpen journalisten dus om te selecteren, maar zijn niet altijd een vereiste om nieuws te worden.

Naast nieuwswaarden zijn er ook nog andere factoren die meespelen bij de selectie. De productie van nieuws is een gezamenlijk proces en routines helpen de journalisten om te selecteren wat wel en geen nieuws wordt. Deze routines zijn bepaalde patronen, herhaalde praktijken waarop journalisten hun werk doen. Routines zijn in een organisatie noodzakelijk om doelen te bereiken (Schoemaker & Vos, 2009). Een krant moet elke dag gedrukt worden, deadlines moeten gehaald worden. De content wordt dus beïnvloed door de manier waarop journalisten werken en hoe de organisatie werkt. Zo wordt er op een redactie een bepaald beleid gevoerd waar de journalist zich aan moet houden. De hoeveelheid ruimte die beschikbaar is voor een bepaald nieuwsverhaal speelt bijvoorbeeld ook een rol (Campbell, 2004). Het profiel van het medium is een andere factor om te bepalen of iets nieuws wordt of niet (Ruigrok et al., 2011). De journalist zelf heeft ook invloed op wat nieuws wordt. De persoonlijkheid en politieke voorkeur van de journalist kunnen naast bovengenoemde factoren dus ook de content van de krant beïnvloeden.

Er zijn verschillende niveaus te herkennen waarop de media-inhoud beïnvloed wordt. Zo wordt media-inhoud beïnvloed door de ideologie van de mensen of instituties die macht hebben in een samenleving (Schoemaker & Reese, 1996). Ook wordt nieuws beïnvloed door andere sociale instituties en stakeholders. Externe factoren, zoals economische en culturele factoren en het publiek bepalen de inhoud. Een groot publiek is aantrekkelijk om bijvoorbeeld advertenties aan te trekken. Zo krijgt het publiek wat zij wil en niet wat de maker wil (Schoemaker & Reese, 1996). Vooral voor commerciële nieuwsorganisaties speelt deze factor een rol. Bovengenoemde routines spelen een belangrijke rol om te bepalen welke nieuwsitems wel en welke niet geselecteerd worden (Schoemaker & Vos, 2009).

Zoals al eerder is aangegeven heeft internet de werkwijze van de journalist beïnvloed en bepalen journalisten in sommige gevallen niet meer helemaal zelf wat nieuws wordt. Zo worden bijvoorbeeld bezoekers op bepaalde sites meegenomen in het beslissingsproces om te bepalen wat op de voorpagina wordt geplaatst. Het publiek kan dan bijvoorbeeld stemmen (Schoemaker & Vos).

Op deze manier worden burgers betrokken bij de productie van nieuws en ligt de beslissing niet alleen maar bij de journalist.

Concluderend kan gesteld worden dat nieuwswaarden gebruikt worden om te bepalen of een gebeurtenis nieuws wordt. Daarnaast zijn er ook nog andere factoren die de media-inhoud beïnvloeden, zoals de ideologie van de nieuwsorganisatie en stakeholders. Het internet geeft toegang tot nog meer potentieel nieuwsmateriaal. Twitter kan bijvoorbeeld een interessante bron zijn voor journalisten. Als een Kamerlid een nieuwswaardige tweet plaatst, kan dit voor de journalist een aanleiding zijn voor een nieuwsverhaal. Twitter wordt dan dus een nieuwsbron voor de journalist. De volgende paragraaf zal hier dieper op ingaan.

2.6 Nieuwsbronnen

De journalist raadpleegt verschillende bronnen om een nieuwsverhaal te schrijven. Eén van deze bronnen is de journalist zelf, de journalist zal zich op bepaalde momenten, onbewust of bewust zelf als bron inschakelen. De achtergrond van de journalist, politieke opvatting en leeftijd spelen onder andere een rol waarbij de journalist betekenis verleent aan bepaalde gebeurtenissen. Collega's worden ook als bron gebruikt, zeker wanneer zij over hetzelfde onderwerp informatie via andere bronnen hebben verkregen. Materiaal afkomstig van een persbureau wordt ook vaak gebruikt als bron. Ook persberichten worden regelmatig overgenomen door kranten. Daarnaast worden andere publiciteitsorganen gebruikt als bron. Journalisten willen niks missen en om die reden zullen zij deze organen in de gaten houden (Rennen, 2000).

Journalisten zijn afhankelijk van bronnen om hun werk te kunnen uitvoeren. De bronnen willen graag positief in het nieuws komen (Campbell, 2004). Bronnen en journalisten zijn dus van elkaar afhankelijk. Gans (1979) omschrijft de relatie tussen de journalist en de bron als volgt:

“The source-journalist relationship is therefore a tug of war: while sources attempt to ‘manage’ the news, putting the best light on themselves, journalists concurrently ‘manage’ the sources in order to extract the information they want.” (Gans, 1979, p. 117)

Bronnen proberen dus op een bepaalde manier de content te beïnvloeden zodat deze voor hen gunstig is. De ene bron heeft sneller toegang tot de media dan de andere bron. Zo hebben bepaalde autoriteiten in een samenleving makkelijker toegang tot de media dan mensen met minder macht. Machtige mensen hebben immers sneller belangrijk nieuws en zijn dus interessanter voor de journalist (Campbell, 2004). Dit zie je ook bij journalisten die het politieke nieuws verslaan. Tussen journalisten en politici zit een bepaald spanningsveld. Beide partijen willen iets van elkaar en zijn daarom van elkaar afhankelijk (Van Aelst, Sehata & Van Dalen, 2010). De relatie tussen politici en journalisten is vaak op basis van wederkerigheid. Aan de ene kant zijn politici afhankelijk van de

media om zijn of haar boodschap onder de kiezers te verspreiden, aan de andere kant proberen journalisten op hun beurt weer waardevolle informatie in te winnen bij politici zodat zij een goed nieuwsbericht hebben (Van Aelst et al., 2010).

Zowel politici als journalisten hebben er dus belang bij om een goede relatie met elkaar op te bouwen. Al zal een politicus met uitvoerende macht interessanter zijn voor journalisten en zij zitten dan ook in een betere onderhandelingspositie dan politici die niet in over uitvoerende macht beschikken (Bennett, 1990). De media-aandacht is dus vaak afhankelijk van de status van de politicus (Wolfsfeld & Sheaffer, 2006). Een journalist zal dus sneller de standpunten en opinie van een machtige politicus volgen dan die van een onbekende politicus. Machtige politici kunnen zo dus sneller punten op de politieke agenda plaatsen, doordat journalisten vaker hun boodschap overnemen.

De informatiestroom tussen de bron en de journalist gaat vaak aan de hand van een bepaalde routine (Campbell, 2004). In Den Haag zie je bijvoorbeeld dat bepaalde journalisten bepaalde politici volgen. Journalisten die verantwoordelijk zijn voor het verslaan van politiek nieuws, raken bekend met de omgeving. Nieuwspoort is een plek in Den Haag waar journalisten en politici elkaar in een informele setting ontmoeten. Dit is een plek waar op een informele manier informatie met elkaar gedeeld wordt. Het voordeel hiervan is dat journalisten en politici elkaar leren kennen en dat bepaalde journalisten toegang krijgen tot extra informatie (Luyendijk, 2010). Dit heeft alleen ook een nadeel, doordat de journalist veel tijd doorbrengt met haar bronnen zou het kunnen dat de journalist te betrokken raakt en niet meer objectief het nieuws kan verslaan.

Zowel politici als journalisten hebben er belang bij om een goede relatie op te bouwen. De mogelijkheid om een breed publiek te bereiken is de meest essentiële reden voor een politicus om met een journalist om te gaan (Van Aelst et al., 2010). Als je een groot publiek kan bereiken om je boodschap onder te verspreiden kan je meer potentiële kiezers bereiken. Politici gebruiken de media niet alleen om kiezers te overtuigen van hun beleid, maar ook om hun eigen collega's te overtuigen (Herbst, 1998, zoals geciteerd in Van Aalst, 2010). Zo proberen bijvoorbeeld politici die laag op de kieslijst staan via de media indruk te maken bij politici die aan de macht zijn in hun partij. Politici proberen op deze manier hoger op de kieslijst te komen bij herverkiezingen (Van Aelst, Maddens, Noppe, & Fiers, 2008). De kennis die journalisten hebben is ook een belangrijke reden waarom politici met journalisten omgaan. Zo kunnen politici bijvoorbeeld informatie inwinnen die journalisten hebben gekregen van andere partijen. Journalisten kunnen dus een belangrijke informatiebron zijn voor politici (Van Aelst et al, 2010). Daarnaast hechten politici ook waarde aan het advies van journalisten, parlementair journalisten bevinden zich vaak langer in de politieke kringen dan vele Kamerleden. Journalisten kunnen daarom politici soms goed adviseren hoe een bepaald beleid het best geframed of gepresenteerd kan worden (Davis, 2009). Ook bieden

journalisten de mogelijkheid om politieke tegenstanders anoniem aan te vallen, wat in bijvoorbeeld debatten niet kan (Van Aelst et al., 2010).

Concluderend kan gesteld worden dat de relatie tussen bronnen en de journalist gezien kan worden als een 'tug of war'. Beide partijen willen iets van elkaar. De journalist wil een goed nieuwsverhaal en de politicus wil positief in het nieuws komen en zijn boodschap verspreiden. Door sociale media hebben politici ook zelf de mogelijkheid om in de media te komen. Of het spanningsveld tussen journalisten en politici is veranderd valt te bediscussiëren. Aan de ene kant kan gesteld worden dat de onderhandelingspositie van de journalist in het geding kan komen doordat politici door middel van sociale media zelf hun boodschappen kunnen verspreiden. Aan de nadere kant is het de vraag of de impact van sociale media wel groot genoeg is en politici journalisten niet meer nodig hebben om de media te bereiken. De volgende paraaf geeft inzicht in hoeverre Twitter als bron gebruikt wordt op redacties van dagbladen.

2.7 Twitter als bron

In principe halen journalisten hun feiten en informatie uit officiële bronnen om een nieuwsverhaal te maken. Met de komst van sociale media waarop constant nieuws verspreid wordt van zowel officiële als niet-officiële bronnen, hebben journalisten toegang tot een grote hoeveelheid aan potentieel nieuwsmateriaal. Micro-blogs, zoals Twitter bieden journalisten een signaleringsfunctie en kunnen gezien worden als interessante nieuwsbron voor journalisten (Hermida, 2010; Verweij, 2012). Er wordt heel veel informatie verspreid via dit platform. Thema's die op Twitter worden besproken, kunnen voor een journalist een aanleiding zijn om hier nieuws over te verslaan. Broersma en Graham (2012) geloven dat Twitter een nieuwe nieuwsbeat is geworden voor journalisten. Het geeft toegang tot informatie, nieuwe bronnen en ideeën.

Twitter geeft journalisten dus toegang tot informatie en biedt mogelijkheden om op ongewone gebeurtenissen te worden gewezen door twitteraars. Op sociale media wordt constant informatie gedeeld, journalisten kunnen deze "wisdom of crowd" verzamelen en gebruiken en hebben zo snel toegang tot diverse bronnen waar ze anders geen toegang tot zouden hebben (Broersma & Graham, 2012). Twitter is met name interessant als de nieuwsontwikkelingen zo snel gaan dat reguliere media deze niet bij kunnen houden.

Sociale media bieden journalisten een nieuwe rol, zij zijn niet langer alleen gatekeeper van informatie, maar zij zorgen ook voor een dialoog met zijn of haar netwerk. Informatie wordt samengebracht in dit netwerk en er kan interactie plaatsvinden en informatie uitgewisseld worden (Heinrich, 2012). Via Twitter kunnen journalisten burgers direct op de hoogte houden wat er speelt in bijvoorbeeld een oorlogsgebied. Daarnaast biedt Twitter mogelijkheden om verantwoording af te

leggen en zorgt voor transparantie over hoe journalisten hun werk verrichten (Lasorsa, Lewis & Holton, 2012). Internet heeft ervoor gezorgd dat er een verschuiving heeft plaatsgevonden waar het nieuws vandaan komt en hoe journalisten werken (Hermans, Vergeer en d'Haenens, 2009).

Verweij (2012) deed een onderzoek naar het gebruik van Twitter onder journalisten, politici en spindoctors. Hij schetst een beeld wie er van deze groep het vaakst gebruik maakt van deze microblog. Journalisten blijken actiever te zijn op Twitter dan politici. Van alle politieke partijen blijkt GroenLinks de meest actieve partij op Twitter te zijn en de PvdA en de SP de minst actieve partijen. Vrouwen versturen gemiddeld meer tweets dan mannen. Dit onderzoek is gedaan aan de hand van data uit 2010. Bepaalde Kamerleden die toen actief waren op Twitter, bijvoorbeeld Femke Halsema, hebben inmiddels de politiek verlaten en deze cijfers geven dus slechts een indicatie. Ondanks dit gegeven, blijkt ook uit andere onderzoeken dat journalisten actief zijn op Twitter, sommige onderzoekers zijn optimistischer over het gebruik van Twitter als bron en de mate waarin journalistieke praktijken veranderen, dan andere (Broersma & Graham, 2012; 2013; De Dobbelaer, Paulussen & Maesele, 2013; Jordaan, 2013). Het lijkt er ook op dat er een verschil is te zien tussen landen en het gebruik van Twitter door journalisten.

Broersma en Graham (2012) deden een onderzoek om te beoordelen of Twitter als bron werd gebruikt in verschillende dagbladen tijdens de verkiezingen in Nederland en Groot Brittannië in 2010. Zij stellen dat Twitter als een reguliere bron wordt gebruikt in dagbladen. Zij ondervonden dat tweets vooral worden gebruikt ter illustratie bij een nieuwsverhaal. Tweets van burgers worden gebruikt om aan te geven hoe zij over politici denken en tweets van politici worden gebruikt om aan te geven hoe zij over bepaalde kwesties denken. Kwaliteitskranten gebruiken Twitter vaker als bron dan populaire kranten. Met name de *Guardian* gebruikt veel tweets in de verslaggeving. In Groot Brittannië maken journalisten dus vaker van Twitter gebruik als bron. Populaire kranten zoals het *Algemeen Dagblad* en de *Telegraaf* maken bijna geen gebruik van Twitter als nieuwsbron.

Uit een vervolgstudie van Broersma en Graham (2013) naar het gebruik van Twitter door journalisten van 2007 tot 2011, blijkt dat vanaf 2010 er een sterke stijging is te zien in het aantal tweets dat wordt overgenomen door dagbladen. Daarnaast zagen zij dat populaire kranten ook veel vaker Twitter zijn gaan gebruiken als bron. Tweets worden volgens Broersma en Graham (2013) door journalisten voor verschillende doeleinden gebruikt. Het geeft journalisten de kans om kennis te maken met de gedachte en meningen van nieuwswaardige personen. Daarnaast kunnen zij een nieuwsverhaal aankleden met quotes van Twitter. Tweets werden voor dit doel het vaakst gebruikt. Het nieuws wordt op deze manier gepersonaliseerd en toegankelijker gemaakt voor een groter publiek. De tweet kan op zichzelf ook het nieuws zijn. In sommige gevallen is de tweet nieuwswaardig genoeg en wordt dit het onderwerp van het nieuwsverhaal (Broersma & Graham, 2013). Dit laatste is met name interessant voor politici om zo in het nieuws te komen en een

belangrijk punt onder de aandacht te brengen onder een groter publiek.

De Dobbelaer et al. (2013) zijn voorzichtiger in het stellen dat sociale media een grote impact heeft op het vergaren van nieuws. Zij deden een onderzoek naar het brongebruik van de verslaggeving over de Arabische lente in televisienieuws van de Vlaamse omroepen VRT en VTM. Uit dit onderzoek blijkt dat van de 238 geanalyseerde nieuwsitems, in 82 items een vorm van sociale media wordt gebruikt als bron. YouTube werd door deze omroepen het vaakst gebruikt. Ondanks dat één op de drie items een fragment van sociale media bevat, stellen deze onderzoekers dat de impact van sociale media voor het vergaren van nieuws mee lijkt te vallen. Het liefst vertrouwen journalisten op gevestigde bronnen en doen zijn liever een beroep op hun eigen correspondenten. Het vaakst werd materiaal afkomstig van sociale media pas gebruikt als deze werden aangeleverd door nieuwsagentschappen (De Dobbelaer et al., 2013).

Deze onderzoeken zijn lastig te vergelijken omdat bij het Vlaamse onderzoek gekeken wordt naar alle vormen van sociale media en bij het Nederlandse en Britse onderzoek er alleen naar Twitter is gekeken. Daarnaast wordt er bij het Vlaamse onderzoek gekeken naar televisiejournalistiek en bij het andere onderzoek naar dagbladen. Gezien de resultaten van De Dobbelaer et al. (2010) lijkt het erop dat sociale media vaker worden toegepast bij televisiejournalistiek. Verweij (2012) ondervond ook dat audio- en televisiejournalistiek vaker gebruik maken van Twitter dan printmedia, deze lijken conservatiever te zijn in het gebruik van sociale media. Echter, het feit blijft dat er verschillend wordt gedacht door onderzoekers over de impact die sociale media hebben op de journalistiek.

Naast het gegeven dat sociale media in sommige gevallen letterlijk worden overgenomen door reguliere media, kunnen sociale media ook een bijdragen leveren om op ideeën te komen voor nieuwsverhalen. Berichten van sociale media worden in dit geval niet letterlijk overgenomen, maar kunnen wel een bron van inspiratie zijn. Uit onderzoek van Jordaan (2013) blijkt dat ongeveer de helft van de ondervraagde journalisten van *Rapport* en *Mail & Guardian* maandelijks op ideeën voor verhalen worden gebracht door Facebook en Twitter. Ongeveer 20% wordt zelfs wekelijks op ideeën gebracht door Facebook en Twitter.

Sociale media kunnen dus verschillende functies hebben voor journalisten. Zij geven toegang tot nieuwe bronnen, bieden inspiratie voor het maken van nieuwsverhalen en kunnen ter illustratie gebruikt worden bij nieuwsverhalen. Echter zijn er ook nadelen te noemen, sommige journalisten vinden dat het te veel tijd kost en dat discussies op Twitter lastig te volgen zijn. Ook is het lastig om gegevens te verifiëren. Hermida (2012) geeft aan dat Twitter een overzicht geeft van nieuws, informatie en commentaar die verbonden is aan de huidige realiteit, maar zonder gevestigde orde. Iedereen is vrij om te plaatsen wat hij wil, maar feiten worden niet gecontroleerd. Dit kan leiden tot het verspreiden van geruchten en onjuiste informatie. Als sociale media steeds meer verweven raken bij het vergaren van nieuws, zou er steeds meer behoefte zijn aan zogenoemde “reporter-curators”

(Bruno, zoals geciteerd in Hermida, 2012).

Het verifiëren van berichten is belangrijk. Nieuwsorganisaties kunnen anders bijdragen aan het onnodig paniek zaaien onder burgers en het verspreiden van onjuiste informatie. Het blijkt namelijk dat journalisten hun journalistieke normen soms aanpassen als zij gebruik maken van Twitter (Hermida, 2010). Zo publiceren nieuwsorganisaties in sommige gevallen live-blogs met ongecontroleerde berichten van Twitter en video's (Stelter, 2009, zoals geciteerd in Hermida, 2010). Twitter wordt bij grote gebeurtenissen ook als platform gebruikt om informatie te verzamelen en te verspreiden. Dit zag je bijvoorbeeld bij de protesten in Iran in 2009 en de Amerikaanse presidentsverkiezingen in 2008. Echter, niet alle berichten die hierop verspreid worden, zijn waarheidsgetrouw. De poortwachterfunctie van de journalist is belangrijk bij het filteren en selecteren van tweets die wel en niet gepubliceerd worden (Hermida, 2010).

Sociale media bieden voor journalisten dus voor- en nadelen. Zij geven toegang tot nieuwe bronnen en ideeën voor verhalen, maar daarnaast is het verifiëren van berichten soms lastig. Er wordt door onderzoekers verschillend gedacht over de impact van sociale media op de journalistiek. Sommige onderzoekers geven aan dat dit mee valt, journalisten lijken vooral te vertrouwen op eigen correspondenten en gevestigde bronnen. Ander onderzoek laat zien dat Twitter is uitgegroeid tot een regelmatig gebruikte bron voor journalisten (Broersma & Graham, 2013). Een feit is dat er dagelijks enorm veel informatie wordt verspreid via sociale media en dat deze informatie interessant kan zijn voor journalisten. Dit onderzoek zal inzicht geven in hoeverre tweets van Tweede Kamerleden als nieuwsbron dienen.

2.8 Conclusie

Sociale media bieden nieuwe kansen voor burgers, politici en journalisten. Twitter kan zorgen voor directe interactie tussen politici en burgers en daarnaast kunnen debatten tussen burgers en politici gefaciliteerd worden via Twitter. In theorie zou Twitter een bijdragen kunnen leveren aan de deliberatieve democratie. Echter in de praktijk lijkt Twitter niet vaak voor dit doel gebruikt te worden. Via Twitter wordt er vooral informatie gezonden en interactie met volgers blijft uit.

Als Twitter niet voor interactie tussen politici en burgers zorgt, zou de meerwaarde van dit medium voor politici gezocht kunnen worden in de mogelijkheid om boodschappen te verspreiden onder potentiële kiezers. Twitter wordt op deze manier gebruikt als eenrichtingsverkeer en de microblog kan dus vooral gezien worden als middel om informatie te verspreiden en niet zozeer als sociaal netwerk. Echter welk publiek je via Twitter bereikt, is lastig te bepalen. Het bereik van een tweet kan namelijk vergroot worden doordat tweets kunnen worden geretweet en zo zichtbaar worden onder volgens van volgers. Daarnaast kunnen twitterberichten doorgestuurd worden via andere communicatiekanalen zoals Facebook en blogs. Ondanks deze mogelijkheden blijkt dat tweets door

relatief weinig mensen worden gelezen. Daarnaast is de populatie op Twitter geen goede afspiegeling van de samenleving. Om het bereik van een tweet te vergroten zijn dus journalisten nodig.

Voorgaande onderzoeken waarin onderzocht werd in welke mate sociale media als bron worden gebruikt in reguliere media, geven geen eenduidig beeld. Enerzijds wordt aangegeven dat Twitter een reguliere bron is geworden voor journalisten. Eerst gebruikte met name kwaliteitskranten Twitter als bron, inmiddels ook populaire kranten. Anderzijds moet de impact van sociale media niet overschat worden (Broersma & Graham, 2012; 2013; De Dobbelaer, Paulussen en Measeele, 2013). Journalisten vertrouwen liever op gevestigde bronnen en eigen correspondenten, materiaal afkomstig van sociale media worden vaak pas gebruikt als deze worden aangeleverd door nieuwsagentschappen. Onderzoekers zijn het wel eens dat Twitter journalisten op interessante en ongewone zaken kan wijzen en zo inspiratie geeft voor nieuwsverhalen. Tweets worden dan niet letterlijk van Twitter overgenomen, maar worden wel ter inspiratie gebruikt.

Dit onderzoek zal inzicht geven in hoeverre tweets van Tweede Kamerleden letterlijk worden overgenomen door dagbladen. Heeft het voor politici zin om (pers)berichten te versturen via Twitter? Bereik je dan alleen twitteraars of wordt het ook overgenomen door reguliere media en bereik je een groter publiek? Gezien voorgaand onderzoek kan verwacht worden dat thema's die besproken worden in tweets van Tweede Kamerleden, terugkomen in dagbladen. Verwacht kan worden dat journalisten geïnspireerd worden door tweets. Gezien de uitkomsten van recentelijk onderzoek van Broersma en Graham (2013) kan verwacht worden dat er geen verschil is tussen het gebruik van tweets in populaire kranten en kwaliteitskranten. Of tweets van Tweede Kamerleden letterlijk worden overgenomen door dagbladen zal uit dit onderzoek blijken.

3. Methode

In dit onderzoek wordt gezocht naar een antwoord op de vraag in hoeverre journalisten in hun verslaggeving gebruik maken van tweets van Tweede Kamerleden en welke thema's in deze tweets voorkomen. Steeds meer Tweede Kamerleden zijn gaan twitteren. Twitter biedt hen een nieuwe mogelijkheid om in de traditionele media te komen. Of journalisten tweets van Kamerleden daadwerkelijk gebruiken in hun verslaggeving zal uit dit onderzoek blijken. Dit hoofdstuk geeft inzicht in de methode die gebruikt is om antwoord te kunnen geven op de centrale vraag:

Welke thema's komen naar voren in tweets van Tweede Kamerleden en in hoeverre worden deze tweets van politici overgenomen door Nederlandse dagbladen?

De centrale vraag bestaat uit twee delen. Het eerste gedeelte gaat over de tweets die verspreid worden door Tweede Kamerleden, het tweede gedeelte gaat over de mate waarin deze tweets worden overgenomen door dagbladen.

3.1 Data en onderzoeksperiode

Voor de analyse van dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van twee soorten data: tweets en krantenberichten. De data bestaan in de eerste plaats uit alle twitterberichten van Tweede Kamerleden die verschenen zijn in de onderzoeksperiode. Deze tweets zijn verzameld via een speciaal aangemaakte website voor dit onderzoek: <http://tweetindex.visualapps.nl/>. De data bestaan daarnaast uit krantenberichten waarin de twitterende Kamerleden genoemd worden, om zo een vergelijking te kunnen maken of journalisten tweets verwerken in hun verslaggeving. Voor dit onderzoek zijn drie kranten geselecteerd met een verschillende signatuur, één populaire krant en twee kwaliteitskranten. *De Telegraaf* kan gezien worden als populaire krant en *de Volkskrant* en het *NRC Handelsblad* als kwaliteitskrant (Bakker & Scholten, 2009).

In dit onderzoek zijn twee weken in de maanden februari en maart 2013 onderzocht. In deze weken was er geen opvallend groot nieuws dat eventueel de resultaten van het onderzoek zou kunnen beïnvloeden (dus bijvoorbeeld geen aftreden van Koningin Beatrix, val van het Kabinet of een verkiezingsperiode). Er zijn twee onderzoeksperiodes van beide één week. Alle tweets van Tweede Kamerleden die verschenen zijn op zondag 10 februari 2013 vanaf 00.00 uur tot zaterdag 16 februari 23.59 uur zijn onderzocht. In totaal zijn er in deze week 2231 tweets verzonden door Tweede Kamerleden. Dit aantal is inclusief retweets van Tweede Kamerleden en @replies.

Onderzoeksperiode twee loopt van zondag 10 maart vanaf 0.00 uur tot zaterdag 16 maart 2013 23.59 uur. In deze periode zijn 2246 tweets verschenen, dit aantal is net als bij onderzoeksperiode één inclusief retweets van Tweede Kamerleden en @replies.

De berichtgeving in kranten is van maandag 11 februari tot en met maandag 18 februari 2013

en van maandag 11 maart tot en met maandag 18 maart 2013 onderzocht. De databank LexisNexis is gebruikt om de artikelen te selecteren. Als zoektermen zijn de namen van de twitterende Kamerleden gebruikt. Alle krantenartikelen waarin een Tweede Kamerlid genoemd wordt die in de onderzoeksperiode heeft getwitterd, zijn onderzocht.

3.2 Inhoudsanalyse

Door middel van een kwantitatieve inhoudsanalyse zijn alle tweets van alle twitterende Tweede Kamerleden geanalyseerd die in twee onderzoeksperioden verschenen zijn. Een inhoudsanalyse wordt in de communicatiewetenschap vaak toegepast om de inhoud van mediaboodschappen te analyseren (Wester, 2006). Bij een kwantitatieve inhoudsanalyse is het van belang dat de mediateksten op een gestructureerde manier worden geanalyseerd (Wester, 2006). Hiervoor wordt een codeboek gebruikt, zodat alle teksten op dezelfde wijze worden bestudeerd.

In dit onderzoek zijn de tweets eerst op een kwalitatieve manier onderzocht om zo een codeboek te produceren. Er is open gecodeerd om te achterhalen welke thema's en onderwerpen besproken zijn in de tweets. Vooraf zijn er dus geen categorieën vastgesteld, deze zijn voortgekomen uit de open codeersessie. Bij dit soort kwalitatief onderzoek is het belangrijk om vergelijkingen te maken tussen de verschillende tweets en codes. Indien codes bij elkaar horen, zijn deze samengevoegd tot één overkoepelende code (Boeije, 2002). Bij dit onderzoek zijn de thema's die gaan over beleid en standpunten zo specifiek mogelijk geformuleerd, om zo een goede vergelijking te kunnen maken met de thema's die in de dagbladen voorkomen. De thema's zijn opgenomen in het codeboek. Per tweet is een aantal variabelen onderzocht, zoals het thema dat besproken wordt, van wie de tweet afkomstig is en tot welke partij het Kamerlid behoort, of het een retweet betreft en of er een conversatie plaatsvindt. Per tweet is onderzocht of het Kamerlid van wie de tweet afkomstig is in één van de onderzochte dagbladen voorkomt. Naast een expliciete verwijzing, wordt onderzocht of er overeenstemming is in het (hoofd)thema dat op Twitter besproken wordt en het thema in het krantenbericht. Indien het thema van de tweet overeenkomt met het thema in een krantenartikel in combinatie met het Kamerlid, kan niet met zekerheid worden gezegd dat de journalist de informatie van Twitter heeft gehaald, wel kan worden aangetoond dat er inhoudelijke overeenstemming is tussen de tweet en het bericht in de krant. Aan de hand van het codeboek zijn op een gestructureerde wijze 4477 tweets van Tweede Kamerleden geanalyseerd en 300 krantenartikelen waarin een twitterend Kamerlid genoemd werd.

3.3 Operationalisering

Zoals in de vorige paragraaf is aangegeven, is het bij een kwantitatieve inhoudsanalyse van belang dat de data op een gestructureerde wijze geanalyseerd worden. Dit wordt gedaan aan de hand van

een codeboek. Alle variabelen die in het codeboek voorkomen zijn geoperationaliseerd. Hieronder zullen alle variabelen toegelicht worden. Het complete codeboek is terug te vinden in bijlage 1.

V1: Tweede Kamerlid

Door te coderen van welk Tweede Kamerlid een tweet afkomstig is, kan beoordeeld worden wie er allemaal getwitterd heeft in de onderzoeksperiode. De uitkomsten van deze onderzoeksvariabele zijn gebruikt als zoekterm in LexisNexis om te bekijken of het twitterende Kamerlid in één van de kranten is voorgekomen.

V2: Partij

Door de partij van het Tweede Kamerlid van wie de tweet afkomstig is te coderen, kan onderzocht worden welke partijen veel en welke partijen minder vaak twitteren. Uiteindelijk kan beoordeeld worden of bepaalde partijen bijvoorbeeld vaker worden overgenomen in dagbladen of juist niet.

V3: Periode

Onderzoeksperiode één loopt van zondag 10 februari 2013 tot en met zaterdag 16 februari 2013. Onderzoeksperiode twee loopt van zondag 10 maart 2013 tot en met zaterdag 16 maart 2013.

V4: Datum

De datum waarop de tweet is verschenen is gecodeerd (dd/mm/jjjj).

V5: Categorie

Bij deze variabele is gecodeerd tot welke categorie de tweet hoort. Wordt er een thema besproken, een mededeling gedaan of betreft het een privékwestie. Ook kunnen politici op Twitter een verwijzing maken naar een artikel of een aankondiging naar een programma maken. Hieronder worden de verschillende categorieën verder toegelicht.

- Privéleven

Onder deze categorie vallen tweets die te maken hebben met de bezigheden van de politicus naast zijn of haar werkzaamheden als politicus. Een voorbeeld van een tweet die onder deze categorie valt, is de tweet van Arie Slob: *“Dag begonnen met een klein uurtje hardlopen in de duinen. Toch even schrikken als er een vos midden op het pad staat. Rustig doorgelopen.”* Of de tweet van PvdA-Kamerlid Michiel Servaes: *“En toen was de kleine man toch voor het eerst naar school.”*

- Aankondiging programma

Tweets waarin een aankondiging wordt gemaakt voor een bepaald radio- of televisieprogramma vallen onder deze categorie. Een voorbeeld van een tweet die in deze

categorie valt, is van D66-er Kees Verhoeven: “RT @LavieJanRoos: Vanavond in Echte Jannen: @sassenvanelstloo @KeesVee @LeoDriessen @The_ED @bertbrussen en @simek. #radio1 #EchteJannen” Of de tweet van PvdA-er Henk Nijboer: “Met collega @vanHijum ben ik klaar voor het optreden bij@oogopmorgen #radio1 <http://t.co/2WauDZUF>”

- Mededeling of conversatie

Onder deze categorie vallen tweets die niks zeggen over beleid of standpunten en enkel iets mededelen. Bijvoorbeeld dat de trein te laat is of dat er file staat. Onder deze categorie vallen ook tweets die enkel een conversatie bevatten zonder inhoudelijke standpunten. Een voorbeeld van een tweet die een mededeling betreft zonder inhoudelijk standpunt, is een tweet van PvdA-Kamerlid Jan Vos: “Beetje gedeformeerd - neem ik onderweg van Zeeland naar Amsterdam onwillekeurig de afslag Den Haag...” Een voorbeeld van een tweet die een conversatie bevat zonder inhoudelijk standpunt is van PvdA-er Michiel Serveas:

“@LeaBouwmeester helaas, al weer on the road :-{”

- Thema

Uit de open codeersessie zijn 28 hoofdthema's gekomen. Onder deze hoofdthema's vallen 945 codes. In het codeboek in bijlage 1 zijn alle specifieke thema's terug te vinden. Deze thema's zijn zo specifiek mogelijk geformuleerd om een overeenkomst met berichtgeving in kranten te kunnen vaststellen. Deze thema's zijn daarom ook sterk verbonden met de periode waarin het onderzoek plaatsvond.

- Onderwijs

Onder dit thema vallen codes die te maken hebben met het onderwijs. Voorbeelden zijn tweets over het leenstelsel voor studenten, MBO-scholen, het sluiten van kleine basisscholen, pestprotocollen op scholen en de financiering van het onderwijs.

- Woningmarkt

Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: het woonakkoord, hypotheken, huursector, heffing woningcorporaties, scheefwonen en huurverhoging.

- Zorg

Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: zorgverzekeraars, bezuinigingen in de zorg, keuzevrijheid patiënten, kwaliteit van ziekenhuizen, artsen met beroepsverbod en privacy-lek patiëntendossier

- **Bankensector**
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: cao bankpersoneel, hoorzitting inzake SNS, loonmatiging staatsgesteunde banken, winst en dividend DNB en openbaar maken van bankenreddingsactie.
- **Werkbezoek**
Codes die onder dit thema vallen, zijn onder andere werkbezoeken in Almere, bij de landmacht, politie, de gevangenis, Friesland Campina en een werkbezoek op Texel.
- **(Duurzame) energie, natuur en milieu**
Codes die onder dit thema vallen, zijn onder andere: zonnepanelen, CO2, water, biobrandstof, gaswinning verlagen, energiebesparing, schaliegas mogelijkheden en gaswinning in Groningen.
- **Buitenland**
Codes die onder dit thema vallen, zijn onder andere: Somalië, president Tunesië, handelscontracten met Noord-Korea, State of the Union, relatie Indonesië, opzeggen verdrag met Marokko en de wapenexport Jordanië en Oman.
- **Crisis en financiële situatie in Nederland**
Codes die onder dit thema vallen, zijn onder andere: kredieten MKB, openbaarmaking topinkomens, terugvorderen bonussen publieke sector, krimp economie, meerjarenbegroting, crisis oplossen door meer mensen aan het werk en belastingparadijs.
- **Gemeenten en provincies**
Codes die onder dit thema vallen, zijn onder andere: fuseren zwakke gemeenten, aantal gemeenteraadsleden terugbrengen, krimpregio's en herindeling provincies.
- **Defensie**
Codes die onder dit thema vallen, zijn onder andere: verhuizen mariniers, behoud Koninklijke Militaire School (KMS), krijgsmacht, bezuinigingen defensie en Nederlandse trainingsmissie.

- **Europa**
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: Europa en Twitter, begrotingsakkoord EU, werkgroep EU over eurocrisis, EU blijft tonijnvissen subsidiëren, Benelux samenwerking en informatievoorziening EU dossiers.
- **Rookverbod horeca**
Onder dit thema vallen de codes: rookverbod in kleine horeca en SGP tegen versoepeling rookverbod.
- **Rooms Katholieke kerk**
Onder dit thema vallen onder andere de codes: aftreden paus en hopen op vernieuwing RK.
- **Openbaarvervoer en infrastructuur**
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: einde dubbel opstaptarief OV, 140 km/u op snelwegen, winterdienstregeling, Groningen ontsnapt aan treinramp, A15 en N18 buitenschot bezuinigingen, 1 tarief voor alle vervoerders NS en tarieven Hanzelijn.
- **Kinderen en jongeren**
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: kinderen onder toezicht, verkoop alcohol aan jongeren, kinderopvang, adoptie en kinderen en armoede.
- **Asielbeleid**
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: uitzetting asielzoekers, strafbaarstelling illegaliteit, gezinsmigratie en discussie woord 'allochtoon'.
- **Criminaliteit en veiligheid**
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: jeugdcriminaliteit, slachtoffers loverboys, illegale bordelen en problemen met jongeren in Enschede.
- **Dieren en vleesindustrie**
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: paardenvleesschandaal,

plofkippen, bijensterfte, import levende varkens uit Amerika toestaan, protest ganstrekken en stierenvechten.

- Sociale zekerheid
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: werken met een uitkering, AOW, extra geld arbeidsgehandicapten, digitale dienstverlening UWV en Wajong, pensioenfondsen en inkorten pensioenen politici.
- Antillen
Codes die bij dit thema horen, zijn: BES eilanden, Sint Maarten en financiële situatie Curaçao en Sint-Maarten.
- Rechten van de mens
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: homohuwelijk Frankrijk, vrouwenrecht en abortus, euthanasiewet en mensenhandel.
- Landbouw
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: toekomst agrarische sector, gewasbeschermingsmiddelen, geld voor jonge boeren en samenwerking akkerbouwers en verwerkers
- Arbeidsmarkt
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: discriminatie op de arbeidsmarkt, participatiewet, Poolse werknemers en HEMA en vrije werkvergunning Kroaten.
- Koninklijk huis
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: Kroning, debat Koninkrijksrelaties en kabinet gaat Maxima aanspreken als Koningin.
- ICT en techniek
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: privacy en WhatsApp, ICT-blunder door overheid, meisjes en techniek, digitaal pesten en cookiewet.

- Toerisme
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen zijn: toeristenbelasting, meer toeristen naar Nederland trekken en opening van toeristisch seizoen Rivierenland.
- Politiek algemeen
Voorbeelden van codes die onder dit thema vallen, zijn: Brinkman en wachtgeld, ledenavond GroenLinks, met jongeren in debat over politiek, referendum, verkleinen Eerste en Tweede Kamer, vergoeding Kamerleden omlaag, sociale media in de politiek en maiden speech.
- Overig
Onder dit thema vallen alle codes die niet onder bovenstaande thema's vallen, zoals carnaval, Valentijn, de watersnoodramp, Esther Vergeer stopt, koopzondag, World Press Photo en bezoek TEFAF.

V6: Verwijzing naar een link

Er is gecodeerd of tweets een link bevatten naar een bepaald artikel, foto of fragment. Een voorbeeld van een tweet die onder deze categorie valt is een tweet van VVD-er Renee Leegte: *"Bijgaand mijn column op #dds de dagelijkse standaard tegen de feitenvrije emotiepolitiek van #GL en #D66 <http://t.co/TLBvrlpc>"*

V7: Retweet (RT)

Is (een deel van) de tweet een Retweet? Dit is met ja of nee gecodeerd. Dit is interessant om te noteren omdat op deze manier achteraf achterhaald kan worden of een tweet zelf geschreven is door de politicus of dat de tweet afkomstig is van iemand anders.

V8: Conversatie (@)

Wordt in de tweet naar een andere twitteraar verwezen door middel van een @? Dit is met ja of nee gecodeerd.

V9: Met wie vindt de conversatie plaats?

Indien er in een tweet een verwijzing wordt gemaakt door middel van een '@', wordt gecodeerd met wie de conversatie plaatsvindt. Er is onderscheid gemaakt tussen verwijzingen naar vijf verschillende groepen, namelijk: politici, journalisten, mediaorganisaties, een ander persoon/organisatie of een combinatie van één van bovenstaande groepen. Als er namelijk in één tweet een verwijzing wordt gemaakt naar zowel @Mark Rutte en @Telegraaf dan wordt er dus verwezen naar zowel een politici

als een mediaorganisatie. In dit geval wordt gecodeerd dat er naar een combinatie van verschillende groepen wordt verwezen in de tweet. Het is dan niet duidelijk naar welke groepen.

V10: Aantal keer geretweet

Hoe vaak is de tweet van het Kamerlid geretweet? Indien een tweet vaak is geretweet is het bereik van een tweet vergroot. Er kan een vergelijking worden gemaakt tussen berichten die vaak geretweet zijn of deze vaker worden overgenomen in dagbladen dan berichten die bijna nooit worden geretweet.

V11: Overname tweets in Telegraaf

Om antwoord te kunnen geven op het tweede gedeelte uit de onderzoeksvraag, namelijk in hoeverre tweets over worden genomen door journalisten, is per tweet gecodeerd of *De Telegraaf* de tweet heeft overgenomen in onderzoeksperiode één en twee. Bij deze variabele is er gebruik gemaakt van de databank LexisNexis. Het Kamerlid dat bij V1 is gecodeerd, is als zoekterm gebruikt in deze databank. In totaal is er onderscheid gemaakt tussen vijf categorieën. Om te kunnen beoordelen of er sprake is van inhoudelijke overeenstemming tussen wat er op Twitter wordt gezegd door een bepaald Kamerlid en wat er in de krant wordt gezegd door dit Kamerlid, is er onderscheid gemaakt tussen het hoofdthema en het specifieke thema.

- Kamerlid komt helemaal niet in de krant voor

Indien een Kamerlid wel in de onderzoeksperiode heeft getwitterd, maar niet in de onderzoeksperiode in de krant wordt genoemd, wordt deze code gehanteerd.

- Kamerlid komt wel in de krant voor, maar niet met hetzelfde thema als de tweet

Indien het Kamerlid dat heeft getwitterd wel in de krant voorkomt, maar met een ander thema dan bij V5 is gecodeerd, wordt deze code gehanteerd. Een Kamerlid twittert bijvoorbeeld over de zorg en in de krant wordt dit Kamerlid genoemd in combinatie met het thema onderwijs.

- Kamerlid komt wel in de krant voor met hetzelfde hoofdthema als de tweet

Deze code wordt gehanteerd als een Kamerlid in zijn tweet over een thema twittert en in de krant wordt het Kamerlid genoemd in combinatie met hetzelfde hoofdthema uit de tweet. Het specifieke thema dat getwitterd is komt niet overeen, maar de berichtgeving in de krant gaat wel over hetzelfde hoofdthema.

- Kamerlid komt in de krant voor met hetzelfde specifieke thema als de tweet, zonder dat er expliciet naar de tweet is verwezen

Indien het specifieke thema uit de tweet overeenkomt met de berichtgeving in de krant in

combinatie met het twitterende Kamerlid, wordt deze code gehanteerd. Het is uit het krantenbericht niet op te maken dat het bericht van Twitter komt.

- Er wordt een expliciete verwijzing naar de tweet gemaakt

Indien de inhoud van de tweet overeenkomt met de berichtgeving in de krant én er expliciet wordt genoemd dat het bericht van Twitter afkomstig is, wordt deze code gehanteerd.

V12: Overname tweet in NRC Handelsblad

Deze variabelen is op dezelfde manier gecodeerd als V12. Er is beoordeeld of de tweet is overgenomen in het *NRC Handsblad*.

V13: Overname tweet in de Volkskrant

Deze variabelen is op dezelfde manier gecodeerd als V11 en V12. Er is beoordeeld of de tweet is overgenomen in *de Volkskrant*.

4. Resultaten

In totaal zijn 4477 tweets geanalyseerd, 2231 tweets in periode één en 2246 tweets in onderzoeksperiode twee. Aan de hand van deze analyse wordt in dit hoofdstuk antwoord gegeven op de centrale vraag. Er wordt gekeken welke thema's in de tweets van de Tweede Kamerleden voorkomen en of deze worden overgenomen door *de Volkskrant*, het *NRC Handelsblad* en *De Telegraaf*. Dit hoofdstuk is opgesplitst in drie paragrafen. In de eerste paragraaf wordt bekeken welke partijen en Kamerleden het vaakst twitteren en in hoeverre er gebruik wordt gemaakt van het toevoegen van een link, zij een bericht retweeten en een verwijzing maken naar een andere twitteraar. Vervolgens wordt er gekeken welke inhoudelijke thema's er besproken worden in tweets en hoe dit per partij verdeeld is. Tot slot wordt er gekeken of deze thema's terugkomen in de *Telegraaf*, het *NRC Handelsblad* en de *Volkskrant* en of tweets letterlijk terug komen in deze dagbladen.

4.1 Twitterende Kamerleden en kenmerken van tweets

Om inzicht te krijgen hoeveel tweets per partij zijn verstuurd, is tabel 4.1.1 gemaakt. Per partij is weergegeven hoeveel leden van deze partij in de Tweede Kamer zitten, hoeveel van hen een Twitter-account hebben en hoeveel tweets zij hebben verstuurd in onderzoeksperiode één en twee. Omdat sommige partijen met veel meer leden dan andere partijen in de Tweede Kamer zitten, geeft het een vertekend beeld als er alleen gekeken wordt naar het absolute aantal verstuurd tweets. Om die reden is ook het relatieve aantal verstuurd tweets per account toegevoegd.

Partij	Aantal Tweede Kamerleden (%)	Aantal leden met een Twitter-account (%)	Periode 1		Periode 2	
			Aantal tweets (%)	Tweets per account	Aantal tweets (%)	Tweets per account
VVD	41 (27,3%)	39 (27,9%)	564 (25,3%)	14,5	474 (21,1%)	12,2
PvdA	38 (25,3%)	37 (26,4%)	463 (20,8%)	12,5	526 (23,4%)	14,2
PVV	15 (10%)	10 (7,1%)	26 (1,2%)	2,6	43 (1,9%)	4,3
SP	15 (10%)	13 (9,3%)	259 (11,6%)	19,9	273 (12,2%)	21,0
CDA	13 (8,7%)	13 (9,3%)	370 (16,6%)	28,5	344 (15,3%)	26,5
D66	12 (8%)	12 (8,6%)	193 (8,7%)	16,1	170 (7,6%)	14,2
CU	5 (3,3%)	5 (3,6%)	102 (4,6%)	20,4	114 (5,1%)	22,8
GroenLinks	4 (2,7%)	4 (2,9%)	100 (4,5%)	25,0	158 (7,0%)	39,5
SGP	3 (2%)	3 (2,1%)	45 (2,0%)	15,0	27 (1,2%)	9,0
PvdD	2 (1,3%)	2 (1,4%)	81 (3,6%)	40,5	93 (4,1%)	46,5
50Plus	2 (1,3%)	2 (1,4%)	28 (1,3%)	14,0	24 (1,1%)	12,0
Totaal	150 (100%)	140 (100%)	2231 (100%)	209	2246 (100%)	222,2

Tabel 4.1.1: Aantal tweets verzonden per partij in periode 1 en 2 zowel absolute aantallen als relatieve aantallen.

Het aantal tweets dat verstuurd is per partij in onderzoeksperiode één en twee is nagenoeg hetzelfde. Kamerleden van de VVD en de PvdA hebben de meeste tweets verstuurd in deze periodes. Deze uitkomst is vrij logisch te verklaren aangezien de VVD en de PvdA samen ook de meerderheid vormen in de Tweede Kamer. Kamerleden van de PVV en de 50PLUS partij hebben de minste tweets verstuurd in periode één en twee. Als er naar het relatieve aantal tweets gekeken wordt, kan geconcludeerd worden dat Kamerleden van de PvdD, relatief gezien in zowel onderzoeksperiode één als twee de meeste tweets hebben verstuurd. De PVV heeft relatief de minste tweets verstuurd in beide onderzoeksperiodes.

Tabel 4.1.2 laat zien welke Tweede Kamerleden de meeste tweets hebben verstuurd in onderzoeksperiode één en twee. Daarnaast laat deze tabel zien hoeveel tweets zij procentueel gezien hebben verstuurd van alle tweets die verstuurd zijn van de desbetreffende partij.

Periode 1			Periode 2		
Top 10 twitteraars	Aantal tweets per persoon	% tweets van de politicus v.h. totaal aantal v.d. partij	Top 10 twitteraars	Aantal tweets per persoon	% tweets van de politicus v.h. totaal aantal v.d. partij
1. Omtzigt (CDA)	90	24,3%	1. Voortman (GRL)	98	62,0%
2. Van Toorenborg (CDA)	73	17,7%	2. Van Toorenborg (CDA)	80	23,3%
3. Voortman (GRL)	57	57,0%	3. Ulenbelt (SP)	67	24,5%
4. Houwers (VVD)	54	9,6%	4. Omtzigt (CDA)	64	18,6%
5. Hijum (CDA)	52	14,1%	5. Jansen (SP)	60	22,0%
6. Ulenbelt (SP)	52	20,1%	6. Thieme (PvdD)	57	61,3%
7. Sjoerdsma (D66)	51	26,4%	7. Van Tongeren (GRL)	55	34,8%
8. Jansen (SP)	50	19,3%	8. Marcouch (PvdA)	51	9,7%
9. Thieme (PvDD)	43	53,1%	9. Dijkstra (VVD)	48	10,1%
10. Van Tongeren (GRL)	40	40,0%	10. Monasch (PvdA)	44	8,4%

Tabel 4.1.2: Top 10 twitteraars in onderzoeksperiode 1 en 2.

Pieter Omtzigt van het CDA heeft veruit de meeste tweets verstuurd in onderzoeksperiode één van alle twitteraars in de Tweede Kamer. Hij heeft 93 tweets verstuurd en heeft bijna een kwart van alle tweets van het CDA verstuurd en was in zijn eentje verantwoordelijk voor 4% van alle tweets die tijdens de onderzoeksperiode verspreid zijn. Ook in onderzoeksperiode twee heeft hij veel tweets verstuurd en staat hij op de 4^e plek van Kamerleden die de meeste tweets hebben verstuurd. Linda Voortman van GroenLinks heeft in periode twee de meeste tweets verstuurd. In haar eentje was zij verantwoordelijk voor 4,4% van alle verstuurde tweets in periode twee. In beide onderzoeksperiodes is zij verantwoordelijk voor ongeveer 60% van alle verstuurde tweets van GroenLinks.

Link, retweet en @replies

Tabel 4.1.3 geeft per periode weer hoeveel tweets een link bevatten. Dit kunnen links naar bijvoorbeeld een foto, artikel of filmpje op het internet zijn. Daarnaast geeft de tabel weer hoe vaak politici een tweet van een andere twitteraar hebben geretweet en hoe vaak er wordt verwezen naar een andere twitteraar door middel van een @reply.

	Periode 1			Periode 2		
	Tweet bevat een link	Tweet is een retweet	Verwijzing naar andere twitteraar	Tweet bevat een link	Tweet is een retweet	Verwijzing naar andere twitteraar
Ja	894 (40,1%)	678 (30,4%)	1156 (51,8%)	914 (40,7%)	686 (30,5%)	1173 (52,2%)
Nee	1337 (59,9%)	1553 (69,6%)	1075 (48,2%)	1332 (59,3%)	1560 (69,5%)	1073 (47,8%)
Totaal	2231 (100%)	2231 (100%)	2231 (100%)	2246 (100%)	2246 (100%)	2246 (100%)

Tabel 4.1.3: Overzicht links, retweets en verwijzingen in onderzoeksperiode 1 en 2

Tussen onderzoeksperiode één en twee zitten nagenoeg geen verschillen in het gebruik van links, retweets en verwijzingen naar andere twitteraars. Ruim 40% van de tweets bevat een link, ruim 30% van de tweets zijn retweetberichten en in 52% van de tweets wordt er verwezen naar een andere twitteraar. Tabel 4.1.4 geeft weer naar wie Kamerleden verwijzen in een tweet in onderzoeksperiode één en twee.

	Periode 1	Periode 2
politici	241 (20,9%)	155 (13,2%)
journalist	66 (5,7%)	59 (5,0%)
mediaorganisaties	111 (9,6%)	97 (8,3%)
anders	452 (39,5%)	440 (37,5%)
combinatie	283 (24,5%)	422 (36,0%)
Totaal	1156 (100%)	1173 (100%)

Tabel 4.1.4: Verwijzingen in tweets

In onderzoeksperiode één wordt er in 1153 tweets naar een andere twitteraar verwezen. In ruim 20% is dit naar een andere politicus, in ruim 24% wordt er naar meerdere personen of organisaties verwezen die in verschillende categorieën vallen, dus bijvoorbeeld zowel naar een politicus als een journalist. Het vaakst (39,5%) wordt er verwezen naar een ander persoon of organisatie. In ruim 5% van de tweets wordt er verwezen naar een journalist. Enkele voorbeelden van journalisten naar wie wordt verwezen, zijn Sven Kockelmann van *Brandpunt* en *Oog in oog*, Ron Fresen van de *NOS* en Remy van Mannekes van *RTV Noord*. Naar mediaorganisaties wordt in bijna 10% van de twitterberichten verwezen. Dit gaat vaak om dagbladen, zoals de bijvoorbeeld de *Telegraaf*, het *Algemeen Dagblad* of *Trouw*, ook wordt er verwezen naar televisie- en radioprogramma's zoals *De wereld draait door*, *NOS journaal* en *Spijkers met koppen*. In onderzoeksperiode twee wordt er

minder vaak naar een politicus verwezen (13,2%) ten opzicht van onderzoeksperiode één. Ook in onderzoeksperiode twee wordt er het vaakst verwezen naar een ander persoon of organisatie (37,5%).

Retweet

Per tweet is bekeken hoe vaak deze is geretweet door een andere twitteraar. Het gemiddelde is berekend en weergegeven in tabel 4.1.5.

	Periode 1	Periode 2
Gemiddeld aantal keer geretweet (inclusief retweets van anderen)	15,2	46
Gemiddeld aantal keer geretweet (enkel originele tweets van politici)	6,5	6,4

Tabel 4.1.5: Overzicht hoe vaak een tweet van een politicus is geretweet door een andere twitteraar

Gemiddeld worden tweets van Tweede Kamerleden in onderzoeksperiode één 15,2 keer geretweet door andere twitteraars, in onderzoeksperiode twee is dit gemiddeld 46 keer. In onderzoeksperiode twee ligt het gemiddelde een stuk hoger, dit is te verklaren, omdat Han Ten Broeke in deze periode de eerste tweet van de Paus heeft geretweet. Deze tweet is in totaal 80.160 keer geretweet en dit haalt het gemiddelde dus flink omhoog. Deze gemiddeldes geven dus enigszins een vertekend beeld, omdat in deze selectie alle tweets zijn meegenomen, dus ook berichten die door Kamerleden zelf zijn geretweet. Tabel 4.1.3 laat zien dat 1553 (69,6%) tweets van Kamerleden geen retweet van andere bevatten en in onderzoeksperiode twee zijn dit 1560 (69,5%) tweets. Als er alleen wordt gekeken naar deze tweets, dus tweets die politici zelf hebben opgesteld en geen retweets van andere bevatten, ligt het gemiddelde een stuk lager. Tweets van Tweede Kamerleden worden dan in periode één gemiddeld 6,5 keer geretweet, in onderzoeksperiode twee is dit gemiddeld 6,4 keer.

4.2 Thema's in tweets

Per tweet is bekeken tot welke categorie de tweet behoort. Tabel 4.2.1 geeft per periode weer hoe vaak een bepaalde categorie voorkomt.

Categorie	Onderzoeksperiode 1 (%)	Onderzoeksperiode 2 (%)
Politiek thema	1442 (63,7%)	1568 (69,8%)
Privé	78 (3,5%)	50 (2,2%)
Aanbeveling programma/artikel	60 (2,7%)	25 (1,1%)
Mededeling	671 (30,1%)	603 (26,8%)
Totaal	2231 (100%)	2246 (100%)

Tabel 4.2.1: Overzicht categorieën in periode 1 en 2

In onderzoeksperiode één was in bijna 64% van alle tweets een inhoudelijk thema te onderscheiden. In 30,1% van de tweets was geen specifiek thema te onderscheiden. Dit waren korte mededelingen

of korte conversaties zonder een inhoudelijke boodschap. Privé-boodschappen werden door Kamerleden nauwelijks door middel van een tweets verspreid net als aanbevelingen van programma's of artikelen. In onderzoeksperiode twee was in bijna 70% een inhoudelijke thema te onderscheiden. In ruim een kwart van de tweets werden korte mededelingen of conversaties gehouden zonder inhoudelijke boodschap. De overige tweets waren privé-boodschappen of een aanbeveling voor een programma of artikel. Tabel 4.2.2 geeft per periode weer hoe vaak er over een bepaald hoofdthema is getwitterd.

	Periode 1 (%)	Periode 2 (%)	Periode 1 en 2 (%)
mededeling	671 (30,1)	603 (26,8%)	1274 (28,5%)
overig	141 (6,3%)	230 (10,2%)	371 (8,3%)
woningmarkt	210 (9,4%)	100 (4,5%)	310 (6,9%)
politiek algemeen	84 (3,8%)	154 (6,9%)	238 (5,3%)
(duurzame) energie natuur en milieu	134 (6,0%)	98 (4,4%)	232 (5,2%)
buitenland	71 (3,2%)	92 (4,1%)	163 (3,6%)
onderwijs	73 (3,3%)	77 (3,4%)	150 (3,4%)
zorg	84 (3,8%)	66 (2,9%)	150 (3,4%)
werkbezoek	71 (3,2%)	73 (3,3%)	144 (3,2%)
privé	78 (3,5%)	50 (2,2%)	128 (2,9%)
crisis en financiële situatie Nederland	74 (3,3%)	46 (2,0%)	120 (2,7%)
openbaarvervoer en infrastructuur	68 (3,0%)	41 (1,8%)	109 (2,4%)
dieren en vleesindustrie	28 (1,3%)	79 (3,5%)	107 (2,4%)
criminaliteit en veiligheid	23 (1,0%)	79 (3,5%)	102 (2,3%)
arbeidsmarkt	34 (1,5%)	58 (2,6%)	92 (2,1%)
asielbeleid	13 (0,6%)	76 (3,4%)	89 (2,0%)
sociale zekerheid	33 (1,5%)	58 (2,6%)	91 (2,0%)
aanraden programma	60 (2,7%)	25 (1,1%)	85 (1,9%)
Europa	39 (1,7%)	41 (1,8%)	80 (1,8%)
bankensector	50 (2,2%)	21 (0,9%)	71 (1,6%)
landbouw	20 (0,9%)	50 (2,2%)	70 (1,6%)
gemeente en provincie	46 (2,1%)	16 (0,7%)	62 (1,4%)
Rooms katholieke kerk	14 (0,6%)	45 (2,0%)	59 (1,3%)
ict en techniek	29 (1,3%)	15 (0,7%)	44 (1,0%)
defensie	19 (0,9%)	11 (0,5%)	30 (0,7%)
kinderen en jongeren	21 (0,9%)	7 (0,3%)	28 (0,6%)
rechten van de mens	12 (0,5%)	15 (0,7%)	27 (0,6%)
rook en tabakindustrie	16 (0,7%)	5 (0,2%)	21 (0,5%)
koninklijk huis	11 (0,5%)	4 (0,2%)	15 (0,3%)
Antillen	4 (0,2%)	4 (0,2%)	8 (0,2%)
Toerisme	0 (0,0%)	7 (0,3%)	7 (0,2%)
Totaal	2231 (100%)	2246 (100%)	4477 (100%)

Tabel 4.2.2: Hoofdthema's in periode 1 en 2

In onderzoeksperiode één en twee werden er in totaal het vaakst mededelingen gedaan in tweets (28,5%) en kwamen onderwerpen aan bod die in de categorie overig vallen (8,3%). Als er alleen naar de thema's wordt gekeken is er in onderzoeksperiode één het vaakst over de woningmarkt getwitterd, ruim 200 tweets gingen over dit thema. Daarnaast werd er in ruim 140 tweets getwitterd

over onderwerpen die onder de categorie overig vallen en werd er bijna 120 keer getwitterd over een onderwerp met betrekking tot (duurzame) energie, natuur en milieu. In periode twee werden 230 tweets verstuurd die in de categorie overig vallen en 154 tweets gingen over politiek algemene zaken. Ook in deze periode gingen weer veel tweets over de woningmarkt (100 tweets) en over (duurzame) energie, natuur en milieu (98 tweets). In onderzoeksperiode één werd er helemaal niet getwitterd over toerisme. Zowel in onderzoeksperiode één als twee werd er weinig getwitterd over de Antillen, deze thema's kwamen in beide periodes maar vier keer voor. Om te beoordelen welke thema's er per partij worden getwitterd, zijn tabel 4.2.3 en tabel 4.2.4 gemaakt.

Periode 1	VVD	PvdA	PVV	SP	CDA	D66	CU	GroenLinks	SGP	50PLUS	PvdD	Totaal
onderwijs	13 (2,3%)	4 (0,9%)	0 (0,0%)	22 (8,5%)	21 (5,7%)	6 (3,1%)	5 (4,9%)	0 (0,0%)	1 (2,2%)	1 (3,6%)	0 (0,0%)	73 (3,3%)
woningmarkt	37 (6,6%)	33 (7,1%)	2 (7,7%)	34 (13,1%)	31 (8,4%)	16 (8,3%)	10 (9,8%)	22 (22,0%)	21 (46,7%)	4 (14,3%)	0 (0,0%)	210 (9,4%)
zorg	6 (1,1%)	31 (6,7%)	3 (11,5%)	21 (8,1%)	12 (3,2%)	3 (1,6%)	1 (1,0%)	5 (5,0%)	0 (0,0%)	1 (3,6%)	1 (1,2%)	84 (3,8%)
bankensector	9 (1,6%)	14 (3,0%)	1 (3,8%)	10 (3,9%)	14 (3,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (4,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	50 (2,2%)
werkbezoek	20 (3,5%)	23 (5,0%)	2 (7,7%)	5 (1,9%)	12 (3,2%)	2 (1,0%)	4 (3,9%)	2 (2,0%)	1 (2,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	71 (3,2%)
Energie nat. en mil.	25 (4,4%)	24 (5,2%)	6 (23,1%)	22 (8,5%)	13 (3,5%)	8 (4,1%)	13 (12,7%)	18 (18,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	5 (6,2%)	134 (6,0%)
buitenland	9 (1,6%)	12 (2,6%)	1 (3,8%)	2 (0,8%)	14 (3,8%)	22 (11,4%)	7 (6,9%)	4 (4,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	71 (3,2%)
financiële sit. Ned.	15 (2,7%)	16 (3,5%)	1 (3,8%)	11 (4,2%)	21 (5,7%)	4 (2,1%)	0 (0,0%)	3 (3,0%)	1 (2,2%)	0 (0,0%)	2 (2,5%)	74 (3,3%)
Gen. en provincie	5 (0,9%)	6 (1,3%)	1 (3,8%)	0 (0,0%)	21 (5,7%)	5 (2,6%)	5 (4,9%)	0 (0,0%)	2 (4,4%)	0 (0,0%)	1 (1,2%)	46 (2,1%)
defensie	10 (1,8%)	1 (0,2%)	0 (0,0%)	5 (1,9%)	2 (0,5%)	1 (0,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	19 (0,9%)
Europa	11 (2,0%)	11 (2,4%)	0 (0,0%)	1 (0,4%)	9 (2,4%)	4 (2,1%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (3,7%)	39 (1,7%)
rook en tabakin.	10 (1,8%)	1 (0,2%)	1 (3,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (2,9%)	0 (0,0%)	1 (2,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	16 (0,7%)
RK-kerk	6 (1,1%)	3 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (0,5%)	3 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	14 (0,6%)
Ov en infra	34 (6,0%)	4 (0,9%)	4 (15,4%)	7 (2,7%)	13 (3,5%)	2 (1,0%)	4 (3,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	68 (3,0%)
Kind en jongeren	5 (0,9%)	5 (1,1%)	0 (0,0%)	8 (3,1%)	0 (0,0%)	1 (0,5%)	1 (1,0%)	1 (1,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	21 (0,9%)
asielbeleid	1 (0,2%)	3 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (1,0%)	5 (4,9%)	2 (2,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	13 (0,6%)
Crim. en veiligheid	6 (1,1%)	6 (1,3%)	0 (0,0%)	3 (1,2%)	7 (1,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,2%)	23 (1,0%)
dieren en vleesind.	3 (0,5%)	2 (0,4%)	0 (0,0%)	2 (0,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	21 (25,9%)	28 (1,3%)
sociale zekerheid	4 (0,7%)	5 (1,1%)	0 (0,0%)	6 (2,3%)	10 (2,7%)	7 (3,6%)	0 (0,0%)	1 (1,0)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	33 (1,5%)
Antillen	1 (0,2%)	1 (0,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (0,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	4 (0,2%)
rechten vd mens	2 (0,4%)	7 (1,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (0,3%)	0 (0,0%)	1 (1,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,2%)	12 (0,5%)
landbouw	4 (0,7%)	7 (1,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	6 (1,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (3,7%)	20 (0,9%)
arbeidsmarkt	5 (0,9%)	12 (2,6%)	0 (0,0%)	3 (1,2%)	4 (1,1%)	9 (4,7%)	0 (0,0%)	1 (1,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	34 (1,5%)
koninklijk huis	1 (0,2%)	1 (0,2%)	0 (0,0%)	6 (2,3%)	0 (0,0%)	2 (1,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,2%)	11 (0,5%)
ict en techniek	14 (2,5%)	7 (1,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	7 (3,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,2%)	29 (1,3%)
politiek algemeen	22 (3,9%)	16 (3,5%)	2 (7,7%)	11 (4,2%)	10 (2,7%)	9 (4,7%)	2 (2,0%)	2 (2,0%)	2 (4,4%)	7 (25%)	1 (1,2%)	84 (3,8%)
overig	44 (7,8%)	24 (5,2%)	1 (3,8%)	9 (3,5%)	35 (9,5%)	10 (5,2%)	6 (5,9%)	1 (1,0%)	2 (4,4%)	3 (10,7%)	6 (7,4%)	141 (6,3%)
privé	38 (6,7%)	18 (3,9%)	0 (0,0%)	4 (1,5%)	4 (1,1%)	5 (2,6%)	3 (2,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	6 (7,4%)	78 (3,5%)
aanraden prog.	13 (2,3%)	15 (3,2%)	0 (0,0%)	7 (2,7%)	8 (2,2%)	7 (3,6%)	6 (5,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (3,6%)	3 (3,7%)	60 (2,7%)
mededeling	191 (33,9%)	151 (32,6%)	1 (3,8%)	60 (23,2%)	98 (26,5%)	58 (30,1%)	26 (25,5%)	38 (38%)	12 (26,7%)	11 (39,3%)	25 (30,9%)	671 (30,1%)
Totaal	564 (100%)	463 (100%)	26 (100%)	259 (100%)	370 (100%)	193 (100%)	102 (100%)	100 (100%)	45 (100%)	28 (100%)	81 (100%)	2231 (100%)

Tabel 4.2.3: Onderwerpen van tweets per politieke partij in onderzoeksperiode 1

Periode 2	VVD	PvdA	PVV	SP	CDA	D66	CU	GroenLinks	SGP	50PLUS	PvdD	Totaal
onderwijs	26 (5,5%)	10 (1,9%)	0 (0,0%)	9 (3,3%)	20 (5,8%)	4 (2,4%)	8 (7,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	77 (3,4%)
woningmarkt	4 (0,8%)	17 (3,2%)	0 (0,0%)	37 (13,6%)	15 (4,4%)	8 (4,7%)	1 (0,9%)	17 (10,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,1%)	100 (4,5%)
zorg	11 (2,3%)	13 (2,5%)	1 (2,3%)	21 (7,7%)	5 (1,5%)	3 (1,8%)	5 (4,4%)	5 (3,2%)	2 (7,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	66 (2,9%)
bankensector	4 (0,8%)	5 (1,0%)	0 (0,0%)	5 (1,8%)	6 (1,7%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	21 (0,9%)
werkbezoek	24 (5,1%)	21 (4,0%)	2 (4,7%)	9 (3,3%)	10 (2,9%)	2 (1,2%)	3 (2,6%)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,1%)	73 (3,3%)
energie nat. en mil.	30 (6,3%)	4 (0,8%)	1 (2,3%)	6 (2,2%)	11 (3,2%)	8 (4,7%)	2 (1,8%)	15 (9,5%)	0 (0,0%)	2 (8,3%)	19 (20,4%)	98 (4,4%)
buitenland	10 (2,1%)	28 (5,3%)	6 (14,0%)	2 (0,7%)	22 (6,4%)	8 (4,7%)	11 (9,6%)	1 (0,6%)	2 (7,4%)	1 (4,2%)	1 (1,1%)	92 (4,1%)
financiële sit. Ned.	6 (1,3%)	7 (1,3%)	1 (2,3%)	11 (4,0%)	15 (4,4%)	3 (1,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (7,4%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	46 (2,0%)
Gem. en provincie	1 (0,2%)	2 (0,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	11 (3,2%)	2 (1,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	16 (0,7%)
defensie	1 (0,2%)	5 (1,0%)	1 (2,3%)	2 (0,7%)	1 (0,3%)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	11 (0,5%)
Europa	9 (1,9%)	9 (1,7%)	1 (2,3%)	4 (1,5%)	14 (4,1%)	2 (1,2%)	2 (1,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	41 (1,8%)
rook en tabakin.	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (0,9%)	0 (0,0%)	1 (0,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,1%)	5 (0,2%)
RK-kerk	16 (3,4%)	4 (0,8%)	0 (0,0%)	4 (1,5%)	15 (4,4%)	2 (1,2%)	2 (1,8%)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,1%)	45 (2,0%)
ov en infra	22 (4,6%)	2 (0,4%)	1 (2,3%)	4 (1,5%)	5 (1,5%)	0 (0,0%)	3 (2,6%)	3 (1,9%)	0 (0,0%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	41 (1,8%)
kind en jongeren	2 (0,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (0,7%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (2,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	7 (0,3%)
asielbeleid	0 (0,0%)	6 (1,1%)	0 (0,0%)	1 (0,4%)	4 (1,2%)	6 (3,5%)	21 (18,4%)	36 (22,8%)	1 (3,7%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	76 (3,4%)
crim. en veiligheid	12 (2,5%)	19 (3,6%)	4 (9,3%)	11 (4,0%)	24 (7,0)	4 (2,4%)	2 (1,8%)	2 (1,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,1%)	79 (3,5%)
dieren en vleesind.	16 (3,4%)	7 (1,3%)	0 (0,0%)	2 (0,7%)	13 (3,8%)	4 (2,4%)	1 (0,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	36 (38,7%)	79 (3,5%)
sociale zekerheid	5 (1,1%)	20 (3,8%)	3 (7,0%)	10 (3,7%)	15 (4,4%)	3 (1,8%)	0 (0,0%)	2 (1,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	58 (2,6%)
Antillen	2 (0,4%)	1 (0,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (0,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	4 (0,2%)
rechten vd mens	2 (0,4%)	6 (1,1%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (0,6%)	0 (0,0%)	1 (0,9%)	4 (2,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	15 (0,7%)
landbouw	6 (1,3%)	6 (1,1%)	1 (2,3%)	1 (0,4%)	15 (4,4%)	9 (5,3%)	6 (5,3%)	4 (2,5%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (2,2%)	50 (2,2%)
arbeidsmarkt	8 (1,7%)	11 (2,1%)	1 (2,3%)	20 (7,3%)	6 (1,7%)	10 (5,9%)	1 (0,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (4,2%)	0 (0,0%)	58 (2,6%)
koninklijk huis	1 (0,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (0,7%)	0 (0,0%)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	4 (0,2%)
ict en techniek	8 (1,7%)	5 (1,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (0,3%)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	15 (0,7%)
toerisme	4 (0,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (0,6%)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	7 (0,3%)
politiek algemeen	23 (4,9%)	61 (11,6%)	5 (11,6%)	7 (2,6%)	15 (4,4%)	10 (5,9%)	4 (3,5%)	14 (8,9%)	9 (33,3%)	4 (16,7%)	2 (2,2%)	154 (6,9%)
overig	47 (9,9%)	71 (13,5%)	2 (4,7%)	33 (12,1%)	14 (4,1%)	19 (11,2%)	19 (16,7%)	15 (9,5%)	2 (7,4%)	4 (16,7%)	4 (4,3%)	230 (10,2%)
privé	14 (3,0%)	6 (1,1%)	1 (2,3%)	1 (0,4%)	6 (1,7%)	13 (7,6%)	2 (1,8%)	5 (3,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	2 (2,2%)	50 (2,2%)
aanraden prog.	6 (1,3%)	5 (1,0%)	0 (0,0%)	4 (1,5%)	1 (0,3%)	4 (2,4%)	0 (0,0%)	1 (0,6%)	1 (3,7%)	1 (4,2%)	2 (2,2%)	25 (1,1%)
mededeling	154 (32,5%)	175 (33,3%)	12 (27,9%)	65 (23,8%)	72 (20,9%)	42 (24,7%)	16 (14,0%)	32 (20,3%)	8 (29,6%)	7 (29,2%)	20 (21,5%)	603 (26,8%)
Totaal	474 (100%)	526 (100%)	43 (100%)	273 (100%)	344 (100%)	170 (100%)	114 (100%)	158 (100%)	27 (100%)	24 (100%)	93 (100%)	2246 (100%)

Tabel 4.2.4: Onderwerpen van tweets per politieke partij in onderzoeksperiode 2

Als er alleen naar de inhoudelijke thema's wordt gekeken, twitteren Kamerleden van de VVD in periode één het vaakst over onderwerpen die in de categorie overig (7,8%) en woningmarkt (6,6%) vallen. In periode twee komt de woningmarkt bij Kamerleden van de VVD nauwelijks nog aan bod. De meeste tweets in deze periode gaan over onderwerpen die in de categorie overig vallen (9,9%). De minste tweets gaan in periode één en twee over het Koninklijk huis, asielbeleid en de Antillen. Ook Kamerleden van de PvdA twitteren in periode één inhoudelijk het vaakst over de woningmarkt (7,1%), gevolgd door tweets over de zorg (6,7%). In periode twee gaan de meeste tweets over onderwerpen die in de categorie overig vallen (13,5%).

Kamerleden van de PVV hebben in totaal maar 26 tweets verstuurd in periode één. De meeste tweets gaan over (duurzame)energie, natuur en milieu (23,1%) en infrastructuur (15,4%). In periode twee besteden Kamerleden van de PVV de meeste tweets aan het thema buitenland (14%). De SP twittert met ruim 13% in onderzoeksperiode één en twee het vaakst over de woningmarkt. Kamerleden van het CDA twitteren inhoudelijk het vaakst over onderwerpen die in de categorie overig vallen (9,5%), gevolgd door onderwerpen over de woningmarkt (8,4%). In periode twee worden de meeste tweets aan het thema buitenland gewijd (6,4%). Inhoudelijke tweets van Kamerleden van D66 gaan in periode één het vaakst over het buitenland (11,4%) en de woningmarkt (8,3%). In periode twee wordt er door hen het vaakst getwitterd over onderwerpen die in de categorie overig vallen (11,2%).

Kamerleden van de ChristenUnie besteden in onderzoeksperiode één de meeste inhoudelijke tweets aan (duurzame)energie, natuur en milieu (12,7%) en de woningmarkt (9,8%). Ook GroenLinks besteedt de meeste aandacht aan de woningmarkt (22%) en (duurzame)energie, natuur en milieu (18%). In periode twee besteden beide partijen de meeste aandacht aan het asielbeleid, de ChristenUnie besteedt 18,4% van alle tweets aan dit onderwerp en GroenLinks doet dit met 22,8%. Bijna de helft van alle tweets van Kamerleden van de SGP gaat in onderzoeksperiode één over de woningmarkt (46,7%). Ook bij de 50Plus partij gaan de meeste inhoudelijke tweets over de woningmarkt (14,3%). In periode twee besteden beide partijen de meeste inhoudelijke tweets aan onderwerpen die in de categorie politiek algemeen vallen, de SGP doet dit met 33,3% en de 50PLUS partij met 16,7% van alle tweets van deze partij. De PvdD verstuurt in beide periodes de meeste inhoudelijke tweets over dieren en vleesindustrie, 25,9% van alle tweets in periode één gaan over dit onderwerp, in periode twee is dit zelf 38,7%.

Thema's waar inhoudelijk het vaakst over getwitterd is, zijn dus de woningmarkt, (duurzame) energie, natuur en milieu en het buitenland. Daarnaast worden bij veel partijen in tweets thema's besproken die in de categorie overig vallen. Veel verschillende thema's worden in tweets besproken die niet altijd geclassificeerd kunnen worden. Bij de VVD en PvdA komt bijna elk thema minimaal één

keer terug in een tweet. De PvdD is de enige partij waar één thema sterk naar voren komt, namelijk dieren en vleesindustrie.

4.3 Overname door kranten

Om te beoordelen of tweets door dagbladen worden overgenomen, is onderzocht of het Kamerlid in combinatie met zijn of haar verstuurd tweets, in *De Telegraaf*, het *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant* terugkomen. Per krant is onderzocht in welke mate het thema waarover getwitterd wordt, genoemd wordt in de krant in combinatie met het Kamerlid.

Per krant zijn er twee tabellen gemaakt. Deze tabellen laten zien hoeveel tweets er per partij zijn verstuurd en hoeveel er hiervan letterlijk zijn overgenomen door de krant in onderzoeksperiode één en twee. Ook laat deze tabel zien hoe vaak het (hoofd)thema uit de tweet in combinatie met het Twitterende Kamerlid terugkomt in de krant. Tabel 4.3.1 en 4.3.2 geven dit schematisch weer voor *De Telegraaf* voor periode één en twee .

Telegraaf periode 1						
Partij	Kamerlid komt niet in krant voor	Kamerlid wel in krant niet met thema	Hoofdthema in combinatie met Kamerlid	Specifieke thema in combinatie met Kamerlid	expliciete verwijzing naar Twitter	totaal
VVD	492 (87,2%)	63 (11,2%)	3 (0,5%)	6 (1,1%)	0 (0,0%)	564 (100%)
PvdA	326 (70,4%)	79 (17,1%)	41 (8,9%)	17 (3,7%)	0 (0,0%)	463 (100%)
CDA	304 (82,2%)	39 (10,5%)	23 (6,2%)	4 (1,1%)	0 (0,0%)	370 (100%)
GroenLinks	100 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	100 (100%)
D66	174 (90,2%)	14 (7,3%)	3 (1,6%)	2 (1,0%)	0 (0,0%)	193 (100%)
PVV	14 (53,8%)	8 (30,8%)	2 (7,7%)	1 (3,8%)	1 (3,8%)	26 (100%)
SP	129 (49,8%)	123 (47,5%)	1 (0,4%)	6 (2,3%)	0 (0,0%)	259 (100%)
CU	44 (43,1%)	51 (50,0%)	1 (1,0%)	6 (5,9%)	0 (0,0%)	102 (100%)
SGP	45 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	45 (100%)
50PLUS	7 (25,0%)	21 (75%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	28 (100%)
PvdD	81 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	81 (100%)
Totaal	1716 (76,9%)	398 (17,8%)	74 (3,3%)	42 (1,9%)	1 (0,0%)	2231 (100%)

Tabel 4.3.1: Overname tweets door *De Telegraaf* in onderzoeksperiode 1

Telegraaf periode 2						
Partij	Kamerlid komt niet in krant voor	Kamerlid wel in krant niet met thema	Hoofdt thema in combinatie met Kamerlid	Specifieke thema in combinatie met Kamerlid	expliciete verwijzing naar Twitter	totaal
VVD	387 (81,6%)	69 (14,6%)	17 (3,6%)	1 (0,2%)	0 (0,0%)	474 (100%)
PvdA	433 (82,3%)	84 (16,0%)	9 (1,7%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	526 (100%)
CDA	265 (77,0%)	69 (20,1%)	3 (0,9%)	7 (2,0%)	0 (0,0%)	344 (100%)
GroenLinks	58 (36,7%)	65 (41,1%)	20 (12,7%)	15 (9,5%)	0 (0,0%)	158 (100%)
D66	106 (62,4%)	56 (32,9%)	1 (0,6%)	7 (4,1%)	0 (0,0%)	170 (100%)
PVV	24 (55,8%)	14 (32,6%)	2 (4,7%)	3 (7,0%)	0 (0,0%)	43 (100%)
SP	251 (91,9%)	20 (7,3%)	0 (0,0%)	2 (0,7%)	0 (0,0%)	273 (100%)
CU	76 (66,7%)	16 (14,0%)	8 (7,0%)	14 (12,3%)	0 (0,0%)	114 (100%)
SGP	27 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	27 (100%)
50PLUS	6 (25%)	18 (75%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	24 (100%)
PvdD	93 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	93 (100%)
Totaal	1726 (76,8%)	411 (18,3%)	60 (2,7%)	49 (2,2%)	0 (0,0%)	2246 (100%)

Tabel 4.3.2: Overname tweets door De Telegraaf in periode 2

Er wordt slechts één keer een twitterbericht letterlijk overgenomen door *De Telegraaf*, dit betreft een tweet van Machiel de Graaf van de PVV, hij twitterde: “*Willem 2 staat volgens Meerstadt stijf bovenaan in de eredivisie*”. Van bijna 77% van alle verstuurd tweets in periode één en twee komen zowel het Kamerlid als de tweet niet terug in de krant. In 1,9% van alle verstuurd tweets in periode één is inhoudelijke overeenstemming te zien tussen de berichtgeving in de krant en het specifieke thema in de tweet, in onderzoeksperiode twee geldt dit voor 2,2% van alle verstuurd tweets. Dit komt procentueel gezien het vaakst voor bij Kamerleden van de ChristenUnie, zowel in periode 1 (5,9%) als in periode 2 (12,3%). Twitterende Kamerleden van de SGP en PvdD worden in beide periodes helemaal niet in deze krant genoemd.

Omdat in tabel 4.3.1 en tabel 4.3.2 de minimale verwachte frequentie lager is dan 1 en teveel cellen een 0 bevatten zijn de eerste twee kolommen samengevoegd en de laatste drie kolommen samengevoegd om de chi-kwadraat uit te rekenen. Er wordt een vergelijking gemaakt tussen Kamerleden die niet met een (hoofd)thema in de krant voorkomen en Kamerleden die wel met een (hoofd)thema in de krant voorkomen. Er is beoordeeld of er sprake is van een significant verschil tussen de partijen en of zij met het (hoofd)thema waarover zij twitteren in de krant terug komen. Er is een significant verschil te zien tussen de partijen en of zij wel of niet met het (hoofd)thema in *De Telegraaf* voorkomen in zowel periode één ($X^2(10)=93,74$, $p<0,001$), als periode twee ($X^2(10)=190,790$, $p<0,001$). Kamerleden van de PvdA, ChristenUnie en PVV komen in periode één beduidend vaker met het (hoofd)thema terug uit de tweet in *De Telegraaf* dan Kamerleden van de overige partijen. In periode twee komen Kamerleden van de ChristenUnie en GroenLinks beduidend vaker terug in de krant met het (hoofd)thema uit de tweet in vergelijking met Kamerleden van andere partijen.

NRC Handelsblad

Om te beoordelen of tweets letterlijk worden overgenomen door het *NRC Handelsblad* in onderzoeksperiode één en twee, zijn tabel 4.3.3 en 4.3.4 gemaakt. In deze tabellen zijn per partij weergegeven of tweets in combinatie met het twitterende Kamerlid terugkomen in de krant, tevens is te zien of er inhoudelijke overeenstemming is tussen thema's die op Twitter worden besproken en de inhoud van de krant in combinatie met het Kamerlid.

NRC Handelsblad periode 1						
Partij	Kamerlid komt niet in krant voor	Kamerlid wel in krant niet met thema	Hoofdstema in combinatie met Kamerlid	Specifieke thema in combinatie met Kamerlid	Expliciete verwijzing naar Twitter	Totaal
VVD	525 (93,1%)	28 (5,0%)	0 (0,0%)	11 (2%)	0 (0,0%)	564 (100%)
PvdA	381 (82,3%)	51 (11,0%)	23 (5,0%)	8 (1,7%)	0 (0,0%)	463 (100%)
CDA	330 (89,2%)	20 (5,4%)	13 (3,5%)	7 (1,9%)	0 (0,0%)	370 (100%)
GroenLinks	2 (2,0%)	63 (63,0%)	27 (27,0%)	8 (8,0%)	0 (0,0%)	100 (100%)
D66	165 (85,5%)	19 (9,8%)	6 (3,1%)	3 (1,6%)	0 (0,0%)	193 (100%)
PVV	19 (73,1%)	7 (26,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	26 (100%)
SP	183 (70,7%)	70 (27,0%)	0 (0,0%)	6 (2,3%)	0 (0,0%)	259 (100%)
CU	78 (76,5%)	19 (18,6%)	1 (1,0%)	4 (3,9%)	0 (0,0%)	102 (100%)
SGP	40 (88,9%)	3 (6,7%)	0 (0,0%)	2 (4,4%)	0 (0,0%)	45 (100%)
50PLUS	7 (25,0%)	17 (60,7%)	0 (0,0%)	4 (14,3%)	0 (0,0%)	28 (100%)
PvdD	81 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	81 (100%)
Totaal	1811 (81,2%)	297 (13,3%)	70 (3,1%)	53 (2,4%)	0 (0%)	2231 (100%)

Tabel 4.3.3: Overname tweets door het NRC Handelsblad in onderzoeksperiode 1

NRC Handelsblad periode 2						
Partij	Kamerlid komt niet in krant voor	Kamerlid wel in krant niet met thema	Hoofdstema in combinatie met Kamerlid	Specifieke thema in combinatie met Kamerlid	Expliciete verwijzing naar Twitter	Totaal
VVD	383 (80,8%)	75 (15,8%)	10 (2,1%)	6 (1,3%)	0 (0,0%)	474 (100%)
PvdA	424 (80,6%)	84 (16,0%)	9 (1,7%)	9 (1,7%)	0 (0,0%)	526 (100%)
CDA	305 (88,7%)	36 (10,5%)	1 (0,3%)	2 (0,6%)	0 (0,0%)	344 (100%)
GroenLinks	58 (36,7%)	89 (56,3%)	4 (2,5%)	7 (4,4%)	0 (0,0%)	158 (100%)
D66	120 (70,6%)	48 (28,2%)	1 (0,6%)	1 (0,6%)	0 (0,0%)	170 (100%)
PVV	33 (76,7%)	5 (11,6%)	1 (2,3%)	4 (9,3%)	0 (0,0%)	43 (100%)
SP	194 (71,1%)	69 (25,3%)	7 (2,6%)	2 (0,7%)	1 (0,4%)	273 (100%)
CU	31 (27,2%)	50 (43,9%)	20 (17,5%)	13 (11,4%)	0 (0,0%)	114 (100%)
SGP	21 (77,8%)	5 (18,5%)	0 (0,0%)	1 (3,7%)	0 (0,0%)	27 (100%)
50PLUS	5 (20,8%)	16 (66,7%)	0 (0,0%)	3 (12,5%)	0 (0,0%)	24 (100%)
PvdD	93 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	93 (100%)
Totaal	1667 (74,2%)	477 (21,2%)	53 (2,4%)	48 (2,1%)	1 (0,0%)	2246 (100%)

Tabel 4.3.4: Overname tweets door het NRC Handelsblad in onderzoeksperiode 2

In het *NRC Handelsblad* wordt slechts één keer een tweet letterlijk overgenomen, deze tweet is verstuurd in onderzoeksperiode twee door Paul Ulenbelt van de SP. Hij Twitterde het volgende: “Noemt de paus zich naar Franciscus van Assisi <http://t.co/SkfpFcJavC> of naar de eerste jezuïet die Franciscus heette? <http://t.co/ty1KF5ruhI>”. In ruim 2% van de twitterberichten worden thema’s besproken die in combinatie met het Kamerlid terugkomen in de krant. Procentueel gezien gebeurt dit het vaakst bij Kamerleden van de 50PLUS partij. Bij driekwart van alle verstuurde tweets komt zowel het Kamerlid als de tweet niet terug in de krant, in onderzoeksperiode één is dit zelfs ruim 80%. Twitterende Kamerleden van de PvdD komen helemaal niet terug in de krant. Om te berekenen of het verschil tussen partijen significant is, zijn net als bij *De Telegraaf* de eerste twee en laatste drie kolommen van tabel 4.3.3. en 4.4.4 samengevoegd om de chi-kwadraat uit te rekenen. Het verschil tussen partijen en of zij met het (hoofd)thema wel of niet terug komen in de krant is significant, zowel in periode één ($X^2(10)=197,80$, $p<0,001$), als in periode twee ($X^2(10)=190,34$, $p<0,001$). Kamerleden van de 50PLUS partij en GroenLinks komen in onderzoeksperiode één beduidend vaker met het (hoofd)thema uit de tweet terug in het *NRC Handelsblad* dan andere Kamerleden. In periode twee komen net als in *De Telegraaf* Kamerleden van de ChristenUnie beduidend vaker met het (hoofd)thema uit de tweet terug dan Kamerleden van andere partijen.

De Volkskrant

Tabel 4.3.5 en 4.3.6 geven weer in hoeverre tweets van Tweede Kamerleden door *de Volkskrant* worden overgenomen. Per partij is te zien of Kamerleden van wie de tweet afkomstig is in deze krant wordt genoemd. Daarnaast is weergegeven of de specifieke inhoud van de tweet terugkomt met de inhoud van de krant in combinatie met het Tweede Kamerlid.

Volkskrant periode 1						
Partij	Kamerlid komt niet in krant voor	Kamerlid wel in krant niet met thema	Hoofdthema in combinatie met Kamerlid	Specifieke thema in combinatie met Kamerlid	expliciete verwijzing naar Twitter	totaal
VVD	513 (91,0%)	38 (6,7%)	7 (1,2%)	6 (1,1%)	0 (0,0%)	564 (100%)
PvdA	324 (70,0%)	113 (24,4%)	17 (3,7%)	9 (1,9%)	0 (0,0%)	463 (100%)
CDA	115 (31,1%)	187 (50,5%)	46 (12,4%)	22 (5,9%)	0 (0,0%)	370 (100%)
GroenLinks	98 (98,0%)	2 (2,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	100 (100%)
D66	142 (73,6%)	39 (20,2%)	5 (2,6%)	6 (3,1%)	1 (0,5%)	193 (100%)
PVV	19 (73,1%)	5 (19,2%)	0 (0,0%)	2 (7,7%)	0 (0,0%)	26 (100%)
SP	197 (76,1%)	48 (18,5%)	1 (0,4%)	13 (5,0%)	0 (0,0%)	259 (100%)
CU	44 (43,1%)	51 (50,0%)	4 (3,9%)	3 (2,9%)	0 (0,0%)	102 (100%)
SGP	35 (77,8%)	7 (15,6%)	0 (0,0%)	3 (6,7%)	0 (0,0%)	45 (100%)
50PLUS	0 (0,0%)	23 (82,1%)	0 (0,0%)	5 (17,9%)	0 (0,0%)	28 (100%)
PvdD	81 (100%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	81 (100%)
totaal	1568 (70,3%)	513 (23,0%)	80 (3,6%)	69 (3,1%)	1 (0,0%)	2231 (100%)

Tabel 4.3.5: Overname tweets door de Volkskrant in onderzoeksperiode 1

Volkskrant periode 2						
Partij	Kamerlid komt niet in krant voor	Kamerlid wel in krant niet met thema	Hoofdthema in combinatie met Kamerlid	Specifieke thema in combinatie met Kamerlid	expliciete verwijzing naar Twitter	Totaal
VVD	367 (77,4%)	97 (20,5%)	8 (1,7%)	2 (0,4%)	0 (0,0%)	474 (100%)
PvdA	454 (86,3%)	61 (11,6%)	1 (0,2%)	10 (1,9%)	0 (0,0%)	526 (100%)
CDA	308 (89,5%)	34 (9,9%)	2 (0,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	344 (100%)
GroenLinks	57 (36,1%)	66 (41,8%)	30 (19,0%)	5 (3,2%)	0 (0,0%)	158 (100%)
D66	128 (75,3%)	38 (22,4%)	4 (2,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	170 (100%)
PVV	34 (79,1%)	6 (14,0%)	0 (0,0%)	3 (7,0%)	0 (0,0%)	43 (100%)
SP	266 (97,4%)	7 (2,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	273 (100%)
CU	59 (51,8%)	33 (28,9%)	22 (19,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	114 (100%)
SGP	21 (77,8%)	6 (22,2%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	27 (100%)
50PLUS	5 (20,8%)	17 (70,8%)	0 (0,0%)	2 (8,3%)	0 (0,0%)	24 (100%)
PvdD	40 (43,0%)	28 (30,1%)	18 (19,4%)	7 (7,5%)	0 (0,0%)	93 (100%)
Totaal	1739 (77,4%)	393 (17,5%)	85 (3,8%)	29 (1,3%)	0 (100%)	2246 (100%)

Tabel 4.3.6: Overname tweets door de Volkskrant in onderzoeksperiode 2

In onderzoeksperiode één wordt één keer een tweet van Alexander Pechtold van D66 letterlijk overgenomen door de Volkskrant, hij twitterde het volgende: “De dag zit erop. Morgen in de fractie bespreken of we met het kabinet tot een woonakkoord kunnen komen”. De specifieke inhoud van 3,1% van alle verstuurd tweets in periode één komt overeen met de inhoud van de krant in combinatie met het twitterende Kamerlid. In onderzoeksperiode twee is dit slechts 1,3%. Procentueel gezien gebeurt dit het vaakst bij tweets van Kamerleden van de 50PLUS partij. Het merendeel van de twitterende Kamerleden komen helemaal niet terug in de krant, in periode één geldt dit voor 70,3% van de verstuurd tweets en in periode twee voor zelfs 77,4%. In onderzoeksperiode één komen Kamerleden van de PvdD helemaal niet terug in de krant. Om te beoordelen of het verschil tussen partijen significant is, zijn de eerste twee kolommen en de laatste drie kolommen van tabel 4.3.5 en 4.3.6 samengevoegd. Het verschil tussen partijen en in hoeverre zij met het (hoofd)thema terug komen in de Volkskrant is voor zowel periode één ($X^2(10)=118,03$, $p<0,001$), als twee ($X^2(10)=287,58$, $p<0,001$) significant. De (hoofd)thema’s uit tweets van Kamerleden van de 50PLUS partij komen in onderzoeksperiode één vaker voor in de Volkskrant in vergelijking met thema’s van Kamerleden van andere partijen. In onderzoeksperiode twee komen (hoofd)thema’s uit tweets van GroenLinks, ChristenUnie en PvdD vaker terug in de krant dan thema’s van Kamerleden van andere partijen.

Expliciete verwijzing

Van alle 4477 tweets die verschenen zijn in onderzoeksperiode één en twee zijn slechts drie tweets letterlijk overgenomen. Deze tweets zijn afkomstig van Machiel de Graaf van de PVV, Alexander Pechtold van D66 en Paul Ulenbelt van de SP. De tweet van Alexander Pechtold ging over het woonakkoord. De volgende tweet is van hem overgenomen in de Volkskrant: “De dag zit erop.

Morgen in de fractie bespreken of we met het kabinet tot een woonakkoord kunnen komen.” De tweet van Machiel de Graaf ging over de NS-topman Bert Meerstadt. Hij twitterde: *“Willem 2 staat volgens Meerstadt stijf bovenaan in de eredivisie”*. Deze tweet is overgenomen door *De Telegraaf*. Ulenbelt verstuurdde de volgende tweet: *“Noemt de paus zich naar Franciscus van Assisi <http://t.co/SkfpFcJavC> of naar de eerste jezuïet die Franciscus heette? <http://t.co/ty1KF5ruhl>”*. In het *NRC Handelsblad* werden reacties van Twitter aangehaald die gingen over de nieuwe paus, de tweet van Ulenbelt werd onder andere aangehaald. Omdat slechts drie tweets letterlijk zijn overgenomen door kranten kunnen er geen uitspraken gedaan worden welke specifieke thema’s vaker letterlijk worden overgenomen door kranten dan andere thema’s. Er is geen patroon te herkennen.

Naast deze drie tweets, is er tevens een oude tweet van Geert Wilders overgenomen in *de Volkskrant*. Op 31 december 2011 twitterde Wilders: *“Hongarije neemt wet aan waardoor islam niet op erkenning/steun vd Staat kan rekenen. Geweldig! Voorbeeld voor de hele EU!”*. Deze tweet verscheen in een artikel van de *Volkskrant* op 13 maart 2013. Oude tweets worden dus soms gebruikt in krantenberichten. Omdat dit een oude tweet betreft, komt deze tweet niet voor in de dataset van Twitter en is deze dus niet gecodeerd.

Concluderend kan gesteld worden dat van alle 4477 tweets die verstuurd zijn in onderzoeksperiode één en twee, drie tweets letterlijk zijn overgenomen, dit is 0,07%. Sommige Kamerleden twitteren heel veel, maar de kans dat zij met deze tweets de reguliere media halen, is klein. Wel is er inhoudelijke overeenstemming te zien tussen tweets van Kamerleden en de inhoudelijke onderwerpen in de krant. Journalisten worden dus wellicht geïnspireerd door tweets en maken hier zelf een verhaal bij zonder direct naar een tweet te verwijzen. Echter dit kan niet met zekerheid gesteld worden. De volgende paragraaf geeft inzicht welke specifieke thema’s uit tweets, terugkomen in kranten.

Overname specifieke thema’s

Om inzicht te krijgen bij welke onderwerpen er sprake is van inhoudelijke overeenstemming tussen de tweet en de inhoud van de krant, is tabel 4.3.7 gemaakt. Deze tabel geeft weer hoeveel tweets er over bepaalde onderwerpen zijn getwitterd en of deze terugkomen met de inhoud van *De Telegraaf*, *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant*.

	Aantal verstuurd tweets met inhoudelijke overeenstemming in Telegraaf	Aantal verstuurd tweets met inhoudelijke overeenstemming in NRC	Aantal verstuurd tweets met inhoudelijke overeenstemming in Volkskrant
onderwijs	1 (1,1%)	8 (7,9%)	6 (6,1%)
woningmarkt	8 (8,8%)	9 (8,9%)	6 (6,1%)
bankensector	9 (9,9%)	1 (1,0%)	4 (4,1%)
(duurzame)energie, natuur en milieu	8 (8,8%)	16 (15,8%)	21 (21,4%)
buitenland	2 (2,2%)	1 (1,0%)	5 (5,1%)
gemeente en provincies	7 (7,7%)	1 (1,0%)	7 (7,1%)
defensie	3 (3,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
crisis en financiële situatie Ned.	0 (0,0%)	0 (0,0%)	7 (7,1%)
Europa	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,0%)
rook en tabakindustrie	5 (5,5%)	0 (0,0%)	3 (3,1%)
openbaarvervoer en infrastructuur	1 (1,1%)	0 (0,0%)	1 (1,0%)
Rooms katholieke kerk	0 (0,0%)	3 (3,0%)	0 (0,0%)
asielbeleid	28 (30,8%)	6 (5,9%)	5 (5,1%)
criminaliteit en veiligheid	1 (1,1%)	1 (1,0%)	1 (1,0%)
sociale zekerheid	0 (0,0%)	7 (6,9%)	0 (0,0%)
Antillen	1 (1,1%)	0 (0,0%)	1 (1,0%)
landbouw	4 (4,4%)	8 (7,9%)	0 (0,0%)
arbeidsmarkt	0 (0,0%)	1 (1,0%)	0 (0,0%)
dieren en vleesindustrie	0 (0,0%)	0 (0,0%)	7 (7,1%)
Koninklijk huis	6 (6,6%)	6 (5,9%)	6 (6,1%)
ict en techniek	0 (0,0%)	11 (10,9%)	0 (0,0%)
politiek algemeen	1 (1,1%)	7 (6,9%)	9 (9,2%)
overig	6 (6,6%)	15 (14,9%)	7 (7,1%)
aanraden programma	0 (0,0%)	0 (0,0%)	1 (1,0%)
zorg	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
werkbezoek	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
kinderen en jongeren	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
toerisme	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
rechten van de mens	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
privé	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
mededelingen	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)
Totaal	91 (100%)	101 (100%)	98 (100%)

Tabel 4.3.7 Inhoudelijke overeenstemming tussen inhoud tweet en inhoud in De Telegraaf, NRC Handelsblad en de Volkskrant

Tabel 4.3.7 laat zien dat er heel veel verschillende thema's in tweets zijn besproken, waarvan de specifieke inhoud overeenkomt met een artikel in de krant. Bijna alle thema's komen terug. Alleen tweets met inhoudelijke boodschappen die vallen onder de hoofdthema's zorg, werkbezoek, kinderen en jongeren, toerisme, rechten van de mens, privé en mededelingen komen in zowel *De Telegraaf*, als het *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant* niet terug.

Er is inhoudelijke overeenstemming te zien tussen 91 tweets die zijn verstuurd in onderzoeksperiode één en twee en de inhoud in *De Telegraaf*. De meeste tweets gingen over onderwerpen die onder het hoofdthema asielbeleid vallen (30,8%). Bij het *NRC Handelsblad* kwam de inhoud van 101 tweets overeen met de berichtgeving in deze krant. De meeste tweets gingen over

onderwerpen die onder het hoofdthema (duurzame) energie, natuur en milieu vallen (15,8%). De inhoud van 98 tweets kwam overeen met de inhoud van *de Volkskrant*. Bij deze krant gingen net als bij het *NRC Handelsblad* de meeste tweets over onderwerpen die onder het hoofdthema (duurzame) energie, natuur en milieu vallen (21,4%). Om beter inzicht te krijgen wat er precies is getwitterd en wat er in de kranten wordt besproken, worden in de volgende paragrafen enkele voorbeelden genoemd waarbij de inhoud van de tweet overeenkomt met de inhoud in de krant.

Linda Voortman (GRL) en Joël Voordewind (CU) twitterden op zondag 10 maart 2013 verschillende tweets over hun verblijf in de Vluchtkerk, enkele voorbeelden van tweets van Voortman zijn: *"In de Vluchtkerk met Joël Voordewind en Sharon Gesthuizen <http://t.co/ysO5pHQZ73>"* en *"Velen hier in #vluchtkerk willen terug, maar worden door allerlei factoren belemmerd. Net een man uit Somalië die hier 17 jaar geleden kwam."* Voordewind twitterde onder andere: *"Om 02.00 naar bed gegaan in vluchtkerk na vele verhalen gehoord te hebben. Nu 6.00 uur iemand ziek op mijn zaal. Ambulance komt. #vluchtkerk."* De *Telegraaf* schreef op maandag 11 maart 2013 een artikel over strafbaarstelling van illegaliteit, een alinea uit dit artikel:

"Ondertussen hadden GroenLinks en CU een mediastunt georganiseerd voor hun verzet tegen de strafbaarstelling van illegaliteit. De Kamerleden Voortman en Voordewind brachten de nacht door bij illegalen in de Vluchtkerk in Amsterdam. De twee Kamerleden verklaarden dat de strafbaarstelling van tafel moet als de coalitie bij hen probeert steun te verzamelen voor bezuinigingen." (De Telegraaf, 11-03-2013)

De inhoud van de tweets van deze Kamerleden komen niet letterlijk terug, wel is er inhoudelijke overeenstemming te zien tussen wat er op Twitter wordt verstuurd door Voortman en Voordewind en het artikel in *De Telegraaf*. Een ander voorbeeld waarbij de inhoud van een tweet overeenstemt met de inhoud van de krant is bij een tweet van Wilders. Geert Wilders Twitterde op 14 maart 2013: *"Hardwerkende Nederlanders worden uitgeknepen als een citroen: <http://t.co/EkeRVP88YP>."* In het *NRC Handelsblad* wordt de volgende alinea geschreven over de verzetstour van Wilders:

"Geert Wilders gaat het verzet in. Want, zo zegt de PVV-leider, de mensen „zijn het zat om als citroenen te worden uitgeperst". Nadat hij vorige week al een groot gelamineerd bord met zijn „verzetspamflet" naar het torentje van premier Rutte tilde en een verzetssite openstelde, gaat hij vanaf vandaag zes maanden het land in. Als eerste naar de markt van Spijkenisse." (NRC Handelsblad, 16-03-2013)

In het krantenbericht wordt niet duidelijk gemaakt waar de uitspraak van Wilders vandaan komt. Wel is er duidelijk overeenstemming te zien tussen de tweet van Wilders en de inhoud van dit bericht. Een ander voorbeeld waarbij de inhoud van de tweet overeenkomt met de berichtgeving in de krant

is van VVD-er Van der Steur. Op 11 maart 2013 twitterde Van der Steur: *“Hoop dat fysiek geweld ook tot erkenning, hulp en compensatie kan leiden. Ook op deze manier is destijds veel schade aangericht. #Deetman”*. Op 12 maart schreef het *NRC Handelsblad* de volgende alinea:

“VVD-Kamerlid Ad van der Steur wil dat de Kerk gehoor geeft aan de eerdere oproep van de Kamer om niet alleen slachtoffers van seksueel misbruik, maar ook schrijnende gevallen van geweld te compenseren. Van der Steur: „Hierover hebben wij een motie aangenomen. De aanzet van Deetman is goed, maar wat voor mishandelde vrouwen geldt, moet natuurlijk ook voor mishandelde mannen gelden.” (NRC Handelsblad, 12-03-2013)

Tot slot nog een voorbeeld uit *de Volkskrant*. Op 11 februari 2013 twitterde Jan Vos: *“PvdA vraagt regering om sneller resultaat onderzoeken aardbevingen.”*

“De bevingen van de afgelopen dagen hebben voor ons de urgentie versterkt’, zegt het PvdA-Kamerlid Jan Vos. Zijn partij wil dat Kamp maatregelen neemt om de gaswinning over enkele maanden te kunnen reduceren. Door gas op te slaan in ondergrondse reservoirs kan de Groningse gaskraan in geval van nood snel dicht. Ook pleit de PvdA voor ingebruikname van speciale ‘stikstofstations’. Door stikstof bij te mengen kan buitenlands gas ook in Nederlandse leidingen worden gebruikt. In Groningen hoeft dan minder gas te worden gewonnen.” (de Volkskrant 12-02-2013)

Omdat er inhoudelijke overeenstemming is te zien tussen veel verschillende thema’s die besproken worden in tweets en de inhoud in de krant, is het lastig om een patroon te ontdekken. Er kan niet gesteld worden dat bepaalde thema’s die besproken worden op Twitter sneller in de krant komen dan andere. Wel kan geconcludeerd worden dat het aantal tweets dat verstuurd is over een bepaald onderwerp geen voorwaarde geeft om overgenomen te worden in de krant. In periode één en twee is er bijvoorbeeld 310 keer getwitterd over de woningmarkt. In *De Telegraaf* is er inhoudelijke overeenstemming te zien bij acht tweets. Over het asielbeleid zijn veel minder tweets verstuurd (89 tweets) en hiervan is bij 28 tweets inhoudelijke overeenstemming te zien in *De Telegraaf*. En over de Antillen zijn in totaal maar acht tweets verschenen, maar bij zowel *De Telegraaf* als *de Volkskrant* vindt er bij één tweet over dit onderwerp inhoudelijke overeenstemming plaats tussen de inhoud van de tweet en de inhoud van de krant. Het aantal tweets over een bepaald onderwerp lijkt dus geen garantie te geven om over te worden genomen door de krant. De bestaande journalistieke agenda lijkt dus leidend en die lijkt niet te worden beïnvloed door tweets van politici.

5. Conclusie en discussie

Dit onderzoek richt zich op tweets van Tweede Kamerleden en in hoeverre deze door dagbladen worden overgenomen. Om antwoord te kunnen geven op de centrale vraag is er een inhoudsanalyse uitgevoerd. De centrale vraag luidt: *Welke thema's komen naar voren in tweets van Tweede Kamerleden en in hoeverre worden deze tweets overgenomen door Nederlandse dagbladen?* De afgelopen jaren zijn veel Tweede Kamerleden gaan twitteren en het is onduidelijk wat de impact hiervan is. Sociale media zijn relatief gezien een nieuwe manier om toegang te kunnen krijgen tot de reguliere media. Met name voor kleine partijen die doorgaans minder media-aandacht krijgen, zou Twitter een goed middel kunnen zijn om aandacht te krijgen voor hun standpunten. Dit onderzoek geeft inzicht in hoeverre dagbladen gebruik maken van tweets van Tweede Kamerleden. Bereiken politici met het versturen van een tweet ook de reguliere media of blijft de tweet slechts te zien onder twitteraars? Aan de hand van een inhoudsanalyse is onderzocht of journalisten gebruik maken van tweets van Tweede Kamerleden in hun verslaggeving. Er is onder andere gekeken van wie de tweet afkomstig is, welk thema er in de tweet wordt besproken en of de tweet terugkomt in *De Telegraaf*, *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant*.

5.1 Resultaten

In februari 2013 hebben 140 Tweede Kamerleden een twitteraccount. Al hun verstuurd tweets in twee verschillende weken in februari en maart 2013 zijn onderzocht. In onderzoeksperiode één hebben zij 2231 tweets verstuurd en in onderzoeksperiode twee 2246 tweets. In meer dan de helft van alle tweets wordt er verwezen naar een andere twitteraar. In de meeste gevallen was dit naar een combinatie van verschillende mensen, dus bijvoorbeeld zowel een mediaorganisatie als een politicus. 40% van alle tweets bevat een link en 30% is een retweet van iemand anders. Tweets van Kamerleden die zelf geen retweet zijn, worden gemiddeld 6,5 keer getweet. In een ruime meerderheid van alle tweets worden inhoudelijke thema's besproken, in periode één in 64% van alle tweets en in periode twee in 70% van alle tweets. Privézaken worden nauwelijks besproken in tweets van Tweede Kamerleden. Er kan dus gesteld worden dat Tweede Kamerleden Twitter met name gebruiken om politiek-inhoudelijke zaken te bespreken en geen privékwesties.

Het thema dat het vaakst terugkomt in tweets van Kamerleden in onderzoeksperiode één is de woningmarkt, bijna 10% van alle tweets gaan over onderwerpen die onder dit hoofdthema vallen. In onderzoeksperiode twee wordt er het vaakst getwitterd over onderwerpen die in de categorie overig vallen, ruim 10% van alle tweets vallen hieronder. Er wordt dus in onderzoeksperiode twee over heel veel verschillende specifieke thema's getwitterd die lastig te classificeren zijn. Over het algemeen scoren procentueel gezien bijna alle verschillende hoofdthema's laag. Dit komt met name omdat er over heel veel verschillende onderwerpen wordt getwitterd en daardoor zijn er veel

hoofdthema's geformuleerd.

Relatief gezien blijken Kamerleden van de PvdD, CDA en GroenLinks het vaakst te twitteren. Kamerleden van de PvdD versturen relatief gezien de meeste tweets per twitteraccount. In onderzoeksperiode één verstuurden zij gemiddeld 41 tweets en in onderzoeksperiode twee gemiddeld 47 tweets per account. Kamerleden van de PVV versturen relatief gezien de minste tweets. In onderzoeksperiode één versturen zij gemiddeld drie tweets per account en in onderzoeksperiode twee vier tweets per account. CDA-er Pieter Omtzigt heeft in onderzoeksperiode één de meeste tweets verstuurd. Hij verstuurdde 90 tweets in deze periode. In onderzoeksperiode twee was dit Linda Voortman van GroenLinks, zij verstuurdde 98 tweets in deze periode. Tussen de overige partijen zijn geen grote verschillen te zien in het aantal tweets die zijn verstuurd in beide onderzoeksperiodes. Gemiddeld versturen zij rond de 16 tweets per account per week.

Als er per partij wordt gekeken naar de thema's die in tweets worden besproken, kan gesteld worden dat met uitzondering van de PvdD er niet specifiek over één onderwerp wordt getwitterd. Veel verschillende onderwerpen worden in tweets besproken. Kamerleden van de VVD en PvdA twitteren over de meest uiteenlopende onderwerpen. In tweets van hen komen bijna alle hoofdthema's minimaal één keer terug. Naast de woningmarkt waar Kamerleden van de VVD, PvdA, SP, SGP en 50PLUS partij het vaakst over twitteren, worden er ook veel tweets besteed aan onderwerpen die in de categorie overig vallen. Kamerleden van de PVV twitteren het vaakst over (duurzame) energie, natuur en milieu en het buitenland. Ook Kamerleden van het CDA en D66 twitteren vaak over het buitenland en onderwerpen die in de categorie overig vallen. Kamerleden van de ChristenUnie en GroenLinks twitteren het vaakst over het asielbeleid en (duurzame) energie, natuur en milieu. Deze uitslagen zijn echter sterk afhankelijk van de actualiteit en er zullen vermoedelijk zeer wisselende patronen te zien zijn als er een andere periode onderzocht wordt. De PvdD lijkt een uitzondering, dit is de enige partij waar in beide periodes één thema duidelijk naar voren komt, namelijk dieren en vleesindustrie. Opvallend is dat alleen deze partij in beide periodes de meeste tweets besteed aan specifieke thema's die aansluiten bij de visie van de partij, andere partijen doen dit dus niet of nauwelijks.

De overname van tweets door *De Telegraaf*, *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant* is beperkt. Drie tweets die verstuurd zijn in de onderzochte periodes zijn expliciet geciteerd door de onderzochte dagbladen. Dit komt neer op een overname van 0,07% van alle verstuurdde tweets. De kans dat een Tweede Kamerlid met een tweet expliciet geciteerd wordt in de krant, is dus heel erg klein. Naast het expliciet verwijzen van tweets in dagbladen is er ook onderzocht of er inhoudelijke overeenstemming te zien is tussen wat er op Twitter wordt besproken door Kamerleden en de inhoud van de krant. Er is gekeken of het twitterende Kamerlid in de krant terugkomt in combinatie met het specifieke thema uit de tweet. Bij 2,3% van alle verstuurdde tweets van Tweede Kamerleden

komt er een artikel over hetzelfde Kamerlid en hetzelfde onderwerp in de krant. Of dit laatste door Twitter komt, is onduidelijk.

Drie tweets zijn letterlijk overgenomen door de onderzochte kranten. In onderzoeksperiode twee is tevens een oude tweet van Wilders uit 2011 overgenomen in *de Volkskrant*. Omdat dit slechts vier tweets betreft, kunnen deze bevindingen enkel opgemerkt worden en kunnen er aan de hand van deze resultaten geen uitspraken worden gedaan dat tweets van een bepaalde politicus of partij vaker worden overgenomen dan die van anderen. Kamerleden van de ChristenUnie en de 50PLUS partij komen procentueel gezien het vaakst met het specifieke thema uit een tweet terug in de krant. Kleine partijen die weinig twitteren lijken meer kans te hebben dat de inhoud van de tweet overeenkomt met de inhoud van de krant dan grote partijen die wekelijks honderden tweets versturen.

Twitter is zowel als bron gebruikt in een populaire krant als een kwaliteitskrant. Omdat er maar vier tweets letterlijk zijn overgenomen, is dit een te klein aantal om uitspraken te kunnen doen of tweets in bepaalde kranten vaker worden geciteerd dan in andere kranten. Tevens zijn er geen substantiële verschillen te ontdekken tussen populaire kranten en kwaliteitskranten in de mate waarin er inhoudelijke overeenstemming te zien is tussen wat er op Twitter wordt besproken en de inhoud van de krant in combinatie met het twitterende Kamerlid. In *De Telegraaf* komt een tweet met een specifiek thema in combinatie met het Kamerlid gemiddeld 2,1% terug. Bij *de Volkskrant* is dit 2,2% en het *NRC Handelsblad* 2,3%.

Bovenstaande uitkomsten laten zien dat de kans klein is dat een politicus door middel van Twitter de reguliere media haalt. Expliciete verwijzingen komen zelden voor en journalisten lijken hun agenda niet aan te passen aan de hand van wat er op Twitter wordt besproken. Er is weinig inhoudelijke overeenstemming te zien tussen wat er op Twitter wordt besproken en de inhoud van de krant in combinatie met het twitterende Kamerlid. De meeste tweets worden zelfs verstuurd door Kamerleden die helemaal niet terugkomen in de krant, zowel niet met het onderwerp uit de tweet als met andere onderwerpen. Van ruim driekwart van alle verstuurd tweets komt het Kamerlid van wie de tweet afkomstig is helemaal niet terug in de onderzochte dagbladen.

5.2 Discussie

Uit de literatuur blijkt dat politici Twitter met name gebruiken om informatie te zenden en niet zozeer als sociaal netwerk (Verweij, 2012). Politici kunnen via Twitter zelf bepalen welke boodschap zij verspreiden. Zij zijn dan niet afhankelijk van de duiding van journalisten die zij aan een verhaal geven. Echter de populatie die zich op Twitter bevindt, is geen goede afspiegeling van de samenleving. Als tweets dus niet worden overgenomen door reguliere media, is het bericht slechts te zien onder relatief weinig mensen. Voorafgaand onderzoek schetst geen eenduidig beeld in hoeverre

berichten van sociale media worden overgenomen door reguliere media. Enerzijds wordt aangegeven dat Twitter een reguliere bron is geworden voor journalisten, anderzijds moet de impact van sociale media niet overschat worden (Broersma & Graham, 2012, De Dobbelaer, Paulussen en Measeele, 2013). Waar de meeste onderzoekers het wel over eens zijn, is dat Twitter een interessante signaleringsfunctie kan hebben voor journalisten om op ongewone zaken te worden gewezen en om op ideeën te worden gebracht voor nieuwsverhalen (Hermida, 2010; Verweij, 2012; Jordaan, 2013). Dagelijks worden via Twitter honderden tweets verstuurd door Tweede Kamerleden die hen media-aandacht op kunnen leveren. Voor journalisten kunnen deze een bron van inspiratie zijn.

Uit dit onderzoek blijkt dat slechts drie tweets van alle 4477 tweets zijn overgenomen door dagbladen. Daarnaast is er één oude tweet die verschenen is in 2011 overgenomen door één van de onderzochte dagbladen. De kans dat een politicus met een tweet de media bereikt, is dus klein. De gedachte dat je met tweets media-aandacht zou kunnen krijgen, zou aan de hand van deze resultaten ter discussie kunnen worden gesteld. De impact van sociale media op traditionele media lijkt tegen te vallen net zoals De Dobbelaer, Paulussen en Measeele (2013) stellen.

Deze constatering sluit niet aan bij de onderzoeken van Broersma en Graham (2012;2013). Zij zijn optimistischer in het gebruik van Twitter als bron door journalisten en stellen dat Twitter een reguliere bron is geworden voor journalisten. Een mogelijke verklaring voor deze verschillende uitkomsten kan gevonden worden in de dataselectie. Broersma en Graham hebben alleen onderzoek gedaan in kranten. In de krantendatabank LexisNexis hebben zij gezocht op 'tweet' en 'twit'. Broersma en Graham kijken dus alleen naar wat er in de krant staat en niet naar wat er allemaal is getwitterd. Bij dit onderzoek is Twitter als uitgangspunt genomen en is per tweet beoordeeld of de inhoud van de tweet overeenkomt met de berichtgeving in de krant en of er sprake is van een expliciete verwijzing van de tweet in de krant. Tevens wordt bij dit onderzoek enkel gekeken naar tweets van Tweede Kamerleden. In de selectie van Broersma en Graham zitten alle verwijzingen naar Twitter, dus ook tweets van mensen die niet in de Tweede Kamer werken. Het is dus logisch te verklaren dat deze selectie meer resultaten oplevert, dan wanneer er alleen gekeken wordt naar tweets van Tweede Kamerleden. Daarnaast hebben Broersma en Graham zowel Britse als Nederlandse dagbladen onderzocht. *The Guardian* lijkt met name vaak gebruik te maken van Twitter.

Bij dit onderzoek is Twitter als uitgangspunt genomen voor de dataselectie. Een gevolg hiervan is dat oude tweets die niet tijdens de onderzoeksperiode zijn verstuurd, maar later worden overgenomen door dagbladen, niet gecodeerd worden. Tijdens dit onderzoek is één tweet die in 2011 is verstuurd door Wilders, overgenomen door één van de onderzochte dagbladen. Omdat Wilders ook tijdens de onderzoeksperiode heeft getwitterd is al de berichtgeving van Wilders in de kranten onderzocht en is deze tweet dus ook opgemerkt. Het zou kunnen dat er meer oude tweets

van politici zijn overgenomen door *De Telegraaf*, *NRC Handelsblad* en *de Volkskrant*, maar dat deze niet uit de selectie naar boven zijn gekomen, omdat deze Kamerleden deze tweets niet hebben verstuurd tijdens de onderzoeksperiode maar ervoor. Doordat de overname van oude tweets tijdens de onderzoeksperiode maar één keer is opgemerkt en journalisten in principe gebruik maken van de actualiteit, is de kans klein dat dit vaker is gebeurd.

Een andere verklaring waarom Broersma en Graham (2012; 2013) andere uitkomsten hebben, is doordat zij een langere en andere periode hebben onderzocht. Wellicht waren er in de twee weken die voor dit onderzoek zijn geanalyseerd bijna geen tweets overgenomen door kranten, maar zou dit wel het geval zijn als er andere weken waren geselecteerd. Daarnaast zou het ook kunnen dat het gebruik van Twitter als bron een hype is. Het onderzoek van Broersma en Graham (2013) is uitgevoerd met data van 2007 tot 2011. Wellicht dat twee jaar later, de populariteit van dit medium is afgenomen onder journalisten, waardoor deze uitkomsten minder positief zijn dan Broersma en Graham stellen.

Uit onderzoek van Jordaan (2013) blijkt dat ongeveer 20% van de onderzochte journalisten wekelijks op ideeën worden gebracht door Twitter. Deze uitkomst sluit niet aan bij de bevindingen uit dit onderzoek. Uit dit onderzoek blijkt namelijk dat de inhoud van slechts 2% van alle verstuurd tweets overeenkomt met de inhoud van de krant in combinatie met het twitterende Kamerlid. Bij deze 2% kan niet met zekerheid gezegd worden dat Twitter gebruikt is als bron. In tweets van Tweede Kamerleden worden met name actuele zaken besproken, zoals bijvoorbeeld het woonakkoord dat tijdens de onderzoeksperiode is gesloten. Bij belangrijke actuele zaken praat vaak iedereen over hetzelfde onderwerp. De kans is dus groot dat journalisten de informatie niet van Twitter hebben, omdat de informatie overal beschikbaar was. De kans dat de inhoud van de tweet wordt overgenomen door dagbladen is dus naar alle waarschijnlijkheid kleiner dan 2%. De journalistieke agenda lijkt niet te worden bepaald aan de hand van wat er op Twitter wordt gezegd.

Een verklaring voor deze verschillende uitkomsten zou tevens gezocht kunnen worden in de methode die gehanteerd is. Het onderzoek van Jordaan (2013) is gedaan aan de hand van enquêtes, observaties en interviews met journalisten. In het onderzoek in deze scriptie is er aan de hand van een inhoudsanalyse gekeken naar overeenstemming tussen wat er op Twitter door Kamerleden wordt gezegd en de inhoud van de krant. Journalisten kunnen het idee hebben dat zij veel van Twitter halen en dit in een enquête aangeven, maar in werkelijkheid kan dit meevallen. Een andere verklaring voor deze verschillende uitkomsten is dat dit onderzoek zich specifiek richt op Tweede Kamerleden. Wellicht was er in het sport-, cultuur- of entertainmentkatern wel vaker overeenstemming te zien tussen wat er op Twitter wordt gezegd en de inhoud van de krant.

De meerwaarde van Twitter voor Tweede Kamerleden kan aan de hand van de resultaten van dit onderzoek ter discussie worden gesteld. Slecht 0,07% van alle berichten heeft één van de

onderzochte dagbladen gehaald. De toegevoegde waarde van Twitter voor Tweede Kamerleden lijkt dus beperkt. De kans dat een Tweede Kamerlid in de krant komt door een tweet te sturen is klein. Wellicht dat dit niet geldt voor andere politici zoals de Minister-president, staatssecretarissen en ministers, vervolgonderzoek zou dit kunnen uitwijzen. De volgende paragraaf geeft inzicht in hoe dit onderzoek nog verder uitgebreid kan worden.

5.3 Vervolgonderzoek

Zoals in de vorige paragraaf is aangegeven, kent dit onderzoek een aantal beperkingen. Doordat er slechts twee weken zijn onderzocht en er maar een aantal tweets letterlijk is overgenomen, zou vervolgonderzoek nodig zijn om patronen te ontdekken en hier conclusies aan te kunnen verbinden. Voorbeelden van patronen die dan onderzocht kunnen worden, zijn of bepaalde politici, partijen of thema's vaker worden overgenomen dan andere politici, partijen of thema's. De onderzoeksperiode zou uitgebreid kunnen worden naar een paar maanden om deze patronen te ontdekken.

In de inleiding werd verondersteld dat Twitter met name voor kleine partijen interessant kan zijn, omdat zij doorgaans minder media-aandacht krijgen dan grote partijen. Twitter zou hen een podium kunnen bieden om boodschappen te verspreiden. Aan de hand van de resultaten van dit onderzoek kunnen hier geen uitspraken over worden gedaan, vervolgonderzoek zou nodig zijn om te beoordelen van welke partij er vaker tweets worden overgenomen dan van andere partijen. Gezien de resultaten van dit onderzoek lijkt de kans om letterlijk overgenomen te worden door dagbladen voor een onbekende politicus nog kleiner te zijn dan voor een bekende politicus. Uit dit onderzoek blijkt namelijk dat van de vier overgenomen tweets, twee tweets afkomstig zijn van een partijleider. Vervolgonderzoek zou nodig zijn om te beoordelen of tweets daadwerkelijk vaker letterlijk worden overgenomen van bekende politici, zoals bijvoorbeeld partijleiders dan van onbekende politici.

Daarnaast zou dit onderzoek uitgebreid kunnen worden met andere media. Verweij (2012) gaf aan dat audio- en videomedia vaker gebruik maken van Twitter dan printmedia. Een interessante aanvulling op dit onderzoek zou zijn om ook de *NOS Journaals* en *RTL Nieuws* uitzendingen uit de onderzoeksperiode te analyseren. Om zo te onderzoeken of daar vaker tweets van Tweede Kamerleden worden gebruikt als bron in vergelijking met dagbladen.

Een andere interessante verdieping zou zijn of Kamerleden die twitteren significant vaker voorkomen in dagbladen dan Kamerleden die niet twitteren. Bepaalde Kamerleden sturen tientallen tweets per dag, terwijl anderen wekelijks, maandelijks of zelden iets plaatsen op Twitter. Maakt het twittergedrag van Kamerleden uit hoe vaak zij in dagbladen worden genoemd of is hier geen verband in te ontdekken? Over een langere periode zou onderzocht kunnen worden in hoeveel artikelen Kamerleden voorkomen in dagbladen die tijdens deze periode hebben getwitterd in vergelijking met Kamerleden die bijna niet hebben getwitterd.

Doordat de onderzoeksperiode slechts uit twee weken bestaat, zijn de thema's die uit dit onderzoek naar voren komen sterk afhankelijk van gebeurtenissen die in deze week plaatsvonden. Er is veel over de woningmarkt getwitterd, dat heeft met name te maken met het woonakkoord dat is gesloten in de onderzoeksperiode. Als dit onderzoek een paar maanden later nogmaals zou worden uitgevoerd, dan zullen er naar alle waarschijnlijkheid andere thema's naar voren komen. Om een beter inzicht te kunnen krijgen of bepaalde partijen bijvoorbeeld significant vaker over bepaalde onderwerpen twitteren dan andere, zou de onderzoeksperiode uitgebreid kunnen worden naar een aantal maanden. Het is onmogelijk om voor een aantal maanden specifieke thema's te formuleren, omdat er dan duizenden thema's moeten worden geformuleerd. Daarom zal er bij verlenging van de onderzoeksperiode alleen gekeken kunnen worden naar hoofdthema's. Per hoofdthema kan beoordeeld worden of bepaalde partijen hier vaker over twitteren dan andere.

6. Literatuurlijst

- Aalberts, C., & Kreijveld, M. (2010): Knowledge exchange through online political networks. In: R.J. in 't Veld (ed.): *Knowledge democracy: consequences for science, politics and media* (pp. 315-325). Berlijn: Springer.
- Aalberts, C., & Kreijveld, M. (2011): *Veel gekwetter, weinig wol: de inzet van sociale media door overheid, politiek en burgers*. Den Haag: SDU.
- AD. (2011, jul. 23). Dader bloedbad sprak bewondering voor PVV uit. Geraadpleegd via: <http://www.ad.nl/ad/nl/6967/Aanslagen-Noorwegen/article/detail/2814635/2011/07/23/Dader-bloedbad-sprak-bewondering-voor-PVV-uit.dhtml> (geraadpleegd op: 10-06-2013)
- Aelst, P., van, Maddens, B., Noppe, J., & Fiers, S. (2008). Politicians in the news: Media or party logic? media attention and electoral success in the Belgian election campaign of 2003. *European Journal of Communication*, 23(2), 193-210, doi: 10.1177/0267323108089222
- Aelst, P., van, Sehata, A., & Dalen, A., van. (2010). Members of parliament: Equal competitors for media attention? An analysis of personal contacts between MPs and political journalists in five European countries. *Political Communication*, 27(3), 310-325, doi: 10.1080/10584609.2010.496711
- Alexa: The Web Information Company. (2013). Top sites in the Netherlands. Geraadpleegd via: <http://www.alexa.com/topsites/countries/NL>. (Geraadpleegd op: 29-04-2013)
- Bakker, P., & Scholten, O. (2009). *Communicatiekaart van Nederland*. Amsterdam: Kluwer.
- Bakker, T. P., & Schönbach, K. (2011, mei). *Active audiences and an inclusive online public sphere: Truths about internet myth*, Paper gepresenteerd op the International Communication Association Conference, Boston: USA.
- Bardoel, J., & Van Cuilenburg, J. (2003). *Communicatiebeleid en communicatiemarkt: over beleid, economie en management voor de communicatiesector*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.
- Bekkers, V., Beunders, H., Edwards, A., & Moody, R. (2009): *De virtuele lont in het kruitvat: welke rol spelen de oude en nieuwe media in de micromobilisatie van burgers en hun strijd om politieke aandacht?* Den Haag: Lemma.
- Bennett, W.L. (1990). Toward a theory of press-state relations in the united states. *Journal of Communication*, 40(2), 103-127. doi: 10.1111/j.1460-2466.1990.tb02265.x
- Boeije, H. (2002): A purposeful approach to the constant comparative method in the analysis of qualitative interviews. *Quality and Quantity*, 36(4), 391-409.

- Broersma, M., & Graham, T. (2012). Social media as beat: Tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419. doi: 10.1080/17512786.2012.663626
- Broersma, M., & Graham, T. (2013). Twitter as a news source. *Journalism Practice*, doi: 10.1080/17512786.2013.802481
- Burson-Marsteller (2012). Ten most influential political voices on Twitter. Geraadpleegd via: <http://www.g20influencers.com/summary/netherlands.pdf> (geraadpleegd op: 01-03-2013).
- Campbell, V.P. (2004). *Information age journalism: Journalism in an international context*. Londen: Arnold.
- Davies, N. (2008). *Flat Earth News: An award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media*. Londen: Chatto & Windus.
- Davis, A. (2009). Journalist–Source relations, mediated reflexivity and the politics of politics. *Journalism Studies*, 10(2), 204-219. doi:10.1080/14616700802580540
- Deuze, M. (2005). *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Dobbelaer, R., de Paulussen, S., & Maesele, P. (2013). Gatekeeper of curator? De rol van sociale media in de berichtgeving over de Arabische Lente in de tv-journaals van VRT en VTM. *Etnaal van de communicatiewetenschappen, Proceedings*. Geraadpleegd via: <http://hdl.handle.net/1854/LU-3129203> (Geraadpleegd op: 27-05-2013)
- Galtung, J., & Ruge, M.H. (1965). The structure of foreign news the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-90. doi:10.1177/002234336500200104
- Gans, J. (1979). *Deciding What's News*, Londen: Constable.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280. doi:10.1080/14616700118449
- Heinrich, A. (2012). Foreign reporting in the sphere of network journalism. *Journalism Practice*, 6(5-6), 766-775, doi:10.1080/17512786.2012.667280
- Hermans, L., Vergeer, M., & d'Haenens, L. (2009). Internet in the daily life of journalists: Explaining the use of the Internet by work-related characteristics and professionals opinions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(1), 138–157. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01497.x
- Hermida, A. (2010). Twittering the news, the emergence of ambient journalism. *Journalism Practice* 4(3), 297-308. doi:10.1080/17512781003640703
- Hermida, A. (2012). Tweets and truth. Journalism as a discipline of collaborative Verification. *Journalism Practice*, 6(5-6), 659-668. doi:10.1080/17512786.2012.667269
- Joop.nl, (2012). SP-Kamerlid wil twitterverbod. Geraadpleegd via:

http://www.joop.nl/media/detail/artikel/17722_sp_kamerlid_wil_twitterverbod/

(Geraadpleegd op: 14-01-2013)

- Jordaan, M. (2013): Poke me, I'm a journalist: The impact of Facebook and Twitter on newsroom routines and cultures at two South African weeklies. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(1), 21-35, doi: 10.1080/02560054.2013.767421
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Keen, A. (2007). *The cult of the amateur: How today's internet is killing our culture*. New York: Doubleday/ Currency.
- Kluver, R., Jankowski, N.W., Foot, K.A., & Schneider, S. (2007). *The internet and national elections*. Abingdon: Routledge.
- Koole, R. (2002). Hijgende vragen, vlotte babbels. De symbiose van politiek en media In: J. Bardoel (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 101-114). Amsterdam: University Press Amsterdam.
- Koop, R., & Jansen, H.J. (2009). Political blogs and blogrolls in Canada forums for democratic deliberation? *Social Science Computer Review*, 27(2), 155-173. doi: 10.1177/0894439308326297
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society* 13(5), 608-630.
- Larsson, A.O., & Moe, H. (2012): Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign. *New Media & Society*, 14(5), 729-747. doi:10.1177/1461444811422894
- Lasorsa, D.L., Lewis, S.C., & Holton, A.E. (2012). Normalizing Twitter. Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19-36. doi:10.1080/1461670X.2011.571825
- Luyendijk, J. (2010). *Het hebt het niet van mij, maar...Een maand aan het Binnenhof*. Amsterdam: Uitgeverij Podium.
- Marketingfacts.nl. (2012). Social media in Nederland: de halfjaar cijfers van 2012. Geraadpleegd via: <http://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-de-halfjaarcijfers-van-2012> (Geraadpleegd op: 12-03-2013)
- Marwick, A., & boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New media & society*, 13(1), 114-133, doi:10.1177/1461444810365313
- NOS. (2012). Politici en journalisten even invloedrijk op Twitter. Geraadpleegd via: <http://nos.nl/audio/362972-politici-en-journalisten-even-invloedrijk-op-twitter.html>

- (Geraadpleegd op: 12-03-2013)
- NRC. (2011, jul. 26). Op internet wemelt het van de 'Breiviks'. Profeet Wilders moet geweldsretoriek uitleggen. Geraadpleegd via: <http://www.nrc.nl/stevendejong/2011/07/26/op-internet-wemelt-het-van-de-breiviks-profeet-wilders-moet-geweldsretoriek-uitleggen/> (geraadpleegd op: 10-06-2013)
- NRC. (2013, mrt. 12). 'Geef mannen ook compensatie'. Geraadpleegd via: <http://academic.lexisnexis.nl/> (Geraadpleegd op: 14-04-2013)
- NRC. (2013, mrt. 16). Wilders trekt het land in om 'verzet' een stem te geven. Geraadpleegd via: <http://academic.lexisnexis.nl/> (Geraadpleegd op: 14-04-2013)
- Parool, Het. (2011, jul. 26). Wilders: PVV niet verantwoordelijk voor 'verknijpte idioot'. Geraadpleegd via: <http://www.parool.nl/parool/nl/6964/Aanslagen-Noorwegen/article/detail/2818245/2011/07/26/Wilders-PVV-niet-verantwoordelijk-voor-verknijpte-idioot.dhtml> (geraadpleegd op: 10-06-2013)
- Pleijter, A., Hermans, L., & Vergeer, M. (2007). De opmars van online nieuwsgaring: Een inventarisatie van veranderingen in internetgebruik in de Nederlandse journalistiek 2002-2006. Radboud Universiteit Nijmegen. Geraadpleegd via: <http://www.nvj.nl/docs/radboud2.pdf> (geraadpleegd op: 01-03-2013)
- Reformatorisch dagblad. (2011, jul. 27). Wilders: Cohen misbruikt aanslagen. Geraadpleegd via: http://www.refdag.nl/nieuws/politiek/wilders_cohen_misbruikt_aanslagen_1_578883 (geraadpleegd op: 10-06-2011)
- Rennen, T. (2000). *Journalistiek als kwestie van bronnen*. Delft: Uitgeverij Eburon.
- Rob. (2012). In gesprek of verkeerd verbonden? Kansen en risico's van sociale media in de representatieve democratie. Den Haag: Rob. Geraadpleegd via: www.rfv.nl/default.aspx?skin=Rob&inc=detail&id=1160&dossier_id=&type=publicatie (geraadpleegd op: 13-02-2013)
- Roessel, A. van. (2009). Journalistiek en democratie. *De groene Amsterdammer*. Geraadpleegd via: <http://www.groene.nl/2009/12/journalistiek-en-democratie> (geraadpleegd op: 02-04-2013)
- Ruigrok, N., Kester, B., & Scholten, O., Ismaili, N., & Goudswaard, M. (2011). Rechtspraakverslaggeving in een veranderend medialandschap. Den Haag: Raad voor de Rechtspraak. Geraadpleegd via: <http://www.rechtspraak.nl/Organisatie/Publicaties-En-Brochures/Researchmemoranda/Pages/Research-Memoranda-2011.aspx> (Geraadpleegd op: 01-03-2013)
- Schuur, W. van, & Vis, J. (2002). Haagse waakhonden. Politieke voorkeur, zelfbeeld en informatievergarig van parlementair journalisten. In: J. Bardoel (red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 115-136). Amsterdam: University press Amsterdam.

- Schoemaker, P.J., & Reese, S.D. (1996). *Mediating the message* (2e druk). New York: Longman Publishers USA.
- Schoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Suh, B., Hong, L., Pirolli, P., & Chi, E. (2010). Want to be retweeted? Large scale analytics on factors impacting retweet in Twitter network. *Social Computing, 2010 IEEE Second International Conference on*, 177-184. doi: 10.1109/SocialCom.2010.33
- Tancer, B. (2008). Even gen X is a Twitter. *Time*. Geraadpleegd via: <http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1834131,00.html?cnn=yes> (geraadpleegd op: 27-05-2013)
- Telegraaf, De. (2011, jul. 23). PVV rouwt mee om Noorse volk. Geraadpleegd via: http://www.telegraaf.nl/binnenland/20181952/___PVV_rouwt_mee_met_Noren__.html (geraadpleegd op: 10-06-2013)
- Telegraaf, De. (2013, mrt. 11) Oppositie staat klaar met eisen; Druk verder opgevoerd om regeerakkoord te wijzigen. Geraadpleegd via: <http://academic.lexisnexis.nl/> (Geraadpleegd op: 14-04-2013)
- Trouw. (2012, aug. 12). TV schudt zomerslaap af met verkiezingen. Geraadpleegd via: <http://www.trouw.nl/tr/nl/5133/Media-technologie/article/detail/3299837/2012/08/12/Tv-schudt-zomerslaap-af-met-verkiezingen.dhtml> (geraadpleegd op: 21-03-2013)
- Vergeer, M., Hermans, L., & Sams, S. (2011). Online social networks and micro-blogging in political campaigning: The exploration of a new campaign tool and a new campaign style. *Party Politics*, 30, 1-25. doi:10.1177/1354068811407580
- Verweij, P. (2012). Twitter links between politicians and journalists. *Journalism Practice*, 6(5-6), 680-691. doi:10.1080/17512786.2012.667272
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C.T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011): It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), 107-114. doi:10.1089/cyber.2009.0226
- Volkskrant, de. (2010, jun. 6). Vanaf 10.000 followers tel je mee. Geraadpleegd via: <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2844/Archief/archief/article/detail/997549/2010/06/03/Vanaf-10-000-followers-tel-je-mee.dhtml> (geraadpleegd op: 02-03-2013)
- Volkskrant, de. (2012, aug. 18). Twitter moet, zeker voor politici. Geraadpleegd via: <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2694/Tech-Media/article/detail/3302739/2012/08/18/Twitter-moet-zeker-voor-politici.dhtml> (geraadpleegd op: 02-03-2013)

Volkskrant, de. (2013, feb. 12). Kamp onder druk: ook PvdA wil gaswinning verminderen.

Geraadpleegd via:

<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2686/Binnenland/article/detail/3392214/2013/02/12/Kamp-onder-druk-ook-PvdA-wil-gaswinning-verminderen.dhtml> (Geraadpleegd op: 30-05-2013)

Wester, F. (2006). *Inhoudsanalyse: theorie en praktijk*. Alphen a/d Rijn: Kluwer.

Wijffes, H. (2002). Haagse kringen, Haagse vormen. Stijlverandering in politiek journalistiek. In: J. Bardoel (Red), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 19-38). Amsterdam: University Press Amsterdam.

Wolfsfeld, G., & Sheafer, T. (2006). Competing actors and the construction of political news: The contest over waves in Israel. *Political Communication*, 23(3), 333-354.

doi:10.1080/10584600600808927

Wurff, R. van der, & Schönbach, K. (2010). Wenselijkheid en haalbaarheid van een aparte gedragscode voor online journalistiek: Resultaten van een delphi-studie. Amsterdam: The Amsterdam School of Communications Research ASCoR. Geraadpleegd via:

<http://dare.uva.nl/document/341631>

7. Bijlage 1 - Codeboek

Variabele	Naam variabele	Variabele
V1	Afzender	1 = Agema, M. (PVV) 2 = Arib, K. (PvdA) 3 = Azmani, M. (VVD) 4 = Bashir, F. (SP) 5 = Beertema, H.J. (PVV) 6 = Berckmoes-Duindam, Y. (VVD) 7 = Bergkamp, V.A. (D66) 8 = Berndsen-Jansen, M.A. (D66) 9 = Bisschop, R. (SGP) 10 = Boer, B.G. de (VVD) 11 = Bommel, H. van (SP) 12 = Bonis, D.E. (PvdA) 13 = Bontes, L. (PVV) 14 = Bosma, M. (PVV) 15 = Bosman, A. (VVD) 16 = Bouwmeester, L.T. (PvdA) 17 = Broeke, J.H. ten (VVD) 18 = Bruins Slot, H.G.J. (CDA) 19 = Burg, B.I. van der (VVD) 20 = Caluwé, I.S.H. de (VVD) 21 = Dam, M.H.P. van (PvdA) 22 = Dekken, T.R. van (PvdA) 24 = Dijk, J.J. van (SP) 25 = Dijk, O.E.T. van (PvdA) 26 = Dijkgraaf, E. (SGP) 27 = Dijkhoff, K.H.D.M. (VVD) 28 = Dijkstra, P.A. (D66) 29 = Dijkstra, R.J. (VVD) 30 = Dik-Faber, R.K. (CU) 31 = Dijkers, S.W. (PvdA) 32 = Duisenberg, P.J. (VVD) 33 = Eijnsink, A.M.C. (PvdA) 34 = Elias, T.M.Ch. (VVD) 35 = Fokke, H. (PvdA) 37 = Gerven, H.P.J. van (SP) 39 = Geurts, J.L. (CDA) 40 = Graaf, M de (PVV) 41 = Graus, D.J.G. (PVV) 43 = Günal-Gezer, S. (PvdA) 44 = Hachchi, W. (D66) 45 = Haersma Buma, S. van (CDA)

		<p>46 = Hamer, M.I. (PvdA)</p> <p>47 = Harbers, M.G.J. (VVD)</p> <p>48 = Heerma, P.E. (CDA)</p> <p>49 = Heijnen, P.M.M. (PvdA)</p> <p>50 = Helder, L.M.J.S. (PVV)</p> <p>51 = Hijum, Y.J. van (CDA)</p> <p>52 = Hilkens, M. (PvdA)</p> <p>53 = Hoogland, D. (PvdA)</p> <p>54 = Houwers, J. (VVD)</p> <p>55 = Huizing, M.E. (VVD)</p> <p>56 = Jacobi, L. (PvdA)</p> <p>57 = Jadnanansing, T.M. (PvdA)</p> <p>58 = Jansen, P.F.C. (SP)</p> <p>59 = Karabulut, S. (SP)</p> <p>60 = Keijzer, M.C.G. (CDA)</p> <p>61 = Kerstens, J.W.M. (PvdA)</p> <p>62 = Klaver, J.F. (GL)</p> <p>64 = Klein, N.P.M. (50PLUS)</p> <p>65 = Klever, R.J. (PVV)</p> <p>66 = Knops, R.W. (CDA)</p> <p>67 = Kooiman, C.J.E. (SP)</p> <p>68 = Koolmees, W. (D66)</p> <p>69 = Krol, H.C.M. (50PLUS)</p> <p>70 = Kuiken, A.H. (PvdA)</p> <p>71 = Kuzu, T. (PvdA)</p> <p>72 = Leegte, R.W. (VVD)</p> <p>73 = Leijten, R.M. (SP)</p> <p>74 = Liefde, B.C. de (VVD)</p> <p>75 = Linde, R.E. van der (VVD)</p> <p>76 = Litjens, P.J.M. (VVD)</p> <p>77 = Lodders, W.J.H. (VVD)</p> <p>78 = Lucas, A.W. (VVD)</p> <p>80 = Majj, M.E. (PvdA)</p> <p>81 = Marcouch, A. (PvdA)</p> <p>82 = Meenen, P.H. van (D66)</p> <p>83 = Merkies, A.Z. (SP)</p> <p>84 = Miltenburg, A. van (VVD)</p> <p>85 = Mohandis, M. (PvdA)</p> <p>86 = Monasch, J.S. (PvdA)</p> <p>87 = Mulder, A. (VVD)</p> <p>88 = Mulder, A.H. (CDA)</p> <p>89 = Neppérus, H. (VVD)</p> <p>90 = Nieuwenhuizen-Wijbenga, C. van (VVD)</p> <p>91 = Nijboer, H. (PvdA)</p> <p>92 = Ojik, A. van (GL)</p> <p>93 = Omtzigt, P.H. (CDA)</p>
--	--	--

		<p>94 = Oosenbrug, R.F.A. (PvdA)</p> <p>95 = Oosten, F. van (VVD)</p> <p>96 = Oskam, P. (CDA)</p> <p>97 = Ouwehand, E. (PvdD)</p> <p>98 = Öztürk, S. (PvdA)</p> <p>99 = Pechtold, A. (D66)</p> <p>100= Potters, S.C.C.M. (VVD)</p> <p>102= Recourt, J. (PvdA)</p> <p>103= Roemer, E.G.M. (SP)</p> <p>104= Rog, M.R.J. (CDA)</p> <p>105= Roon, R. de (PVV)</p> <p>106= Rouwe, S. de (CDA)</p> <p>107= Rutte, A.C.L. (VVD)</p> <p>108= Samsom, D.M. (PvdA)</p> <p>109= Schouten, C.J. (CU)</p> <p>110= Schouw, A.G. (D66)</p> <p>111= Schut-Welkzijn, A. (VVD)</p> <p>112= Segers, G.J.M. (CU)</p> <p>113= Servaes, M. (PvdA)</p> <p>114= Sjoerdsma, S.W. (D66)</p> <p>115= Slob, A. (CU)</p> <p>116= Smits, M. (SP)</p> <p>117= Staij, C.G. van der (SGP)</p> <p>118= Steur, G.A. van der (VVD)</p> <p>119= Straus, K.C.J. (VVD)</p> <p>120= Tanamal, G.S.I.A. (PvdA)</p> <p>121= Taverne, J. (VVD)</p> <p>122= Tellegen, O.C. (VVD)</p> <p>123= Thieme, M.L. (PvdD)</p> <p>124= Tongeren, L. van (GL)</p> <p>125= Toorenburg, M.M. van (CDA)</p> <p>126= Ulenbelt, P. (SP)</p> <p>127= Veen, M.S. van (VVD)</p> <p>128= Veldhoven, S. van (D66)</p> <p>129= Venrooy, T. (VVD)</p> <p>130= Verheijen, M.L. (VVD)</p> <p>131= Verhoeven, K. (D66)</p> <p>132= Vermeij, R.A. (PvdA)</p> <p>135= Voordewind, J.S. (CU)</p> <p>136= Voortman, L.G.J. (GL)</p> <p>137= Vos, J.C. (PvdA)</p> <p>138= Vos, M.L. (PvdA)</p> <p>139= Vries, A.A. de (PvdA)</p> <p>140= Vries, A. de (VVD)</p> <p>141= Vuijk, R. (VVD)</p> <p>142= Weyenberg, S.P.R.A. van (D66)</p>
--	--	---

		143= Wilders, G. (PVV) 144= Wit, J.M.A.M. de (SP) 145= Wolbert, A.G. (PvdA) 146= Wout, B. van 't (VVD) 147= Ypma, L. (PvdA) 148= Yücel, K (PvdA) 149= Ziengs, E. (VVD) 150= Zijlstra, H. (VVD)
V2	Partij	1= VVD 2= PVDA 3= CDA 4= GroenLinks 5 = D66 6= PVV 7= SP 8 = CU 9= SGP 10 = 50 plus
V3	Periode	1 = periode 1 2 = periode 2
V4	Datum	Dd/mm/jjjj
V5	Categorie met alle specifieke thema's:	1 = Onderwijs 3 = Leenstelsel studenten 5 = VSB fonds studeren in het buitenland 6 = MBO 4 niveau gezeltitel te koppelen 7 = Extra geld NWO 8 = verbetering imago MBO 9 = MBO en aansluiting arbeidsmarkt Eenzijdig lespakket boerderij in 10 = basisschool 11 = Kleine basisscholen sluiten Bestuurder en toezichthouders moeten 12 = hart voor onderwijs hebben 13 = Financiering van onderwijs Versterking positie docenten en 14 = studenten geeft juiste focus 15 = Amarantis 16 = Pestprotocol haalde niks uit Annass 17 = Overleg CDA argo netwerk 18 = Raad Maasdriel tegen sluiting scholen 19 = Eindtoets/cito 20 = Oplossingen kleine scholen 21 = Scholen in krimpregio's 22 = Debat Krimpenerwaard Onderwijs

		<p>23 = Salaris hogeschool bestuurders Aandacht voor vergrijzing van</p> <p>24 = docenten techniek</p> <p>25 = Investerings onderwijs</p> <p>26 = Studiefinanciering en BSA</p> <p>27 = Deadline leenstelsel</p> <p>28 = Kwaliteit Hoger onderwijs Educatieve spellen ontworpen door</p> <p>29 = kinderen</p> <p>30 = Geld weghalen bij oudere leraren</p> <p>31 = Ondernemerskennis basisscholen Motie democratische</p> <p>32 = burgerschapsvorming onderwijs</p> <p>33 = Mono-etnische scholen</p> <p>34 = Onderwijs asielkinderen</p> <p>35 = 160 toptalenten voor klas Meer eerstegraads/academici voor de</p> <p>36 = klas</p> <p>37 = Docenten en ICT</p> <p>38 = Bijzonder onderwijs</p> <p>39 = Nieuwste Pabo</p> <p>40 = VVD partijraad over onderwijs</p> <p>41 = Supportcoach beroepsonderwijs</p> <p>42 = Techniek en onderwijs 3 procent Nederlandse student is</p> <p>43 = ondernemer</p> <p>808 = Debat studentenvereniging</p> <p>980 = Zelfvertrouwen vmbo leerlingen</p> <p>44 = Woningmarkt</p> <p>45 = Woonakkoord</p> <p>46 = (Inkomensafhankelijke) huurverhoging</p> <p>47 = Woningmarktplannen</p> <p>48 = Private huursector klimt uit dal</p> <p>49 = Hoogte hypotheekrente</p> <p>50 = Meer concurrentie hypotheekmarkt</p> <p>51 = Koppelverkoop over rug huurder Woningmarkt als melkkoe en niet als</p> <p>52 = banenmotor</p> <p>53 = Scheefwonen</p> <p>54 = Sociale huursector naar de markt Gesprekken woningmarkt met CDA</p> <p>55 = mislukt Oudere huurder kansloos op</p> <p>56 = woningmarkt</p> <p>57 = Heffing woningcorporaties</p> <p>58 = 50% aflossen hypotheek</p>
--	--	---

		<p>Starters na 30 jaar restschuld zonder renteaftrek te subsidiëren</p> <p>59 =</p> <p>Geen heffing ouderen en</p> <p>60 = studentenhuisvesting</p> <p>1-7 huursombenadering beter dan</p> <p>61 = gluurverhoging voor 2 jaar</p> <p>Switchen huurplafond naar 4,5% WOZ- waarde naar ouwe puntentelling</p> <p>62 =</p> <p>300 miljoen niet gedekt met</p> <p>63 = woonakkoord</p> <p>64 = Aandelen bouwbedrijven stijgen</p> <p>Waarom geen socialer en groener</p> <p>66 = woonakkoord</p> <p>67 = Bouwopdrachten door verlaging BTW</p> <p>68 = Vestia</p> <p>Parlementaire enquête</p> <p>69 = woningbouwcorporaties</p> <p>PvdA steunt 0 van de 10 SP amendementen inkomensafhankelijk</p> <p>70 = huur</p> <p>71 = Actie tegen bebouwing park Oudegein</p> <p>72 = Stemming tegen uitstel huur debat</p> <p>Fictief aflossingsschema dat op verwrongen manier in huidig IB</p> <p>73 = gepropt wordt</p> <p>Investeringscapaciteit noordelijke</p> <p>74 = corporaties</p> <p>Staatssteun woningcorporaties</p> <p>75 = beëindigen</p> <p>76 = Tijdelijke commissie woningcorporaties</p> <p>77 = Bijleen hypotheek</p> <p>78 = Huisvestingswet wadden</p> <p>79 = Corporaties rekenen plannen Blok na Problemen woonakkoord onvoldoende</p> <p>80 = doordacht</p> <p>81 = Aswoensdagakkoord</p> <p>82 = Vaststellen WOZ-waarde</p> <p>83 = Hypotheekschuld</p> <p>84 = Wonen 4.0</p> <p>85 = Huren verhogen en opbrengst afromen</p> <p>86 = Extra budget startersleningen</p> <p>Oplossingen leegstaande</p> <p>87 = gebouwen/leegstandwet</p> <p>88 = Nieuwe 'Blok hypotheek'</p> <p>89 = Herbesteding kerkgebouwen</p> <p>Tijdelijke huurcontracten oprekken</p> <p>90 = naar 10 jaar</p> <p>91 = Huurprijsbescherming</p>
--	--	--

		<p>92 = Studentenhuisvesting</p> <p>93 = Toekomst corporatie</p> <p>975 = verhuurdersheffing Werkbezoek Tijdelijke Commissie</p> <p>187 = Huizenprijzen</p> <p>94 = Zorg</p> <p>95 = Meer inzicht kwaliteit ziekenhuizen</p> <p>96 = Bezuinigingen zorg</p> <p>97 = Fusietoets zorg</p> <p>98 = Zorgbijeenkomst</p> <p>99 = Zorgtour</p> <p>100 = Zorgverzekeraars</p> <p>101 = Keuzevrijheid patiënten</p> <p>102 = Mantelzorg en thuiszorg Minister Schipper moet fraude</p> <p>103 = aanpakken</p> <p>104 = Beleidsterreinen VWS</p> <p>105 = Winst zorgverzekeraars</p> <p>106 = 'Dure ziektes'</p> <p>107 = Achmea Slotervaartziekenhuis</p> <p>108 = Privacylek patiëntendossier</p> <p>109 = Meer info vooraf bij medische ingrepen Ziekenhuisopnames door medicijnen</p> <p>110 = hoog</p> <p>111 = Fraude loket zorg</p> <p>112 = Commissie VWS</p> <p>113 = AWBZ</p> <p>114 = Acties door ambulancemedewerkers</p> <p>115 = Vertrekregeling Erasmus MC Cliënt inzicht in wat gefactureerd</p> <p>116 = wordt Voorwaarde winstuitkering</p> <p>117 = ziekenhuizen Artsen met beroepsverbod toch aan</p> <p>118 = werk Discrimineren verzekeraars op basis</p> <p>119 = van ziekteverleden Embryoselectie vrouwen erfelijke</p> <p>120 = borstkanker</p> <p>121 = Zorgen om artikel 13 ZVW</p> <p>122 = Pameijer Rotterdam</p> <p>123 = Afschaffen restitutiepols</p> <p>124 = Meer inspecties IGZ</p> <p>125 = Stijging zorguitgaven Kwakzalver Jacob kleedt zieke mensen</p> <p>126 = uit</p> <p>127 = Steenkool kost volksgezondheid</p>
--	--	---

		<p>jaarlijks 386 mln</p> <p>Longartsen aanval op tabakslobby via</p> <p>128 = website</p> <p>129 = Thuiszorg</p> <p>130 = Zorg op afstand met Ipad</p> <p>IGZ onderzoek bij natuurgeneeskundig</p> <p>131 = centrum Energy Healing</p> <p>Anticonceptie en potentiële</p> <p>132 = sterfgevallen Diane35</p> <p>133 = Overgereguleerde zorg</p> <p>134 = Knelpunten in de zorg: pgb en awbz</p> <p>135 = Vrijwilligers en langdurige zorg</p> <p>Schemergebied euthanasie en</p> <p>136 = palliatieve sedatie</p> <p>Ziekenhuizen mogen abortus niet</p> <p>137 = weigeren</p> <p>138 = 3 mln euro transitie van de jeugdzorg</p> <p>139 = Uitspraken Bussemaker</p> <p>140 = Meer zorg thuis</p> <p>141 = Schappen nullijn zorg</p> <p>Wetten toetsen nieuwe medische</p> <p>142 = inzichten</p> <p>Mijnmedicijncoach wint</p> <p>143 = zorginnovatieprijs</p> <p>Lagere verzekeringspremie als je</p> <p>144 = gezond leeft</p> <p>145 = Fatale bijwerkingen domperidon</p> <p>Behandelplek kinderen met</p> <p>146 = zorgindicatie</p> <p>Behandeling baby's met aangeboren</p> <p>147 = afwijking</p> <p>148 = Ontmanteling ouderenzorg</p> <p>149 = Toekomst IGZ</p> <p>150 = Klachtenafhandeling patiënten</p> <p>151 = Anoniem bevallen in Duitsland</p> <p>152 = PGB is voor zorginkoop</p> <p>153 = Zorgbeleid Emmen</p> <p>Planologische belemmeringen weg bij</p> <p>154 = nieuwe zorginitiatieven</p> <p>155 = Vertrek directeur IKZ</p> <p>156 = Bankensector</p> <p>157 = Cultuuromslag bankensector</p> <p>158 = Hoorzitting inzake SNS</p> <p>159 = Beursgang staatsbanken</p> <p>160 = COA bankenpersoneel</p> <p>Onafhankelijk onderzoek toezicht SNS</p> <p>161 = door DNB</p> <p>Banken maken hoge marges op</p> <p>162 = hypotheek</p>
--	--	---

		<p>163 = Aanzien DN geschaad door crisis</p> <p>164 = Loonmatiging staatsgesteunde banken</p> <p>165 = ESM steun (Europese) banken</p> <p>166 = ING ondersteunt actieve coaching Bankreddingsoperatie achteraf</p> <p>167 = openbaar te maken</p> <p>168 = Niet toegeven aan bankenlobby Basel 3 vertrekpunt voor noodzakelijke</p> <p>169 = verhoging kapitaal NL banken</p> <p>170 = DNB Staatsbank ASN op te dragen te stoppen met boycot van Israëlische</p> <p>171 = projecten</p> <p>172 = President Wereldbank</p> <p>173 = Stijgen salarissen bankiers</p> <p>174 = Kredietverlening</p> <p>175 = Toekomst bankenunie</p> <p>176 = Problemen Deutsche bank</p> <p>976 = Dijsselbloem en ING</p> <p>977 = Informatievoorziening SNS</p> <p>177 = Werkbezoek</p> <p>178 = Werkbezoek Alescon in Assen</p> <p>179 = Werkbezoek veiligheid Dordrecht</p> <p>180 = Werkbezoek Landmacht/defensie</p> <p>181 = Werkbezoek vrijwillige politie</p> <p>182 = Werkbezoek wijkteams Enschede</p> <p>183 = Werkbezoek Big Move Almere</p> <p>184 = Werkbezoek ING internationale handel</p> <p>185 = Werkbezoek water- en rioolbeheer</p> <p>186 = Werkbezoek Tomra</p> <p>188 = Werkbezoek Friesland Campina</p> <p>189 = Zorgboerderij Zeewolde</p> <p>190 = Werkbezoek gevangenis</p> <p>191 = Werkbezoek SVB Leiden Werkbezoek biologische</p> <p>192 = melkveehouderij</p> <p>193 = Werkbezoek Texel</p> <p>194 = Werkbezoek Volkerwessels</p> <p>195 = Jugel bezoekt Den Helder en Texel</p> <p>196 = Geert Wilders en Australië</p> <p>197 = Werkbezoek Appelscha</p> <p>198 = Gastles islamitische school</p> <p>199 = Werkbezoek Energiestad</p> <p>200 = Werkbezoek omroep verenigingen</p> <p>201 = Werkbezoek TBS-kliniek</p> <p>202 = Werkbezoek thuiszorg</p>
--	--	--

		<p>203 = Werkbezoek Acress Werkbezoek corporatie openbaar</p> <p>204 = belang</p> <p>205 = Werkbezoek pgb</p> <p>206 = MBO tour</p> <p>207 = Werkbezoek Leek</p> <p>208 = Werkbezoek UWV Werkbezoek cultureel erfgoed en</p> <p>209 = monumenten</p> <p>210 = Werkbezoek Accent praktijkonderwijs</p> <p>211 = PVV bezoekt HAP/SEH</p> <p>212 = Werkbezoek kleine scholen</p> <p>213 = Werkbezoek Automotive Werkbezoek Hogeschool Arhem en</p> <p>214 = Nijmegen</p> <p>217 = Werkbezoek Drenthe college</p> <p>218 = Werkbezoek wallengebied</p> <p>219 = Werkbezoek Teylers</p> <p>220 = Werkbezoek Scheepsbouw Nederland</p> <p>221 = Werkbezoek schietsport</p> <p>222 = werkbezoek Merette</p> <p>223 = Werkbezoek ZorgAccent Werkbezoek adoptie en</p> <p>224 = praktijkonderwijs</p> <p>225 = Werkbezoek Staatsbosbeheer</p> <p>226 = Werkbezoek Altrecht</p> <p>227 = Werkbezoek Crucell</p> <p>228 = Werkbezoek corporaties</p> <p>229 = Werkbezoek Kessler Stichting Werkbezoek federatie particulier</p> <p>230 = grondbezit</p> <p>231 = Werkbezoek zorgorganisatie</p> <p>232 = Werkbezoek Alphen aan den Rijn</p> <p>233 = Werkbezoek Volvo</p> <p>234 = Werkbezoek St Gergorius</p> <p>235 = Werkbezoek veiling Plantion</p> <p>236 = Werkbezoek meerlanden</p> <p>237 = Werkbezoek IND en DTV</p> <p>238 = Werkbezoek Sanoma en Greenery</p> <p>239 = Werkbezoek paprikateler</p> <p>240 = Vrouwencentrum FEC Lesgeven/bezoeken (middelbare)</p> <p>4 = school</p> <p>241 = (Duurzame) energie, natuur en milieu</p> <p>242 = Microplastics vervuilen wereldzeeën</p> <p>243 = Wilgen knotten</p> <p>244 = CO2</p>
--	--	---

		245 = Duurzame visserij
		246 = Biobrandstof
		247 = Waddengebied
		248 = Zonnepanelen
		CU regiofonds voor vergoeden schade
		249 = en investeren duurzame energie
		250 = Ontrekken waarde BOW
		Geen eindeloze groei en krimp
		251 = hulpbronnen
		252 = PvdA niet groen
		253 = Luchtkwaliteit
		254 = Emissierechten
		255 = SP en asbestkwesitie
		256 = Privatisering drinkwater
		Watersector investeert 46 milj via TKI
		257 = toeslag
		258 = Gas en energie
		259 = Gaswinning verlagen
		260 = Gaswinning Groningen
		261 = Schaliegas mogelijkheden
		262 = Energiebesparing
		263 = Geothermie kansrijker dan windmolens
		264 = Windmolens
		265 = Onderzoek gas Groningen
		Decentrale duurzame energie
		266 = opwekking
		Grootverbruikers energie wederom
		267 = tegemoet
		268 = NAM Groningen
		BTW verlaging revolverend
		269 = energiebesparingsfonds
		270 = 50% bezuinigen op natuur
		271 = Alternatief groeimodel
		272 = Groeiend verzet natuur
		273 = Bomen planten
		274 = Kerncentrale met gebreken moet dicht
		275 = Accu zonnepaneel printen
		276 = Natuurbeleid Dijkma
		277 = Natuurafbraakplannen
		278 = Groen is gezond
		279 = Alternatieve energie
		280 = Natuur in Overijssel
		281 = Hedwigepolder
		Onnodige verlichting winkels en
		282 = kantoren
		283 = Uitverkoop Nederlandse natuur

		<p>284 = Vergroeningsmaatregelen</p> <p>285 = Illegale olielozingen</p> <p>286 = De markt gaat klimaat niet redden</p> <p>287 = Lekkende kerncentrale Tihange</p> <p>288 = Milieuraad en handelsmissie</p> <p>289 = NL watertechnologiemarkt</p> <p>290 = Lage stroomprijs</p> <p>291 = Verkoop natuurgebieden stil leggen</p> <p>292 = Bijmengen brandstof</p> <p>293 = Bomen op Blankenburgtunnel Duurzaamheid sloopfonds voor</p> <p>294 = schepen</p> <p>295 = lagere afvalstoffenheffing</p> <p>296 = Odfjell verdacht illegaal lozen olie</p> <p>297 = Vliegen op frituurvet</p> <p>298 = Recycling afval Algemeen Overleg Raad Concurrentievermogen energieraad en</p> <p>760 = digitale markt</p> <p>429 = Samenwerking EU bij Energietransitie</p> <p>458 = Aardbeving en bewoners Groningen</p> <p>459 = Ombudsfunctie voor Groningers</p> <p>299 = Buitenland Iran viert 34 jaar Islamitische</p> <p>300 = barbarisme</p> <p>301 = Syrië</p> <p>302 = President Tunesië</p> <p>303 = Situatie Egypte</p> <p>304 = verkiezingswaarneming Armenië</p> <p>305 = Meer slaven op de wereld</p> <p>306 = Handelscontracten met Noord Korea</p> <p>307 = Nucleaire test Noord Korea Bulgarije/Roemenie rechtstaat en</p> <p>308 = toetreding Schengen</p> <p>309 = Islamitische militanten naar noord Mali</p> <p>310 = State of the Union</p> <p>311 = Somalië Wapenexport Jordanië en Oman</p> <p>312 = besproken</p> <p>313 = Relatie Indonesië Niet erkennen van Israël voorwaarde</p> <p>314 = Haniyh samenwerking met Fatah</p> <p>315 = Jongeren en Casablanca</p> <p>316 = opzeggen verdrag met Marokko Bespreken Noord-Koreaanse</p> <p>317 = vluchtelingen</p> <p>318 = Vragen Amerikaanse Helsinki</p>
--	--	---

		<p>commissie</p> <p>Noorse importheffing voor NL</p> <p>319 = producten</p> <p>PVV tegen leveren scherfvesten aan</p> <p>320 = oppositie tegen Assad</p> <p>321 = VS erkent ICC</p> <p>Gezondheidszorg vrouwen in arme</p> <p>322 = landen</p> <p>323 = Huizen in Lahore in brand gezet</p> <p>Marokkaanse politie vermoord 3</p> <p>324 = collega's</p> <p>325 = Libië</p> <p>326 = Iranese president knuffelt moeder</p> <p>327 = CU hypocriet over Israel</p> <p>328 = Bedreigingen christen in Pakistan</p> <p>329 = Beurs Zimbabwe steeg in 2008</p> <p>Palestijnse gevangenen in Israëlische</p> <p>330 = detentie</p> <p>331 = Hongarije</p> <p>332 = Falklandeilanden</p> <p>333 = Multinationals in Afrika</p> <p>334 = India</p> <p>335 = Soedan</p> <p>Opec voelt invloed Amerikaanse</p> <p>336 = schalieolie</p> <p>337 = Gas en Japan</p> <p>338 = Egypte moet bij ICC</p> <p>339 = Myanmar</p> <p>Grieken minder vertrouwen in</p> <p>340 = economie</p> <p>341 = Erdogan</p> <p>342 = Export NL</p> <p>343 = Defensie Azië</p> <p>344 = Massa protest Turken tegen NL</p> <p>345 = Russische anti-homowet</p> <p>346 = Steunen Sahin</p> <p>347 = Doden aantal kernramp Chernobyl</p> <p>981 = Producten nederzettingen Israel</p> <p>907 = Brazilië</p> <p>348 = Crisis en financiële situatie Nederland</p> <p>349 = Parlementaire enquête De Wit</p> <p>350 = Openbaarmaking topinkomens</p> <p>Crisis oplossen door meer mensen aan</p> <p>351 = het werk</p> <p>352 = NL stap voor stap uit crisis halen</p> <p>Democratie en geheime stemming</p> <p>353 = begroting</p>
--	--	--

		<p>354 = Kredieten MKB</p> <p>355 = HFC brievenbusonderzoek</p> <p>356 = MKB innovatiestimuleringsregeling</p> <p>357 = Handel leidt tot meer welvaart</p> <p>358 = Investerings naar voren halen</p> <p>359 = Debat financieel stelsel Geen steun PvdA om te zorgen dat</p> <p>360 = financiële onderzoek op tijd klaar is Nieuwe kabinetsbrief</p> <p>361 = meerjarenbegroting</p> <p>362 = Miljarden meevaller blijkt deal Terugvorderen bonussen publieke</p> <p>363 = sector Effect woord recessie slecht voor</p> <p>364 = economie Nederlandse economie heeft</p> <p>365 = belastingverlaging nodig</p> <p>366 = Kapitaaleisen en rol credit agencies</p> <p>367 = Krimp economie</p> <p>368 = Verantwoording 960 ml deal</p> <p>369 = Belastingparadijs</p> <p>370 = Informatievoorziening MFK is summier Multinationals moeten laten zien waar</p> <p>371 = ze belasting over betalen en hoeveel Belastingafdracht bedrijven</p> <p>372 = inzichtelijker</p> <p>373 = Meevaller 3,2 miljoen naar schatkist</p> <p>374 = Politietop levert bonussen in</p> <p>375 = Belang interne markt/euro</p> <p>376 = Volgende generatie betaalt rekening</p> <p>377 = Kredieten ondernemers</p> <p>378 = Hoogste aantal faillissementen ooit</p> <p>379 = Microkredieten MKB-ers</p> <p>380 = Pensioengeld in hypotheek</p> <p>381 = CPB cijfers en bezuinigingen</p> <p>382 = FD en Aegon</p> <p>383 = Belasting op onttrokken waarde Zwakke groei door achterblijven</p> <p>384 = consumptie Groene revolutie kan economie kop</p> <p>385 = kosten</p> <p>386 = Collectieve lasten stijgen</p> <p>387 = EIB/EBRD-leningen Koopkracht gezinnen met kinderen</p> <p>388 = extra hard getroffen Wereldwijd actieplan tegen</p> <p>761 = belastingontwijking</p>
--	--	--

		<p>389 = Gemeentes en provincies</p> <p>390 = VNG en transparantie</p> <p>391 = Fuseren zwakke gemeentes</p> <p>392 = Herindeling provincies/gemeenten Aantal gemeenteraadsleden</p> <p>393 = terugbrengen</p> <p>394 = Beveiligingskosten burgemeester</p> <p>395 = Betrokken raadsleden VVD Kamerleden uit gld moeten beter</p> <p>396 = hun best doen</p> <p>397 = Krimpregio's</p> <p>398 = NHM sterke regio CDA en PVV tegen verkleining</p> <p>399 = gemeenteraden 1/10</p> <p>400 = Super provincie Provincies kunnen geen geld pompen</p> <p>401 = in economie</p> <p>402 = Afscheid Ralph Pans van VNG Jobke Vonk-Vedder nieuwe</p> <p>825 = burgemeester</p> <p>403 = defensie</p> <p>404 = NL trainingsmissie</p> <p>405 = Verhuizing mariniers Behoud KMS (Koninklijk Militaire</p> <p>406 = School)</p> <p>407 = JSF Samenwerking Leger des Heils</p> <p>408 = bespaart krijgsmacht half miljoen</p> <p>409 = Kernwapens Renovatie of verplaatsing Horne</p> <p>410 = kazerne</p> <p>411 = Bezuinigingen defensie</p> <p>412 = Geestelijke verzorgers Defensie Turkije weigert helikopter te lenen aan</p> <p>413 = NL</p> <p>414 = Defensiesamenwerking</p> <p>415 = Kamercommissie Defensie</p> <p>416 = Europa</p> <p>417 = Brief uitkomst top Brussel</p> <p>418 = Informatievoorziening EU dossiers</p> <p>419 = Europa en Twitter</p> <p>420 = Begrotingsakkoord EU</p> <p>421 = Benelux samenwerking</p> <p>422 = Europa-brief van kabinet</p> <p>423 = EU blijft tonijnvissen subsidiëren</p> <p>424 = Vrijhandelsakkoord EU-VS belangrijk</p> <p>425 = Inzage in 960 miljard EU akkoord</p>
--	--	---

		gevraagd
		426 = Zwarte lijst EU
		427 = Werkgroep EU over eurocrisis
		428 = Sanctiebeleid VN EU NL effectief?
		430 = EU-ETS in zwaar weer
		431 = Gala beter Europa
		432 = Rol nationale parlementen binnen EU Bijeenkomst parlement in EU over
		433 = democratic legitimacy
		434 = Conferentie EU Kamercommissie
		435 = Europa-discussie
		436 = Nederlandse Europa-debat
		437 = Mislukken single Europeaan sky
		438 = Turkije en de EU Geheime stemming europees
		439 = parlement
		440 = EU tegen Hongarije
		441 = Versterking sociale dimensie van EMU
		442 = Europees jaar van de Burger
		443 = Uitvoering discardban onduidelijk
		444 = Cyprus
		445 = Eu-vakbeweging
		446 = Luchtvaart in Europa Invloed Turkse overheid op Turken in
		447 = buitenland
		979 = Europese noodhulp
		448 = Rook en tabakindustrie
		449 = SGP tegen versoepeling rookverbod
		450 = Rookverbod kleine horeca ANBI status en stichting
		451 = Rokersbelangen
		452 = Nicotiepleisterslobby
		453 = Tabaknee.nl strijden tegen verslaving
		454 = Rooms Katholieke kerk
		455 = Hopen op vernieuwing RK
		456 = Aftreden paus
		460 = Aanbevelingen Deetman
		461 = RK biedt vrouwen excuses aan
		462 = Seksueel misbruik RK
		463 = Nieuwe paus Gelijkheid mannelijke en vrouwelijke
		464 = slachtoffers geweld Katholieke kerk
		465 = Openbaar vervoer en infrastructuur
		466 = Eind dubbel opstaptarief OV
		467 = Tarieven Hanzelijn
		468 = Bezuiniging ov-verbinding en wegen

		<p>469 = Limburg ontspringt dans infrastructuur</p> <p>470 = A15 en N18 buitenschot bezuinigingen</p> <p>471 = 140 km/u op snelwegen</p> <p>472 = Duurzamer gebruik Gelderse wegen</p> <p>473 = VVD laat autorijders barsten</p> <p>474 = Groningen ontsnapt aan treinramp</p> <p>475 = Winterdienstregeling Vorderingen Strukton worden</p> <p>476 = afgewezen</p> <p>477 = Buitenlanders jaloers op NS Telecomfrequenties zorgen voor</p> <p>478 = gevaarlijke situatie op spoor</p> <p>479 = 1 tarief alle vervoerders ns</p> <p>480 = Voorstel Flos nav busovervallen Vergoeding signatuurvervoer voorlopig</p> <p>481 = niet afgeschaft</p> <p>482 = Trillingshinder langs spoor</p> <p>483 = Glasvezelnet ook in buitengebied</p> <p>484 = Kamerdebat Ov-chip</p> <p>485 = Spoorwensdag</p> <p>486 = Boete NS SEO onderzoek stijgende kosten ov in</p> <p>487 = regio intrekt</p> <p>488 = NS aandeel in HTM</p> <p>489 = Investerings A1</p> <p>490 = Minimaal werkvolume Prorail Gerichte jongerencampagnes in het</p> <p>491 = verkeer</p> <p>492 = Geluidsoverlast HSL</p> <p>493 = Vlaams Nederlandse delta</p> <p>494 = Motie binnenvaart</p> <p>495 = Havens Rotterdam</p> <p>496 = Verplicht wegen zeecontainers Vervoersregeling gehandicapte</p> <p>497 = sporters</p> <p>498 = Nepglasvezel</p> <p>978 = Bert Meerstadt NS</p> <p>499 = Kinderen en jongeren</p> <p>500 = Kinderen en kinderarbeid</p> <p>501 = Kinderen onder toezicht</p> <p>502 = Fraude Amsterdamse kinderopvang</p> <p>503 = Kinderopvangtoeslag</p> <p>504 = Adoptie</p> <p>505 = Kinderopvang</p> <p>506 = Kinderen en armoede</p> <p>507 = Verkoop alcohol aan jongeren</p>
--	--	--

		<p>508 = Alcohol van 16 naar 18 jaar voorlichting belastingdienst bij</p> <p>511 = aanvragen kinderopvangtoeslag</p> <p>513 = Kinderen en gezond eten</p> <p>516 = Kinderen met down</p> <p>517 = Asielbeleid</p> <p>518 = Discussie woord 'allochtoon'</p> <p>519 = Strafbaarstelling illegaliteit</p> <p>520 = Uitzetting asielzoekers</p> <p>521 = Gezinshereniging doorgeslagen</p> <p>522 = Gezinsmigratie Pakistaanse christen asielzoekers</p> <p>523 = risicogroep</p> <p>524 = Geweigerd ambassade thuisland</p> <p>525 = Vluchtkerk</p> <p>527 = Kinderasielregeling-debat Vrouwemancipatie is cruciaal voor</p> <p>528 = integratie</p> <p>529 = Verruimen toezicht ex-ama's</p> <p>530 = Regering wijkt af van wortelingswet Meer noodopvang voor hen die</p> <p>531 = onuitzetbaar zijn</p> <p>532 = Oudere migranten</p> <p>533 = Geen mens is illegaal</p> <p>534 = Sluiten basisschool op azc</p> <p>535 = Integratie</p> <p>510 = Kinderpardon</p> <p>536 = Criminaliteit en veiligheid</p> <p>537 = Jeugdcriminaliteit</p> <p>538 = Illegale bordelen exploiteert</p> <p>539 = Kamerdebat wapenhandel</p> <p>540 = Slachtoffers loverboys</p> <p>541 = Marokkaanse meisjes in problemen</p> <p>542 = Meer winkels overvallen dan banken</p> <p>543 = Tonen beelden tuig</p> <p>544 = Problemen jongeren Enschede</p> <p>545 = Goede resultaten Taskforce Dordrecht</p> <p>547 = TBS Werkstraf voor jager die boer</p> <p>548 = doodschoot Kind uit IJmuiden moet moordenaar</p> <p>549 = bezoeken</p> <p>550 = Brandveiligheid meer dan aanrijtijd Handelen sirene</p> <p>551 = politie/brandweer/ambulance</p> <p>552 = Tongzoenen is niet langer verkrachting</p> <p>553 = Onderwereld</p>
--	--	--

		<p>554 = Kunstroof</p> <p>555 = Terreurdreiging omhoog</p> <p>556 = ID en in de gevangenis</p> <p>557 = politiebureau en sluiten</p> <p>558 = PTSS gevallen bij politie</p> <p>559 = Elektronische detentie</p> <p>560 = Geweld in gevangenissen</p> <p>561 = Besparen gevangeniswezen</p> <p>562 = Klagende gevangenen Boeven met enkelband thuis,</p> <p>563 = asielzoekers in cel</p> <p>564 = 112 bij vermist kind</p> <p>565 = Jongen opgepakt in schoolbus</p> <p>566 = Aanpak criminele Roma families</p> <p>567 = Amber Alert Verplichte dagbesteding bij</p> <p>568 = elektronisch toezicht Belgen beter af in Nederlandse</p> <p>569 = gevangenissen</p> <p>570 = Nederlandse inzet voor het Strafhof</p> <p>571 = kinderporno Afkicken in de gevangenis en vervoer</p> <p>572 = gedetineerde veiliger</p> <p>573 = Werken in de gevangenis</p> <p>574 = Beveiligen Joodse instellingen</p> <p>575 = Cybercrime</p> <p>576 = Aanpak hooligans</p> <p>577 = Verkrachting meisjes</p> <p>578 = Politie laks bij aangifte</p> <p>579 = Mensenhandel</p> <p>580 = Geweld tegen vrouwen</p> <p>581 = Sluiting gevangenissen</p> <p>582 = Misbruik in Nederland</p> <p>583 = Hackers</p> <p>584 = Kinderlokker</p> <p>585 = Moslims beschoten bij moskee</p> <p>586 = Bedelverbod in binnenstad Den Haag</p> <p>835 = Knuffel eens een dader</p> <p>858 = Vijf jaar cel hells angel</p> <p>587 = Dieren en vleesindustrie</p> <p>588 = Protest ganstrekken</p> <p>589 = Edelherten doodgeschoten</p> <p>590 = Stierenvechten cultureel erfgoed Import levende varkens uit Amerika</p> <p>591 = toestaan Imitatiebont volstaat wet</p> <p>592 = kledingvoorschriften</p>
--	--	---

		<p>593 = Saté gemaakt van seperatorvlees</p> <p>594 = Bijensterfte</p> <p>595 = Plofkippen</p> <p>596 = Paardenvlees schandaal</p> <p>597 = 40 dagen zonder vlees</p> <p>598 = Schiphol vogelvrij</p> <p>599 = Wet verbod peldierhouderij</p> <p>600 = Ganzen</p> <p>601 = Stropende jachtopziener</p> <p>602 = Vegetarisch menu</p> <p>603 = Vogels in vliegtuigmotoren</p> <p>604 = Visserij</p> <p>605 = Rechten van dieren Import en handelsverbod producten</p> <p>606 = ijsberen</p> <p>607 = Vogelgriep</p> <p>608 = Pup uit rijdende auto gegooid</p> <p>609 = Afzet vlees gevaccineerde dieren</p> <p>610 = Matiging vleesconsumptie</p> <p>611 = Dode aap in auto</p> <p>612 = Wolhandkrab</p> <p>613 = Mosselsector</p> <p>614 = Kip met salmonella</p> <p>615 = Controle vleesindustrie</p> <p>616 = Slachtmethode</p> <p>617 = Proefdieren</p> <p>618 = Dierenleed</p> <p>619 = Cocaïne vis</p> <p>620 = Olifantengras</p> <p>621 = Hondenbelasting</p> <p>622 = Wakkerdier</p> <p>623 = Ongeldige vergunning vossenjacht</p> <p>624 = Salinero</p> <p>966 = Verbod neonics van de baan</p> <p>625 = Sociale zekerheid</p> <p>626 = Tegenprestatie bijstand</p> <p>627 = Extra geld arbeidsgehandicapten</p> <p>628 = Klachten digitale dienstverlening UWV</p> <p>629 = Startbijeenkomst Wajong</p> <p>630 = AOW</p> <p>631 = Decentralisatie jeugdzorg en AWBZ</p> <p>632 = Pensioenlab van jongeren</p> <p>633 = Pensioenfondsen</p> <p>634 = Pensioenen politici inkorten</p> <p>635 = Flexibel bevallingsverlof</p> <p>636 = Nachtopvang en jongerenopvang</p>
--	--	--

		<p>638 = Gefinancierde rechtsbijstand</p> <p>639 = Export uitkeringen stop zetten</p> <p>640 = Deeltijd WW en tijdelijke VUT</p> <p>641 = Alimentatie</p> <p>642 = Nabestaandenwet Gemeenten zetten ouders centraal bij</p> <p>509 = jeugdzorg</p> <p>512 = Pleegzorg</p> <p>514 = Pleeggezin duikt onder/Yunus</p> <p>643 = Antillen</p> <p>644 = Zorg BES eilanden Financiële situatie Curaçao en Sint-</p> <p>645 = Maarten</p> <p>646 = Sint-Maarten</p> <p>647 = Rechten van de mens</p> <p>648 = Homohuwelijk Frankrijk</p> <p>649 = Vrouwenrecht en abortus</p> <p>650 = Euthanasiewet</p> <p>651 = Seksuele weerbaarheid</p> <p>652 = Mensenhandel en prostitutie zweden Ontwikkelingssamenwerking en</p> <p>653 = mensenrechten</p> <p>654 = EHRM</p> <p>655 = Discriminatie</p> <p>656 = Landbouw</p> <p>657 = Geld voor jonge boeren</p> <p>658 = Premier ingezet voor landbouw</p> <p>659 = Toekomst agrarische sector</p> <p>660 = Onduurzame landbouwpraktijken</p> <p>661 = EU en Landbouwbeleid/subsidie</p> <p>662 = gewasbeschermingsmiddelen Innovatie en concurrentievermogen</p> <p>663 = naar actieve boer Samenwerking akkerbouwers en</p> <p>664 = verwerkers</p> <p>665 = Landbouw in OS-landen</p> <p>666 = Voedselverspilling Transparantie financiële transacties</p> <p>667 = grondstoffensector</p> <p>668 = Verruim bemestingsnormen Helpen boeren problemen Deutsche</p> <p>669 = Bank Diervriendelijke en kleinschalige</p> <p>670 = eerlijke landbouw</p> <p>671 = Collectieven agrarisch natuurbeheer</p> <p>672 = Verhoging belastingen voedselsector</p> <p>673 = Melkveehoudersvakbond</p>
--	--	--

		<p>674 = Tuinbouwborrel</p> <p>675 = Evaluatie pachtrecht</p> <p>851 = Voerrobot</p> <p>841 = Voedselprobleem hoge boete</p> <p>982 = voedsel fraudeurs/voedsel fraude</p> <p>676 = Arbeidsmarkt</p> <p>677 = Gelijke kansen vakbondsleden</p> <p>678 = Discriminatie arbeidsmarkt</p> <p>679 = Vrije werkvergunning Kroaten</p> <p>680 = Poolse werknemers en HEMA</p> <p>681 = Participatiewet Motie inzet extra besparing meer</p> <p>682 = begeleiding beschut werk</p> <p>683 = Doorgeslagen flexibilisering aanpakken Duurzame energie kan banen</p> <p>684 = opleveren meer jonge ondernemers en succes</p> <p>685 = vergroten</p> <p>686 = Sociale werkplaats Stakingsbereidheid toegenomen door</p> <p>687 = effect ww-gedoe Werkgevers minder somber over</p> <p>688 = werkgelegenheid</p> <p>689 = ADV Oudere werknemers eerder met</p> <p>690 = pensioen laten gaan</p> <p>691 = Werklozen</p> <p>692 = Verlies van banen</p> <p>693 = Alternatief voor VAR</p> <p>694 = Vrouwen en gelijk loon Anoniem solliciteren oplossing</p> <p>695 = discriminatie Hardwerkende Nederlanders worden</p> <p>696 = uitgeknepen als een citroen</p> <p>697 = Werkzoekende met beperking</p> <p>698 = Uitzendkrachten in staking</p> <p>699 = Jeugdwerkloosheid</p> <p>700 = Flexwerkers</p> <p>701 = Werken voor 2.2 per uur</p> <p>702 = CAO</p> <p>703 = advies carrousel ZZP en MKB</p> <p>704 = Arbeidsbeperking vertrouwen ondernemers wordt</p> <p>705 = negatief</p> <p>706 = Bedrijfsongeval</p> <p>707 = ZZP-ers</p> <p>708 = Familiebedrijvendag</p>
--	--	--

		<p>709 = Internationaal ondernemen</p> <p>526 = verkorting duur WW</p> <p>710 = Koninklijk huis</p> <p>711 = Debat Koninkrijksrelaties Kabinet gaat Maxima aanspreken als</p> <p>712 = koningin</p> <p>713 = Geen paus op inhuldiging koning</p> <p>714 = Kroning</p> <p>751 = Eed afleggen NOS en RTL interviewen WA en</p> <p>941 = Maxima</p> <p>715 = ICT en techniek</p> <p>716 = Techniepact</p> <p>717 = Nieuw kader voor ketenvertrouwen ICT</p> <p>718 = Digitalisering Nederlandse musea Technische bedrijven besteden meer</p> <p>719 = aandacht aan privacy</p> <p>720 = ICT blunder overheid Grip op zoutinname door</p> <p>721 = computerprogramma</p> <p>722 = privacy en WhatsApp</p> <p>836 = Digitaal pesten</p> <p>881 = Cookiewet</p> <p>2 = Meisjes en techniek</p> <p>723 = Toerisme</p> <p>724 = meer toerisme naar NL</p> <p>725 = toeristenbelasting Kick-off toeristisch seizoen</p> <p>726 = Rivierenland</p> <p>824 = Minder regels gastvrijheidsector</p> <p>727 = Politiek algemeen</p> <p>728 = 50PLUS eerlijk voor alle generaties</p> <p>729 = Rik Grashof en partijvoorzitter</p> <p>730 = Met jongeren in debat over politiek</p> <p>731 = Brinkman en wachtgeld</p> <p>732 = Ledenavond GRL</p> <p>733 = Vergoeding Kamerleden omlaag</p> <p>734 = Waarden en normen politiek</p> <p>735 = Referendum</p> <p>736 = Verkleinen Tweede en Eerste Kamer</p> <p>737 = Integriteit openbaar bestuur Belang wetenschappelijke kennis</p> <p>738 = beleid en bestuur Klijnsma maakt overheid</p> <p>739 = onbetrouwbaar</p> <p>740 = Henk Aalderink beste lokale bestuurder</p> <p>741 = Vermeende hack Knol</p>
--	--	---

		<p>742 = PVV perkt vrije meningsuiting in</p> <p>743 = Rutte2 duurste kabinet aller tijden</p> <p>744 = Zondagakkoord stukgelopen</p> <p>745 = Nieuwe mediawet</p> <p>746 = Debat brandhaarden</p> <p>747 = Sociale media in de politiek</p> <p>748 = Oudste SP lid 99 jaar</p> <p>749 = Aanpassing wet WOR wat doen met Kamerleden met</p> <p>750 = gewetensbezwaren</p> <p>752 = X aantal dagen in de Kamer</p> <p>753 = Overtreden Grondwet Kamerleden</p> <p>754 = Lijst veroordeelde Kamerleden</p> <p>755 = Koers PvdA moet linkser</p> <p>756 = Kamerverkiezingen SGP Bunschoten</p> <p>757 = Maiden speech</p> <p>758 = Oud minister Kooijmans overleden</p> <p>759 = Groene koplopers coalitie Reactie over event verruiming</p> <p>762 = buitenschuld regeling Voorstel niet verkopen neonicotinode en fipronil verworpen</p> <p>763 = Verzet tegen plunderingen van onze samenleving</p> <p>764 = samenleving</p> <p>765 = D66 congres</p> <p>766 = 50Plus geen steun lokale partijen</p> <p>767 = Eerste Kamer en politiseert</p> <p>768 = Kamervragen feest lintjesdragers</p> <p>769 = Belang van lokale Groenlinkse politiek</p> <p>770 = Aantal adviescommissies is gestegen</p> <p>771 = Teeve ere lid van GroenLinks</p> <p>772 = JOVD bezoekt Henk Krol</p> <p>773 = Politiek café</p> <p>774 = CU-bijeenkomst</p> <p>775 = Oud-wethouder dood aangetroffen</p> <p>776 = Basic politics</p> <p>777 = Wethouder Fiers afgetreden</p> <p>778 = Westlander prototype VVD-er Amsterdam moet regels stadsdelen</p> <p>779 = naleven</p> <p>780 = Belang lokale politiek</p> <p>781 = Lobbyregister PvdA</p> <p>782 = Nacht van Wiegel Herbenoeming burgemeester</p> <p>783 = Wassenaar Bezoek leden van provinciale staten en</p> <p>784 = gemeenteraad</p>
--	--	---

		<p>786 = Daling zetels PvdA</p> <p>787 = Den Bosch wil openheid geven</p> <p>788 = Debat Odfjell afgelast Goedkoper kunstcluster PvdA</p> <p>789 = Arnhem</p> <p>790 = Debat wijziging beschermingsbewind Jan Willem Kranendonk nieuwe</p> <p>791 = voorzitter SGP-jongeren</p> <p>792 = PvdA Stadskanaal wordt 60</p> <p>793 = Fractievoorzitter Gulsen treedt terug Kameragenda geeft steeds meer</p> <p>794 = verwarring Peiling PvdD in Amsterdam 2x zo groot</p> <p>795 = als CDA Vandaag 99 moties, amendementen en</p> <p>796 = wetvoorstellen in TK</p> <p>797 = Transparantie financiering campagnes</p> <p>798 = Actualiseren van transparantieregister Herroeping motie uit 1980 voorrang</p> <p>799 = Europese integratie boven Grondwet</p> <p>800 = Ruzie over spreektijden partijen</p> <p>801 = Europadag in TK Brief van staatsecretaris EZ</p> <p>802 = verschillende aangenomen moties</p> <p>803 = Livestream Eerste Kamer vastgelopen</p> <p>804 = Jaarvergadering PvdA Rotterdam</p> <p>805 = Burgemeester Haren biedt ontslag aan</p> <p>806 = TK krijgt ITS keurmerk</p> <p>807 = Alle verkiezingen OR op dezelfde dag</p> <p>809 = Aftreden ambtsdrager</p> <p>810 = Investeringsalternatief SP over nemen</p> <p>811 = Nachtkaars van Duivesteijn</p> <p>812 = Debat wet bewindvoering en mentoren</p> <p>813 = Buitenlandse Zaken bestaat 215 jaar</p> <p>814 = Stemmen op zondag</p> <p>815 = SER advies over medezeggenschap</p> <p>816 = Kwaliteitseisen belangenbehartigers Verplichten OR op te hogen naar 100</p> <p>817 = werknemers</p> <p>818 = Decentrale overheden</p> <p>819 = Heusden koploper e-government</p> <p>820 = CDA thema avond Wet collectieve afwikkeling</p> <p>821 = massaschade</p> <p>822 = Elektronisch stemmen</p> <p>823 = PvdD en extremistische standpunten</p> <p>826 = Derivaten bij overheidsbedrijven</p> <p>827 = PVV bus naar Spijkenisse/verzetstour</p>
--	--	---

		<p>828 = partijdag SGP</p> <p>829 = Masterclass politiek en partij</p> <p>830 = Vrouwen en SGP</p> <p>831 = Ledenraad</p> <p>832 = Bijeenkomst 50Plus</p> <p>833 = Overig</p> <p>834 = Carnaval</p> <p>837 = Wandelen en fietsen in Nederland</p> <p>839 = Landroof</p> <p>840 = Stedenbranden Verschil ouderen en jongeren loopt</p> <p>842 = verder uiteen</p> <p>843 = Dwangsommen 2012 multimiljonairs vervangen geen</p> <p>844 = overheidstaken</p> <p>845 = Afscheid Hofbrouwer</p> <p>846 = Esther Vergeer stopt</p> <p>847 = Einde huis-aan-huisbladen?</p> <p>848 = watersnoodramp</p> <p>849 = Machiavelli-prijs Vaatstra</p> <p>850 = Statiegeld Zelf bepalen aan welke goede doelen je</p> <p>852 = wilt geven</p> <p>853 = NL-Doet</p> <p>854 = Orientalis</p> <p>855 = Koopzondag</p> <p>856 = Totaalvisie Nederlandse telecommarkt</p> <p>857 = Vrijwilligerswerk soepbus</p> <p>859 = Sjoelclub subsidiëren</p> <p>860 = Minimaal 4G in 2020</p> <p>861 = Goed Geld Gala</p> <p>862 = Interview Australische tv</p> <p>863 = slimme meter echte game changer</p> <p>864 = Publieke omroep</p> <p>865 = Valentijn</p> <p>866 = gezonder en duurzamer eten</p> <p>867 = Challenging Diversity Award</p> <p>868 = Dag van de ingenieur</p> <p>869 = Nieuwe Werken</p> <p>870 = Deurwaarder</p> <p>871 = Ontwikkelingsorganisatie Humana</p> <p>872 = bijeenkomst Jan Schaeferleergang</p> <p>873 = Subsidie</p> <p>874 = World press photo International congress on vegetarian</p> <p>875 = nutrition</p> <p>876 = Meer aandacht gemeenschap en</p>
--	--	--

		<p>familie</p> <p>877 = Amendement Schaart telecomwet</p> <p>878 = Hakkenberg overleden voorstel voedsel en modesector</p> <p>879 = omarmt Misstanden naar buiten brengen of</p> <p>880 = eerst veroorzaker helpen</p> <p>882 = Museumnacht Rotterdam</p> <p>883 = Peilingen Maurice de hond</p> <p>884 = CPC</p> <p>885 = MKB</p> <p>886 = KNSB</p> <p>887 = Elfstedentocht</p> <p>888 = Secretaressedag Vaker gebruik maken van podium nu er</p> <p>890 = geen subsidie wordt gegeven Groningse studenten hielpen bij Saker</p> <p>891 = in Pekela</p> <p>892 = Preek van de leek</p> <p>893 = Coca cola</p> <p>894 = Autobrand allebaplein</p> <p>895 = Luizenmoeder</p> <p>896 = Songfestival</p> <p>897 = Jazz2013</p> <p>898 = Soft drink en obesitas</p> <p>899 = Antisemitisme</p> <p>900 = Universiteitsdag 2013</p> <p>901 = Afscheid Paul Schnabel Mooie samenwerking gemeente</p> <p>902 = Hogeschool HAN en bedrijfsleven</p> <p>903 = Schedel 3-d printer</p> <p>904 = Gaykrant moet stoppen</p> <p>905 = IJsmeester</p> <p>906 = Naamswijziging NPO</p> <p>908 = Canvasactie</p> <p>909 = Friese Poort Studenten openen outlet</p> <p>910 = Stephane Hessel overleden Strenger toezicht op</p> <p>911 = auteursrechtorganisatie</p> <p>912 = Ombudswerk</p> <p>913 = Herkeuring rijbewijs</p> <p>914 = FoodValley</p> <p>915 = Scheidsrechter Nagtzaam</p> <p>916 = Etikettering producten</p> <p>917 = Moskee-internaten</p> <p>918 = BOW</p> <p>919 = Emmen beste grote markt Nederland</p>
--	--	--

		<p>920 = Gedupeerden openbare lichamen</p> <p>921 = Bedrijfsleven en ontwikkelingslanden</p> <p>922 = Breedbandmarkt</p> <p>923 = Belangenverstrengeling Camiel Eurlings</p> <p>924 = Uden wordt Fairtrade gemeente</p> <p>925 = Sekswerkers</p> <p>926 = Trippelzones instapberoep</p> <p>927 = Albert Heijn</p> <p>928 = Failliete Carion</p> <p>929 = Leeuwarden en water</p> <p>930 = LAT relatie</p> <p>931 = Teacher's Summit</p> <p>932 = Parallele gemeenschappen</p> <p>933 = Auschwitz</p> <p>934 = Richtlijnen reclame op Twitter</p> <p>935 = Biddag</p> <p>936 = Hoge Veluwe Verschil geregistreerd partnerschap en</p> <p>937 = huwelijk</p> <p>938 = Internationale vrouwendag</p> <p>939 = Nieuwe boulevard Scheveningen</p> <p>940 = NL award regionale omroepen</p> <p>942 = Wereld nier dag</p> <p>943 = Ouders en Facebook Export van goederen 5% groter dan in</p> <p>944 = januari</p> <p>945 = App over hooikoorts</p> <p>946 = Matchfixing</p> <p>947 = Opening kunstbeurs</p> <p>948 = Kwaliteitssystemen in voedselketen Misstanden bij collega's aan de bel</p> <p>949 = trekken</p> <p>950 = Mystery guests</p> <p>951 = Onthulling ITS-symbool</p> <p>952 = Uitzending RAMBAM</p> <p>953 = Cultuurreductie</p> <p>954 = Groningen wil kabelbaan Uitkoopregeling bewoners onder</p> <p>955 = hoogspannings</p> <p>956 = Taken KNMI</p> <p>957 = Friesland culturele hoofdstad 2018</p> <p>958 = Leger des Heils</p> <p>959 = Halal-woningen</p> <p>960 = Hospice LL</p> <p>961 = Autotests massaal gemanipuleerd</p> <p>962 = Juwelier</p> <p>963 = Humanitas</p>
--	--	---

		<p>964 = Cupcakes Discussie tussen UM, Hogeschool en 965 = gemeenten 967 = Walk4water voor Afghanistan 968 = AIS 969 = Foute doorverkoop tickets 970 = Holland Heineken House 971 = Outlawbikers 972 = regels autotesten 973 = Islamisering van NL flora 974 = Foundation Max van der Stoel 983 = Bezoek TEFAF 2000 = Privesituatie 3000 = Aankondiging programma 4000 = mededeling</p>
V6	Link naar artikel	<p>0 = nee 1 = ja</p>
V7	Retweet	<p>0 = nee 1 = ja</p>
V8	Conversatie	<p>0 = nee 1 = ja</p>
V9	Naar wie	<p>1 = politici 2 = journalist 3 = media 4 = anders 5 = combinatie 99 = nvt</p>
V10	Aantal Retweets	
V11	Overname tweet door de Telegraaf	<p>1 = Kamerlid komt niet in de kant voor 2 = Kamerlid wel in de krant, niet met thema 3 = Kamerlid in de krant, in combinatie met hoofdthema 4 = Kamerlid in de krant, in combinatie met het specifieke thema 5 = Kamerlid in de krant en expliciete verwijzing naar Twitter</p>
V12	Overname tweet door	<p>1 = Kamerlid komt niet in de kant voor 2 = Kamerlid wel in de krant, niet met thema</p>

	NRC	<p>3 = Kamerlid in de krant, in combinatie met hoofdthema</p> <p>4 =Kamerlid in de krant, in combinatie met het specifieke thema</p> <p>5 = Kamerlid in de krant en expliciete verwijzing naar Twitter</p>
V13	Overname tweet door de Volkskrant	<p>1 = Kamerlid komt niet in de kant voor</p> <p>2 = Kamerlid wel in de krant, niet met thema</p> <p>3 = Kamerlid in de krant, in combinatie met hoofdthema</p> <p>4 =Kamerlid in de krant, in combinatie met het specifieke thema</p> <p>5 = Kamerlid in de krant en expliciete verwijzing naar Twitter</p>