



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Hufterigheid en democratisch debat in online comments op verschillende platforms

Trilling, D.; Bos, L.; Janse van Rensburg, L.; de Groot, M.S.

Publication date

2016

Document Version

Final published version

Published in

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Trilling, D., Bos, L., Janse van Rensburg, L., & de Groot, M. S. (2016). Hufterigheid en democratisch debat in online comments op verschillende platforms. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 44(3), 210-230.

https://www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl/inhoud/tijdschrift_artikel/CW-44-3-3/Hufterigheid-en-democratisch-debat-in-online-comments-op-verschillende-platforms

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Hufterigheid en democratisch debat in online comments op verschillende platforms

Inleiding

In de literatuur over ‘Web 2.0’, *user-generated content* (UGC) en burgerjournalistiek wordt geopperd dat online nieuwswebsites moeten worden gezien als digitale koffiehuisen die een ‘Publieke Sfeer 2.0’ kunnen vormen (Dahlberg, 2001; Ruiz, Domingo, Mico, Diaz-Noci, Masip & Meso, 2011; Noci, Domingo, Masip, Micó & Ruiz, 2012). Op deze websites kunnen burgers namelijk meer dan voorheen zelf participeren in het nieuwsproces. Online kranten, bijvoorbeeld, bieden mogelijkheden tot burgerjournalistiek: door eigen tekst en beeld online te publiceren (deels in eigen beheer, deels gefaciliteerd door bestaande nieuwsmedia), kunnen burgers journalistieke taken overnemen, en geïnteresseerde burgers kunnen met elkaar in debat gaan over actualiteiten (zie bijv. Örnebring, 2008). Hoewel veel journalisten de bijdragen van burgers vooral zien als ‘*just another news source*’ (Wardle & Williams, 2010, p. 791) en minder belang hechten aan de mogelijkheden tot interactie en discussie, was het lezen en plaatsen van comments op nieuwssites in 2009 de meest populaire manier om online over nieuws en politiek te praten (Bakker, 2013).

* Damian Trilling is universitair docent in de programmagroep Politieke Communicatie en Journalistiek bij de afdeling Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Damian is verbonden aan de Amsterdam School of Communication Research. Contactgegevens: Universiteit van Amsterdam, Postbus 15791, 1001 NG Amsterdam. E-mail: d.c.trilling@uva.nl.

Linda Bos is universitair docent in de programmagroep Politieke Communicatie en Journalistiek bij de afdeling Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Linda is verbonden aan de Amsterdam School of Communication Research. Contactgegevens: Universiteit van Amsterdam, Postbus 15791, 1001 NG Amsterdam. E-mail: l.bos@uva.nl.

Lara Janse van Rensburg heeft Communicatiewetenschap (BSc) gestudeerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dit artikel bouwt voort op haar scriptieonderzoek met Maarten Sebastiaan de Groot. Lara Janse van Rensburg is op dit moment bezig haar master Corporate Communications af te ronden. E-mail: lara.jvr@hotmail.com.

Maarten Sebastiaan de Groot heeft Communicatiewetenschap (BSc) gestudeerd aan de Universiteit van Amsterdam. Dit artikel bouwt voort op zijn scriptieonderzoek met Lara Janse van Rensburg. Maarten werkt als social-media-analist en kwaliteitsconsultant bij Randstad Groep Nederland. E-mail: maartensebastiaan@hotmail.com.

Toch is de hoop voor ‘Web 2.0’, UGC en burgerjournalistiek ijdel gebleken nu grote nieuwssites steeds vaker hun commentsecties sluiten (Ellis, 2015; Karlsson, Bergström, Clerwall & Fast, 2015; Rowe, 2015). Discussies over het nieuws moeten vanaf nu plaatsvinden op sociale media; dat is althans de gedachte. De belangrijkste reden voor deze verplaatsing van online nieuwsdiscussies ligt in het idee dat het openbare karakter van sociale media hufterig gedrag ontmoedigt, een aanname die wordt gestaafd door wetenschappelijk onderzoek (Rowe, 2015; Santana, 2014). Toen het Nederlandse platform The Post Online zijn anonieme commentsectie verving door Facebookcomments, werd de – omstreden – keuze voor Facebook uitgelegd als ‘de enige vorm van commenten die tegelijk de laffe anonimiteit een beetje tegengaat’ (The Post Online, 2015) en werd zelfs expliciet naar de kwaliteit van het debat verwezen: ‘Maar als we allemaal anoniem labbekje blijven schiet het niet echt op met het debat, is het wel?’ Een rondvraag door het Nieman Journalism Lab onder een aantal Amerikaanse nieuwssites die gestopt zijn met comments leverde soortgelijke argumenten op (Ellis, 2015). Daarnaast spelen wellicht ook andere motieven een rol: de versplintering van het debat wordt tegengegaan, en, niet onbelangrijk, het drukt de kosten en ontduikt de aansprakelijkheid van nieuwsmedia.

Hoewel beleefdheid een cruciale rol speelt (Santana, 2014) in het faciliteren van een constructieve discussie, bestaat het laatste echter ook uit andere elementen. Zo is een goed debat coherent, leidt het tot gevarieerde en gebalanceerde discussies en tot overeenstemming op basis van argumenten (Habermas, 1984; Ruiz et al., 2011). Zoals Santana (2014) in zijn slotalinea opmerkt, is echter onduidelijk in hoeverre een verandering van platform deze kenmerken van een sterke online publieke sfeer beïnvloedt. Zo kan de openbaarheid van een sociaal medium juist een negatieve invloed hebben op de diversiteit aan opinies (Gearhart & Zhang, 2014; Miyata, Yamamoto & Ogawa, 2015), en kan de niet-chronologische reactiestructuur van een medium als Facebook nadelig zijn voor een goede discussie. Daarnaast moet rekening worden gehouden met een verschil in publiek. Hoewel ‘reaguurders’ (een term waarmee, vooral op de website *geenstijl.nl*, mensen worden aangeduid die comments achterlaten) op een nieuwswebsite anoniem zijn, werpt de noodzaak tot registratie een kleine drempel op, wat ook kan leiden tot een gemeenschapsgevoel (Ruiz et al., 2011) met gedeelde sociale normen en dientengevolge kwalitatief betere discussies. De openbaarheid van een sociaal medium zou dan een negatieve invloed hebben op de diversiteit aan opinies, terwijl de laagdrempeligheid juist voor een grotere diversiteit aan opinies zou kunnen zorgen, omdat het verwijderen van toegangsdrempels tot een heterogenere groep gebruikers leidt.

In deze studie trekken we een vergelijking tussen comments die zijn geplaatst op NUjjj en Facebook onder dezelfde NU.nl-artikelen. NU.nl is de veruit meest bezochte Nederlandse nieuwssite (zie bijv. Trilling, 2013) en biedt bovendien – in tegenstelling tot veel andere sites – ruime mogelijkheid om comments te plaatsen. Dit gebeurt op Facebook, maar ook op NUjjj, een anoniem platform dat geregistreerde gebruikers de

mogelijkheid biedt hun mening te uiten over alle artikelen die op NU.nl gepubliceerd worden.¹ De reactiestructuur is chronologisch en vrij simpel: lezers reageren op elkaar door @-replies (het verwijzen naar een andere bijdrage door de eigen bijdrage te beginnen met het teken '@', gevolgd door het nummer van een eerdere bijdrage of gevolgd door de naam van een ander). Reacties kunnen worden goedgekeurd of afgekeurd door medelezers. Op Facebook deelt de redactie van NU.nl een deel van de NU.nl-artikelen; hier kunnen geregistreerde niet-anonieme Facebookgebruikers hun mening geven. Reacties op andermans commentaar wordt op meerdere niveaus weergegeven, opmerkingen kunnen 'geliked' worden, en de volgorde waarin de reacties worden weergegeven is niet gebaseerd op chronologie, maar afhankelijk van populariteit, connecties, en opvolgend commentaar (Lavrusik, 2013).

De platforms verschillen dus niet alleen van elkaar wat betreft anonimiteit van gebruikers en publiek, maar ook qua reactiestructuur en de weergave van comments. In deze studie onderzoeken we de mate waarin hufterigheid en andere aspecten van de debatkwaliteit wordt beïnvloed door het platform waarop ze worden geplaatst. Hiertoe hebben we een kwantitatieve inhoudsanalyse uitgevoerd van 1554 comments op Facebook en NUjj, geplaatst onder 33 NU.nl-artikelen.

Hufterigheid

Hufterigheid is zeer lastig te definiëren, aangezien het in zekere zin een 'kwestie van smaak' is. Wat de één hufterig vindt, vindt de ander acceptabel gedrag. Veelal wordt bij het bepalen van het begrip dan ook in eerste instantie teruggegrepen naar het andere uiterste: beleefdheid of beschaafdheid, en wordt uiteengezet hoe beleefd of beschaafd gedrag gekenmerkt wordt. Ook beschaafdheid wordt echter op verschillende manieren geïnterpreteerd (Meier, 1995). Meier concludeert dat beleefdheid niet gekoppeld kan worden aan bepaalde woorden of uitingen, maar dat beleefdheid als sociaal geaccepteerd gedrag gezien moet worden. Dit sociaal geaccepteerde gedrag moet binnen een bepaald frame van sociale interactie gezien en geanalyseerd worden. In discussies wordt beleefdheid bovendien gekenmerkt doordat de ventilatie en verdediging van de eigen mening gepaard gaat met erkenning van en respect voor andermans standpunten (Hwang, Borah, Namkoong & Veenstra, 2008).

Als beleefd gedrag sociaal geaccepteerd gedrag is, zou onbeleefd gedrag, sociaal onacceptabel gedrag moeten zijn. Toch bestaat er overeenstemming over het feit dat er een onderscheid moet worden gemaakt tussen onbeleefd gedrag en hufterig gedrag. Waarbij onbeleefdheid in discussies kan worden gedefinieerd als het uiten van onenigheid waarin geen respect is voor andermans mening of deze wordt ontkend (Hwang et al., 2008), wordt hufterigheid gekenmerkt door aanvallen die verdergaan dan meningsverschillen en uitingen zijn van minachting en spot en waarin scheldwoorden gemeengoed zijn (Brooks & Geer, 2007). Coe, Kenski en Rains (2014, p. 660) definiëren hufterigheid als 'kenmerken van een discussie die een niet noodzakelijke respectloze toon overbrengen aan het discussieforum, de participanten, of

de onderwerpen'. In deze definitie staat de 'overbodigheid' van de respectloosheid centraal. Papacharissi (2004) gaat nog iets verder doordat zij beschaafd gedrag ziet als 'gedrag dat democratische deliberatie faciliteert'. Wanneer gedrag niet langer beschaafd is, maar hufterig, dan wordt het democratisch potentieel beperkt.

In het laatste decennium is veel onderzoek gedaan naar hufterigheid online. Als we kijken naar online comments, valt op dat resultaten vergelijkbaar zijn, met gemiddeld genomen niet meer dan een kwart hufterigheid, hoewel de hoeveelheid afhankelijk is van definitie en operationalisatie. Het varieert van ruim 4% democratische hufterigheid (Rowe, 2015), 10% scheldwoorden in Koreaanse comments (Kwon & Cho, 2015) en 14% eng gedefinieerde hufterige boodschappen in nieuwsgroepen (Papacharissi, 2004) tot 22% breed geoperationaliseerde hufterigheid in comments onder online krantenartikelen (Coe et al., 2014), ruim 33% onbeleefdheid in comments onder Washington Post-artikelen (Rowe, 2015) en 41% hufterigheid in artikelen over immigratie (Santana, 2014). Anderen hebben zich gericht op voorspellers van hufterig gedrag. Op geaggregeerd niveau laten Vargo en Hopp (2015) zien dat een lage sociaal-economische status, laag sociaal kapitaal, maar ook een lage polarisering van het electoraat tot meer hufterige verkiezingstweets leiden. Coe et al. (2014) tonen aan dat de inhoud van de artikelen waaronder comments geplaatst kunnen worden ook van invloed is: artikelen over hard nieuws lokken meer hufterige reacties uit dan artikelen over sport of entertainment.

Debatkwaliteit

Online discussies over politiek kunnen, zoals Freelon (2010) betoogt, goed geanalyseerd worden vanuit een perspectief dat – gebaseerd op Habermas (1984) en Dahlberg (2001) – nagaat in hoeverre de discussie een deliberatief karakter vertoont. Naast hufterigheid onderzoeken we daarom de mate waarin comments onder nieuwsverhalen voldoen aan de discursieve regels van Habermas (1984). Hierbij volgen we in grote lijnen Ruiz et al. (2011).

Coherentie

Het eerste kenmerk van een goed debat is dat het coherente en relevante argumentatie (Habermas, 1984) bevat: debaters dienen relevante argumenten te geven en niet van het onderwerp af te wijken (zie ook Graham & Wright, 2015). Uit eerder onderzoek wordt duidelijk dat burgers online veelal on-topic blijven (Graham & Wright, 2015; Ruiz et al., 2011; Torres da Silva, 2013). Desalniettemin blijken er ook grote verschillen te zijn tussen commentsecties van verschillende kranten (Ruiz et al., 2011). De auteurs wijten dat (deels) aan de mate waarin deze kranten de discussies modereren: in sommige gevallen worden bijdragen die off-topic zijn, verwijderd.

Gevarieerd en gebalanceerd debat

Een goed debat leidt echter ook tot een gedeelde waarheid (Habermas, 1984). Hierbij is wederzijds respect, dat wil zeggen de afwezigheid van hufterigheid, cruciaal. Daar-

naast wordt ook een coöperatieve houding verwacht waarin mededebaters om een verklaring, hulp of advies wordt gevraagd (Habermas, 1984; Ruiz et al., 2011). Nog noodzakelijker is het echter dat debaters nieuwe gezichtspunten te berde brengen zodat er een gevarieerd en gebalanceerd debat ontstaat. Dit verbetert niet alleen de gezamenlijke waarheidsvinding, maar een debat waarin een variëteit aan standpunten wordt weergegeven zorgt daarnaast ook voor gevarieerde informatievoorziening op basis waarvan burgers goed geïnformeerde en rationele beslissingen kunnen nemen (McCluskey & Hmielowski, 2011).

Eerder onderzoek naar commentsecties (Ruiz et al., 2011; Graham & Wright, 2015) toont aan dat er welwillendheid bestaat onder commenters, maar dat deze ook beperkt is. Er wordt relatief weinig om hulp of informatie gevraagd, argumenten zijn veelal niet nieuw, of de diversiteit aan standpunten is beperkt (zie ook Zhou, Chan & Peng, 2008). Anderzijds blijkt uit de studie van McCluskey en Hmielowski (2011) dat de discussie in online commentsecties wel gevarieerder en gebalanceerder is dan in ingezonden brieven.

Overeenstemming op basis van argumenten

Ten slotte bereikt een goed debat overeenstemming op basis van de beste argumenten (Habermas, 1984; Ruiz et al., 2011). Dit betekent vooral dat iedereen zich in de discussie mag mengen, eigen argumenten mag inbrengen en de argumenten van anderen in twijfel mag trekken. Aangezien bijna de hele Nederlandse bevolking toegang heeft tot het internet en er ook verder weinig financiële of andere drempels zijn die de toegang tot commentplatforms belemmeren, kunnen commentplatforms vandaag de dag in principe voldoen aan de voorwaarde dat iedereen zich in de discussie moet kunnen mengen. Desalniettemin is het de vraag of er daadwerkelijk gebruik wordt gemaakt van deze mogelijkheden. Concreet betekent dit dat er interesse in ander commentaar moet worden getoond en dat eigen commentaar niet losstaat van de bijdragen van anderen, maar juist hierop voortbouwt. Het voortbouwen op eerder commentaar blijkt bijvoorbeeld uit het gebruik van *reageer*-, *antwoord*- of *reply*-functies, waardoor de eigen bijdrage niet op zichzelf staat, maar als reactie op ander commentaar wordt gepresenteerd. Zo beargumenteren Honeycutt en Herring (2009) dat het frequente gebruik van @-replies op Twitter aantoont dat er coherente debatten worden gevoerd, en Kruikemeier (2014) wijst erop dat het gebruik hiervan de aandacht van de ander trekt, wat een voorwaarde is om een gesprek te beginnen.

Verschillen tussen platforms

De auteurs van eerdere studies naar de deliberatieve potentie van het internet hadden vooral usenet-groepen en fora voor ogen (bijv. Dahlberg, 2001; Vergeer & Hermans, 2008) en besteedden weinig aandacht aan de implicaties die de structuur- en layoutverschillen tussen platforms kunnen hebben. Met de opkomst van sociale media is dit echter veranderd, vooral vanwege hun laagdrempeligheid en hun wijdverspreid gebruik. Zo beargumenteert Trilling (2015, p. 260) dat Twitter een geschikt platform

voor een deliberatief discours is, omdat ‘berichten door iedereen gezien kunnen worden en iedereen met ieder willekeurig persoon kan interageren’.

In een bespreking van nieuwsdiscussieplatforms onderscheiden Zamith en Lewis (2014) de waarde van een platform voor het publieke discours aan de hand van vier criteria. Content zou (1) zo georganiseerd moeten worden dat de discussie beter gevolgd kan worden. Door de manier waarop de comments op Facebook gestructureerd worden is dit minder het geval dan op NUjij, waar lezers de comments zelf kunnen ordenen, en ze in beginsel chronologisch geordend zijn. Daarnaast zou content (2) effectief gemodereerd moeten worden, onder andere door gebruik te maken van de kennis van commenters, en door goed gedrag te belonen. Op de onderzochte platforms is moderatie echter beperkt en niet proactief. Zowel op NUjij als Facebook kunnen lezers ongepaste bijdragen rapporteren, en commentaar goed dan wel afkeuren (alleen op NUjij) en wordt alleen reactief gemodereerd door respectievelijk NU.nl en Facebook. In de derde plaats (3) moet discours verbonden worden en fragmentatie worden tegengegaan. In de vergelijking van de platforms valt op dat reacties op Facebook duidelijker gestructureerd zijn doordat meerdere niveaus in de discussie worden toegestaan – in tegenstelling tot NUjij, waar maar één niveau bestaat. Ten slotte (4) zou participatie verhoogd moeten worden en diversiteit moeten worden gepromoot. Men zou kunnen beargumenteren dat beide platforms minder uitnodigend zijn naar niet-geregistreerde gebruikers. Toch hebben meer Nederlanders een Facebookaccount dan een NUjij-profiel, met allicht meer participatie tot gevolg. Anderzijds kan beargumenteerd worden dat de anonimiteit van NUjij diversiteit in reacties bevordert (Gearhart & Zhang, 2014; Miyata et al., 2015).

Een criterium dat aantoonbaar van invloed is op de kwaliteit van het debat, en meer specifiek op de kans dat er hufterig gedrag wordt vertoond, is de mate van anonimiteit van een platform (Rowe, 2015; Santana, 2014). Anonimiteit kan een belangrijke rol spelen in de content die mensen plaatsen: McCluskey en Hmielowski (2011) verklaren het verschil in variëteit aan meningen tussen online comments en ingezonden brieven onder andere door de anonimiteit van eerstgenoemde bijdragen. Als anonimiteit ervoor zorgt dat relevante argumenten worden ingebracht die anders, door angst of schaamte, niet genoemd zouden worden, dan zou dit bijdragen aan een beter debat, aangezien een kwalitatief goed debat zich kenmerkt door een grote verscheidenheid aan standpunten.

Aan de andere kant wordt er gevreesd dat anonimiteit mensen juist zou kunnen verleiden om zich hufterig te gedragen. Om schrijvers van hufterig commentaar beter te kunnen identificeren en verantwoordelijk te kunnen houden voor hun content (Rowe, 2015) hebben veel nieuwssites eigen platforms vervangen door Facebook, om zodoende het anonieme posten tegen te gaan. Onderzoek toont inderdaad aan dat commentaar op Facebook beleefder en beschaafder is dan op anonieme platforms (Foxman & Wolf, 2013; Rowe, 2015; Santana, 2014). Een aantal onderzoekers stelt dat

de relatief hoge mate van anonimiteit op vele online platforms een psychologische toestand kan opwekken waarbij individuen niet als individu worden erkend (Festinger, Pepitone & Newcomb, 1952; Zimbardo, 1969). Door het gebrek aan sociale context kunnen remmingen wegvallen bij het groepslid, wat antisociaal gedrag kan veroorzaken.

Hoewel eenmalig geregistreerd moet worden, kan ook op de website van NU.nl eenvoudig anoniem commentaar geleverd worden. Het beleid van Facebook houdt echter in dat iedereen zijn echte naam dient te gebruiken. Nepaccounts of anonieme profielen worden verwijderd (Facebook, z.d.). Bovendien kan iedereen door de feed rechts bovenaan de pagina precies zien wat anderen op de site doen. De meeste deelnemers aan de studies over Facebook zien dit platform dan ook als een publieke, openbare plek, waarbij men zich bewust is van het feit dat anderen kunnen meekijken (Burkell, Fortier, Wong & Simpson, 2013; Semaan, Robertson, Douglas & Maruyama, 2014).

Hypotheses

Op basis van vorenstaand literatuuroverzicht stellen wij een aantal hypotheses op. Allereerst verwachten wij, in lijn met voorgaande literatuur (Foxman & Wolf, 2013; Rowe, 2015; Santana, 2014) dat er meer hufterigheid is op NUjij dan op Facebook:

H1: In comments onder NU.nl-artikelen op het anonieme platform (NUjij) is meer sprake van hufterigheid dan in comments onder NU.nl-artikelen op het niet-anonieme platform (Facebook).

Wat betreft de coherentie in argumentatie geven Ruiz et al. (2011) aan dat met name actieve moderatie hierop een negatieve impact heeft. Aangezien op beide onderzochte platforms moderatie met name reactief is, verwachten we op dit punt geen verschillen tussen de platforms. Tegelijkertijd zou echter beargumenteerd kunnen worden dat de organisatie van content (Zamith & Lewis, 2014) op Facebook risico's met zich meebrengt ten aanzien van coherentie: de discussie kan minder goed gevolgd worden. We stellen dan ook tentatief de volgende hypothese op:

H2: In comments onder NU.nl-artikelen op het chronologisch gesorteerde platform (NUjij) is meer sprake van coherentie dan in comments onder NU.nl-artikelen op het niet-chronologisch gesorteerde platform (Facebook).

De studie van McCluskey en Hmielowski (2011) geeft aanleiding tot de aanname dat anonimiteit een gevarieerd en gebalanceerd debat ten goede komt. Dientengevolge hypothetiseren we:

H3: In comments onder NU.nl-artikelen op het anonieme platform (NUjij) is meer sprake van een gevarieerd en gebalanceerd debat dan in comments onder NU.nl-artikelen op het niet-anonieme platform (Facebook).

Ten aanzien van de overeenstemming op basis van argumenten kunnen tegengestelde verwachtingen worden opgesteld. Enerzijds zou men kunnen zeggen dat de manier waarop reacties georganiseerd worden op Facebook (Zamith & Lewis, 2014) fragmentatie tegengaat en reacties op elkaars commentaar uitlokt. Anderzijds zorgt de structuur van de content ervoor dat de discussie lastig gevolgd kan worden, en is dit beter georganiseerd op NUjij. We stellen dan ook de volgende onderzoeksvraag:

RQ1: In hoeverre verschilt de mate van overeenstemming op basis van argumenten tussen comments onder NU.nl-artikelen op het chronologisch gesorteerde platform (NUjij) en comments onder NU.nl-artikelen op het niet-chronologisch gesorteerde platform (Facebook)?

Methode

Om te onderzoeken in hoeverre er verschillen zijn in debatkwaliteit en hufterigheid tussen platforms, is bestaand materiaal van NUjij.nl en Facebook onderzocht en vergeleken. We gebruiken hiervoor een systematisch-kwantitatieve inhoudsanalyse, net als in vergelijkbare studies naar online comments (Canter, 2013; Coe et al., 2014; Rowe, 2014; Sobieraj & Berry, 2011).

We onderzoeken comments onder 33 artikelen die door NU.nl op Facebook én NUjij² werden geplaatst in de week van 3 tot 9 november 2014, daarmee rekening houdend met het natuurlijk verloop van nieuwsonderwerpen (Riffe, Lacy & Fico, 2005). Door dezelfde artikelen te analyseren op verschillende platforms is het mogelijk om verschillen in hufterigheid of de kwaliteit van comments toe te schrijven aan het verschil in platform.

De 99 artikelen die in de week van 3 tot en met 9 november 2014 zijn verschenen op de Facebookpagina van NU.nl, zijn gedownload met *Netvizz* (Rieder, 2013). Vervolgens is er een willekeurige steekproef uit alle artikelen getrokken, door (met *Excel*) aan elk artikel een random getal toe te wijzen en vervolgens de 33% met het laagste getal te selecteren. De artikelen uit de steekproef zijn vervolgens handmatig opgezocht op NUjij.nl en er is een lijst gemaakt met de internetadressen van deze pagina's. Met behulp van *wget*, een programma dat automatisch alle internetadressen uit een gegeven lijst kan downloaden, zijn vervolgens alle comments opgeslagen. In totaal zijn er 33 artikelen en 1554 comments op NU.nl én Facebook samen verzameld, waarvan er uiteindelijk 1526 mee zijn genomen in de analyses, omdat enkele comments leeg of verwijderd waren. Om een vergelijking te kunnen maken tussen de verschillende platforms hebben we de eerste 50 comments op elk platform gecodeerd. Indien er op één van de twee platforms minder dan 50 comments zijn geplaatst, werd ook voor het andere platform slechts dit aantal gecodeerd om de groepen even groot te houden.³ De 33 artikelen zijn (in random volgorde) door twee codeurs gecodeerd. Daarnaast is een

willekeurige steekproef van 50 comments gecodeerd door drie codeurs voor een intercodeurbetrouwbaarheidstoets.

Van ieder artikel werden enkele beschrijvende karakteristieken vastgesteld. Uiteraard werd vastgesteld op welk platform het werd gepubliceerd (47,4% items van NUjj en 52,6% items van Facebook). Daarnaast is denkbaar dat het onderwerp van het artikel de aard van de comments beïnvloedt (Ziegele, Breiner & Quiring, 2014). Tegelijkertijd is het door het beperkte aantal artikelen niet mogelijk om hier uitgebreid rekening mee te houden. Desalniettemin controleren wij op artikelniveau voor het soort onderwerp met behulp van een simpele binaire indeling: wanneer een artikel onder binnenland, buitenland, politiek of economie viel, werd hier de code ‘hard nieuws’ aan gegeven. Wanneer het artikel onder sport, tech, entertainment of overig viel, werd hier de code ‘soft nieuws’ aan gegeven. 46,5% van de artikelen waren *hard* nieuws en 53,5% van de artikelen waren *soft* nieuws. Daarnaast werd gecodeerd uit hoeveel woorden het artikel bestond ($M = 308.17$; $SD = 207.23$) en hoeveel comments een artikel kreeg ($M = 108.41$; $SD = 150.86$).

In deze studie is een bestaand codeerschema, ontwikkeld door Papacharissi (2004) overgenomen. Dit schema is tevens door Rowe (2015) gebruikt, en komt deels overeen met de operationalisatie zoals gebruikt door Coe et al. (2014). Er zijn enkele aanpassingen gedaan met betrekking tot het codeerschema omdat enkele coderingen erg zwak geoperationaliseerd waren, bijvoorbeeld ‘sarcasme’. Hierbij is de instructie om iets als sarcasme te definiëren: ‘*You will know it when you see it!*’. Aan de hand van het codeerschema van Papacharissi (2004) en Coe et al. (2014) is de variabele *incivility* gemeten met behulp van vijf⁴ dichotome variabelen: (1) beledigend taalgebruik, (2) uitschelden, (3) stereotypen, (4) terechtwijzing, (5) gebruik van hoofdletters en tekens. Deze laatste categorie is toegevoegd omdat het gebruik van hoofdletters en tekens hufterig kan overkomen, bijvoorbeeld als iemand schrijft ‘BELACHELIJK DIT IS NIET NORMAAL MEER’ of ‘Niet in ons dorp!!’. Vanwege de scheve verdeling is de variabele uiteindelijk gecodeerd als 0 = niet hufterig, 1 = wel hufterig (indien één of meer kenmerken aanwezig).

Om de verschillende aspecten van de kwaliteit van het debat te meten is voor dit onderzoek gebruik gemaakt van dichotoom gemeten variabelen uit eerder onderzoek van Ruiz et al. (2011) en Noci et al. (2012). Coherentie van comments is geoperationaliseerd met de volgende variabelen: of het commentaar zich op het onderwerp van het nieuwsartikel richt (gerichtheid op onderwerp) en of er relevante argumenten worden gebruikt (relevant argument). Gevarieerde en gebalanceerde debatvoering is gemeten met de variabelen: of er sprake is van een ander gezichtspunt, standpunt of argument dan in eerder commentaar (ander gezichtspunt) en of andere commentaarschrijvers om een verklaring, hulp of advies gevraagd wordt (hulpvraag). Overeenstemming op basis van argumenten is geoperationaliseerd met: of er interesse wordt getoond in ander commentaar (interesse ander commentaar), of er sprake is van

acceptatie van standpunten van anderen (acceptatie standpunten) en of deze standpunten verder worden uitgebouwd (uitbouw standpunten).

Naast deze variabelen zijn ook de positie van het comment en de lengte van het comment in woorden ($M = 21.67$; $SD = 28.42$) gemeten. Voor de regressiemodellen is de natuurlijke logaritme van de lengte ($M = 2.51$; $SD = 1.10$) gebruikt. Dit zijn belangrijke controlevariabelen, omdat langere comments per definitie meer kenmerken kunnen bevatten, en omdat het aannemelijk is dat de structuur van de discussie over tijd verandert: zo zal bijvoorbeeld het aantal nieuwe argumenten dat nog niet genoemd is afnemen naarmate de discussie vordert.

Tabel 1 geeft een overzicht van de intercodeurbetrouwbaarheid. De meeste variabelen hadden een acceptabele tot perfecte Krippendorff's α tussen de 0,61 en 1. Naar aanleiding van de intercodeurbetrouwbaarheidstoets werd besloten geen onderscheid meer te maken tussen de variabelen 'acceptatie standpunten' en 'uitbouw standpunten'.

TABEL 1. *Intercodeurbetrouwbaarheid*

Variabele	Krippendorffs α
Platform	1.00
Onderwerp	1.00
Beledigende taal	0.69
Uitschelden	0.75
Stereotypen	0.74
Terechtwijzing	0.75
Hoofdletters/tekens	0.77
Gerichtheid op onderwerp	0.88
Relevant argument	0.83
Ander gezichtspunt	0.74
Hulpvraag	0.88
Interesse ander commentaar	0.61
Acceptatie standpunten	0.41
Uitbouw standpunten	0
Aantal woorden per comment	1
Lengte comments	1
Positie comments	1
Likes comments	1

Noot: $N = 50$.

Resultaten

Voordat we onze hypothesen toetsen, laten we eerst een aantal descriptieve statistieken zien, zodat de lezer een duidelijk beeld van onze dataset kan krijgen. In tabel 2 geven we een overzicht van de mate waarin de verschillende elementen van een goed dan wel slecht debat voorkomen in de comments op NUjij en Facebook. Als we eerst kijken naar de mate waarin deze kenmerken in de totale dataset voorkomen, lijkt de mate van hufterigheid beperkt: slechts iets minder dan een derde van de comments is hufterig te noemen doordat het aan één of meer van de kenmerken voldoet. Er is slechts een zeer beperkt gebruik van uitschelden, beledigend taalgebruik, stereotypen, of hoofdletters/leestekens. Wel wordt in één op de vijf comments iemand terechtgewezen. Kenmerken van een goed debat komen juist in redelijk hoge mate voor: veel kenmerken komen in meer dan 50% van de comments voor. Het merendeel van de debaters blijft bij het onderwerp (84%), argumenten zijn veelal relevant (54%), en twee op de vijf gezichtspunten is anders. Als we echter kijken naar elementen van het debat die duiden op interactie tussen debaters, dan valt op dat men elkaar maar beperkt om advies vraagt, en dat standpunten van anderen weinig worden geaccepteerd. Wel wordt in één op de vier comments gebruik gemaakt van @-replies.

Nog interessanter is het om te kijken naar de mate waarin deze kenmerken verschillen tussen de beide platforms. Tabel 2 geeft hiervoor enige aanwijzingen, die hieronder worden uitgewerkt in multilevel analyses. Allereerst geven de resultaten ten aanzien van het voorkomen van hufterigheid een eerste indicatie dat, in tegenstelling tot wat wordt aangenomen in de literatuur, er juist significant meer sprake is van scheldpartijen en leestekengebruik op Facebook dan op NUjij. Wat betreft de elementen die debatkwiteit meten zien we juist dat hiervan meer sprake is op NUjij: op dit platform blijven commenters significant vaker bij het onderwerp, geven ze significant vaker een relevant argument, een ander gezichtspunt en accepteren ze ook significant vaker een standpunt van een ander. Om de hypothesen te toetsen, zullen we echter gebruik maken van multivariate analyses waarin we ook controleren voor andere verklaringen, zoals de lengte van het comment en de positie van het comment. Het valt immers niet uit te sluiten dat de verschillen tussen de platforms te verklaren zijn door bijvoorbeeld verschillen in gemiddelde lengte van comments tussen beide platforms.

HI voorspelde dat er in comments op NUjij meer sprake is van hufterigheid dan in comments onder NU.nl-artikelen op Facebook. Echter, zoals tabel 3 laat zien, is het tegenovergestelde het geval: uit de odds ratio van 1.45 blijkt dat de kans dat een gegeven comment hufterigheid bevat veel groter is als het comment op Facebook wordt geplaatst. Hierbij hebben we al gecontroleerd voor de lengte van het comment (aangezien langere comments bijna per definitie meer hufterigheid kunnen bevatten), maar ook voor de positie (aangezien het zou kunnen dat hufterigheid toeneemt naarmate de gemoederen verhit raken in een lange discussie, wat echter niet het geval

TABEL 2. Frequentietabel van de afhankelijke variabelen

		Facebook	NUjij	Totaal	<i>p</i>	<i>d</i>
Hufterigheid	Beledigend taalgebruik	.06 (.24)	.05 (.22)	.06 (.23)	.23	
	Uitschelden	.07 (.25)	.02 (.15)	.05 (.21)	<.001	.21
	Stereotypen	.02 (.15)	.02 (.14)	.02 (.15)	.74	
	Terechtwijzing	.20 (.40)	.22 (.42)	.21 (.41)	.25	
	Hoofdletters/leestekens	.08 (.28)	.03 (.17)	.06 (.24)	<.001	.23
	Hufterigheid gecombineerd	.32 (.47)	.29 (.45)	.31 (.47)	.17	
Debatkwaliteit	Gerichtheid op onderwerp	.79 (.41)	.89 (.31)	.84 (.37)	<.001	.29
	Relevant argument	.44 (.50)	.65 (.48)	.54 (.50)	<.001	.41
	Ander gezichtspunt	.31 (.46)	.54 (.50)	.42 (.49)	<.001	.48
	Vraag om advies	.14 (.35)	.14 (.34)	.14 (.34)	.77	
	Interesse ander commentaar	.28 (.45)	.27 (.44)	.27 (.45)	.77	
	Acceptatie standpunten	.08 (.27)	.09 (.29)	.09 (.28)	.30	

Noot: Gemiddeldes met standaardafwijkingen tussen haakjes. De *p*-waardes zijn gebaseerd op tweezijdige t-toetsen en geven aan of de twee platforms significant van elkaar verschillen. Voor significante resultaten hebben we ook de effectgrootte (Cohens *d*) berekend. 'Hufterigheid gecombineerd' is 1 indien één of meer van de vorengenoemde kenmerken aanwezig is, anders 0.

blijkt te zijn). In het model hebben we op artikelniveau gecontroleerd voor de vraag of het artikel over soft of hard nieuws gaat.

H2 voorspelde dat er in comments op NUjij meer sprake is van coherentie dan in comments onder NU.nl-artikelen op Facebook. Zoals in de methodesectie uitgelegd, werd dit geoperationaliseerd door te meten of het comment op het onderwerp gericht is en of het comment een relevant argument bevat. Zoals tabel 4 laat zien, is de kans op allebei veel kleiner als het om een Facebookcomment gaat: de odds ratios van 0.51 en 0.56 laten zien dat de kansverhouding in beide gevallen met ongeveer de helft daalt. H2 wordt dus ondersteund: op Facebook gaan comments eerder niet over het onderwerp van het artikel, en er worden ook minder vaak relevante argumenten gegeven.

H3 voorspelde dat er in comments onder NU.nl-artikelen op NUjij meer sprake is van een gevarieerd en gebalanceerd debat dan in comments onder NU.nl-artikelen op Facebook. De kans dat een comment een nieuw gezichtspunt bevat is op Facebook aanzienlijk lager dan op NUjij (odds ratio 0.48), maar er is geen verschil tussen de

TABEL 3. *Logistische multilevelregressiemodel hufterigheid*

	b (SE)	e^b
<i>Commentniveau</i>		
Lengte	0.33*** (0.06)	1.40
Positie	-0.00 (0.00)	1.00
Platform (Facebook = 1)	0.37** (0.13)	1.45
Constante	-2.03*** (0.25)	
<i>Artikelniveau</i>		
var (onderwerp)	0.03 (0.48)	1.03
Constante	0.45 (0.32)	
LL	-871.3	
BIC	1787	

Noot: $N = 1526$. ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.

TABEL 4. *Logistische multilevelregressiemodellen coherentie*

	Gericht op onderwerp b (SE)	e^b	Relevant argument b (SE)	e^b
<i>Commentniveau</i>				
Lengte	0.67*** (0.08)	1.95	1.03*** (0.08)	2.80
Positie	0.01 (0.01)	1.01	-0.01 (0.01)	0.99
Platform (Facebook = 1)	-0.67*** (0.18)	0.51	-0.58*** (0.14)	0.56
Constante	0.99* (0.39)		-1.85*** (0.33)	
<i>Artikelniveau</i>				
var (onderwerp)	0.00 (0.00)	1.00	0.00 (0.00)	1.00
Constante	2.26** (0.82)		1.65** (0.51)	
LL	-528.6		-769.5	
BIC	1094		1576	

Noot: $N = 1526$. * $p < .05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.

TABEL 5. Logistische multilevelregressiemodellen gevarieerd en gebalanceerd debat

Variabele	Nieuw gezichtspunt b (SE)	e ^b	Vraag om advies b (SE)	e ^b
<i>Commentniveau</i>				
Lengte	1.10*** (0.08)	3.00	0.16* (0.07)	1.17
Positie	-0.03*** (0.01)	0.97	0.01 (0.01)	1.01
Platform (Facebook = 1)	-0.72*** (0.13)	0.48	0.12 (0.16)	1.13
Constante	-2.14*** (0.32)		-2.50*** (0.27)	
<i>Artikelniveau</i>				
var (onderwerp)	0.00 (0.00)	1.00	0.00 (0.00)	1.00
Constante	1.38** (0.45)		0.12 (0.08)	
LL	-774.3		-605.0	
BIC	1585		1247	

Noot: $N = 1526$. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$.

platforms wat betreft de mate waarin om advies wordt gevraagd. H3 wordt gedeeltelijk ondersteund.

RQ1 vroeg of er in comments onder NU.nl-artikelen op NUij meer sprake van overeenstemming is op basis van argumenten of in comments onder NU.nl-artikelen op Facebook. Zoals in het theoretisch kader uiteengezet, valt dit uiteen in twee dimensies: interesse in ander commentaar en acceptatie van andermans standpunten. Er blijkt geen verschil te zijn wat betreft de acceptatie van standpunten, maar – in tegenstelling tot de resultaten tot nu toe – blijkt juist Facebook beter te scoren wat betreft het tonen van interesse in ander commentaar (odds ratio 1.32).

TABEL 6. *Logistische multilevelregressiemodellen overeenstemming op basis van argumenten*

	Interesse ander commentaar b (SE)	e ^b	Acceptatie standpunten b (SE)	e ^b
<i>Commentniveau</i>				
Lengte	0.42*** (0.06)	1.53	0.03 (0.09)	1.03
Positie	-0.01 (0.01)	0.99	-0.01 (0.01)	0.99
Platform (Facebook = 1)	0.28* (0.13)	1.32	-0.15 (0.19)	0.86
Constante	-2.35*** (0.26)		-2.32*** (0.33)	
<i>Artikelniveau</i>				
var (onderwerp)	0.18 (0.31)	1.20	0.00 (0.00)	1.00
Constante	0.42* (0.21)		0.33* (0.16)	
LL	-800.1		-438.9	
BIC	1644		914.5	

Noot: $N = 1526$. * $p < 0.05$; *** $p < 0.001$.

Conclusie en discussie

Commentsecties onder online nieuwsartikelen zijn een belangrijke plek voor discussie over nieuws en politiek (Bakker, 2013; Dahlberg, 2001; Ruiz et al., 2011; Noci et al., 2012; Örnebring, 2008). In dit artikel hebben wij daarom gepoogd in kaart te brengen in hoeverre deze comments voldoen aan de Habermasiaanse regels van een goed debat en in hoeverre ze als hufterig gekarakteriseerd kunnen worden. Hiertoe hebben we comments die onder exact dezelfde artikelen, maar op twee verschillende platforms – één anoniem en één niet-anoniem – zijn geplaatst, met elkaar vergeleken. In aanvulling op eerdere studies naar anonimiteit en online debat (Foxman & Wolf, 2013; McCluskey & Hmielowski, 2011; Rowe, 2015; Santana, 2014) hebben we zowel gekeken naar hufterigheid als naar de kwaliteit van het debat. Ons design, waarin we commentaar onder *dezelfde* artikelen van NU.nl op twee *verschillende* platforms hebben gecodeerd, waarna we de hypothesen met een multilevel analyse hebben getoetst, heeft ons meerdere inzichten opgeleverd.

Onze resultaten laten allereerst zien dat de keuze voor een platform belangrijke implicaties kan hebben voor de discussies die er worden gevoerd. Tegen onze verwachting in bleek anonimiteit niet tot hufterig gedrag te leiden. Sterker nog, juist op het niet-anonieme Facebook waren meer hufterige comments te vinden. Dit is misschien te verklaren door verschillende doelgroepen van beide platforms. Terwijl alle Facebookgebruikers hun reactie kunnen geven op door NU.nl geplaatste artikelen op Facebook, vormen NUjij-gebruikers wellicht meer een online gemeenschap dan op het eerste gezicht lijkt. En binnen zulke online gemeenschappen heersen ook bepaalde normen en verwachtingen ten aanzien van online gedrag (Bergstrom, 2011) die mogelijk te ernstig hufterig gedrag in de weg staan. Hoe dan ook, onze resultaten laten zien dat de zichtbaarheid van hun naam mensen niet per se weerhoudt van het plaatsen van hufterige comments, iets dat we ook zien in de hoogoplopende Facebook-discussies over de recente vluchtelingenstroom.

Ook moeten er wel kanttekeningen geplaatst worden bij de mogelijke nadelige gevolgen van hufterigheid. Studies met aandacht voor de consequenties van hufterigheid tonen aan dat deze niet alleen negatief zijn. Zo blijkt zowel uit een descriptieve (Kwon & Cho, 2015) als een experimentele studie (Brooks & Geer, 2007) dat hufterigheid respectievelijk aandacht en engagement kan genereren. Borah toont enerzijds aan dat hufterigheid leidt tot een grotere bereidheid te participeren, maar anderzijds ook dat het leidt tot meer intolerantie, de neiging vast te houden aan de eigen mening (2014) en meer politiek wantrouwen (2013). Ook Han en Brazeal (2015) hebben een genuanceerde boodschap: hun experiment toont aan dat lezers van beschaafde comments beschaafd reageren, en zich in sterkere mate aan meerdere debatregels houden, maar het toont *niet* aan dat lezers van hufterige comments hufterig reageren. Hwang, Kim en Huh (2014) trekken wel voornamelijk negatieve conclusies in hun studie, waarin ze vinden dat blootstelling aan hufterige online comments leidt tot lage verwachtingen van publieke deliberatie, veroorzaakt door gepercipieerde publieke polarisatie.

Onze resultaten zijn desalniettemin meer in lijn met de pessimistische dan met de optimistische visie op hufterigheid. Hoewel het alleen correlatief bewijs betreft, vinden wij op het platform met meer hufterigheid (Facebook) ook een kwalitatief slechter debat. In lijn met Borah (2014) tonen onze resultaten dat een beperkte mate van hufterigheid op NUjij samengaat met meer coherentie en met een gevarieerder en gebalanceerder debat, terwijl meer onbeschaafdheid op Facebook alleen samenhangt met meer interesse in ander commentaar, positief dan wel negatief. Dit laatste sluit aan bij de studie van Kwon en Cho (2015): hufterige comments trekken allicht meer de aandacht.

Ook blijkt, zoals voorspeld, dat anonimiteit een positieve bijdrage aan de kwaliteit van het debat kan leveren: omdat de focus niet op personen, maar op de inhoud ligt, worden er op het anonieme platform vaker nieuwe argumenten en perspectieven

aangedragen. Dit is in lijn met het onderzoek van Gearhart en Zhang (2014) en Miyata et al. (2015) en McCluskey en Hmielowski (2011). Ook was er meer coherentie op het anonieme platform (NUjij), wat wellicht te maken heeft met de structuur waarop de comments worden getoond (Zamith & Lewis, 2014): op Facebook wordt deze niet chronologisch gestructureerd, maar op basis van populariteit. Bij deze bevindingen, die over het algemeen suggereren dat de comments op NUjij constructiever van aard zijn dan op Facebook, moet echter wel een kanttekening geplaatst worden. De lagere mate van hufterigheid en het hogere aantal coherent ingebrachte argumenten betekent namelijk niet dat deze standpunten ook vaker worden overgenomen – hier konden we geen verschil tussen de platforms vinden. Uiteindelijk moet overeenstemming op basis van argumenten echter de slotsom zijn van een goede discussie (Habermas, 1984; Ruiz et al., 2011).

Bij de interpretatie van onze resultaten moet rekening worden gehouden met de opzet van onze studie. Omdat we slechts twee platforms onderzoeken die op meer dan één dimensie verschillen, en omdat de schrijvers van de comments niet toevallig zijn toegewezen aan één van de platforms, kunnen we geen causaliteit aantonen, maar alleen verbanden. Het eerste van deze twee mogelijke kritiekpunten (slechts twee platforms) is echter onoplosbaar: er bestond en bestaat simpelweg geen ander relevant platform waarop NU.nl-artikelen geplaatst en van comments worden voorzien. Hooguit zou Twitter nog onder deze platforms geschaard kunnen worden, maar dit lijkt vergezocht: op Twitter krijgt een volger in zijn 'timeline' namelijk alleen de berichten van NU.nl, maar niet de reacties erop te zien. Het tweede punt (observationale studie in plaats van experiment) is eveneens onoplosbaar: het lijkt onrealistisch om in een laboratorium een situatie na te bootsen waarin proefpersonen hufterige comments plaatsen; de externe validiteit zou in het geding zijn.

In onze onderzoeksopzet hebben we ervoor gekozen om slechts een beperkt aantal artikelen (33), maar een vrij hoog aantal comments per artikel (50) te coderen. Zoals we hebben laten zien, zijn de kenmerken van hufterigheid vaker niet dan wel aanwezig. Met minder comments per artikel was de kans dan ook groot geweest dat we per toeval zouden concluderen dat een gegeven artikel wel op het ene platform, maar niet op het andere platform kenmerken van hufterigheid bevat – alleen omdat deze comments misschien iets later werden geplaatst. Een van de sterke punten van ons design is juist dat we exact hetzelfde artikel op beide platforms hebben gecodeerd en dat we dus een model kunnen schatten waarin de comments genest zijn in de artikelen. Om hiervan te kunnen profiteren (en voldoende statistische *power* te hebben), was het daarom belangrijker om voldoende comments per artikel te hebben dan meer eenheden op het hogere niveau, het artikelniveau. Vervolgonderzoek zou zich kunnen richten op een groter variëteit aan artikelen, om zodoende te achterhalen of verschillende kenmerken van het artikel een ander soort discussie oproepen.

Onze resultaten hebben directe implicaties voor de praktijk. Ten eerste laten we zien dat een mediaorganisatie hufterigheid niet effectief kan bestrijden of voorkomen door voor een niet-anoniem platform te kiezen. Ten tweede lijkt het belangrijk de aandacht te vestigen op de structuur waarin de comments getoond worden. Als comments niet in chronologische volgorde worden weergegeven en er ook niet in één oogopslag duidelijk is welke comment een reactie op welke andere comment is, dan lijkt dit te leiden tot een minder constructieve discussie, en – zo vermoeden we – uiteindelijk tot een slechtere beleving voor de gebruiker.

Gezien de ontwikkeling waarin steeds meer nieuwsredacties overstappen op Facebook als discussieplatform, is het belangrijk om inzichten te verwerven in de mate waarin Facebook geschikt is als platform om een goed debat te voeren. Op basis van de resultaten van dit onderzoek concluderen we dat dit wellicht minder het geval is dan vaak wordt gedacht, of in andere studies is gevonden (Rowe, 2015; Santana, 2014). Hoewel Rowe (2015), in tegenstelling tot Santana (2014), net als wij comments onder dezelfde artikelen op twee verschillende platforms onderzoekt, houden zijn bivariate analyses geen rekening met alternatieve verklaringen voor verschillen tussen de platforms. Onze studie toont daarnaast aan dat naast hufterigheid ook andere criteria een belangrijke rol spelen bij het beoordelen van de waarde van een platform voor online politieke participatie, en dat een exclusieve focus op hufterigheid hier geen recht aan doet. Toekomstig onderzoek zou moeten voortbouwen op de bestaande resultaten en naast hufterigheid ook kenmerken van een kwalitatief goede discussie moeten meenemen in de analyse van online debat.

Noten

- 1 Alsmede artikelen die elders online zijn geplaatst: <http://www.NUjij.nl/>.
- 2 In de praktijk betekent dit dat we alle artikelen verzamelen op Facebook, aangezien daar alleen een selectie van artikelen wordt geplaatst, terwijl op NUjij commentaar kan worden geleverd op alle artikelen die op NU.nl gepubliceerd worden.
- 3 Omdat we ook wilden kijken naar interactiviteit hebben we geen steekproef getrokken uit de reacties, maar hebben we bewust de eerste reacties gecodeerd.
- 4 Liegen en vulgair taalgebruik werd niet meegenomen, aangezien uit de intercodeurbetrouwbaarheids-toets bleek dat deze niet voorkwamen. Bovendien was 'liegen' moeilijk te coderen en werd aangenomen dat vulgair taalgebruik in combinatie met een van de andere vormen van hufterigheid voor zou komen.

Literatuur

- Bakker, T. P. (2013). *Citizens as political participants: The myth of the active online audience?* Proefschrift, Universiteit van Amsterdam. Opgehaald via <http://hdl.handle.net/11245/1.384371>
- Bergstrom, K. (2011). "Don't feed the troll": Shutting down debate about community expectations on Reddit.com. *First Monday*, 16(8).

- Borah, P. (2013). Interactions of news frames and incivility in the political blogosphere: Examining perceptual outcomes. *Political Communication*, 30(3), 456-473.
- Borah, P. (2014). Does it matter where you read the news story? Interaction of incivility and news frames in the political blogosphere. *Communication Research*, 41(6), 809-827.
- Brooks, D. J., & Geer, J. G. (2007). Beyond negativity: The effects of incivility on the electorate. *American Journal of Political Science*, 51(1), 1-16.
- Burkell, J., Fortier, A., Wong, L. L. Y. C., & Simpson, J. L. (2013). Facebook: Public space, or private space? *Information, Communication & Society*, 17, 974-985.
- Canter, L. (2013). The misconception of online comment threads. *Journalism Practice*, 7, 604-619.
- Coe, K., Kenski, K., & Rains, S. A. (2014). Online and uncivil? Patterns and determinants of incivility in newspaper website comments. *Journal of Communication*, 64(4), 658-679.
- Dahlberg, L. (2001). The internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4), 615-633. doi:10.1080/13691180110097030
- Ellis, J. (2015, September 16). What happened after 7 news sites got rid of reader comments. *Blogpost op NiemanLab*. Opgehaald via <http://www.niemanlab.org/2015/09/what-happened-after-7-news-sites-got-rid-of-reader-comments/>
- Facebook (z.d.). *Welke namen zijn toegestaan op Facebook?* Opgehaald via <https://www.facebook.com/help/112146705538576>
- Freelon, D. G. (2010). Analyzing online political discussion using three models of democratic communication. *New Media & Society*, 12(7), 1172-1190. doi:10.1177/1461444809357927
- Festinger, L., Pepitone, A., & Newcomb, T. (1952). Some consequences of de-individualization in a group. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47(2S), 382-389.
- Foxman, A. H., & Wolf, C. (2013). *Viral hate: Containing its spread on the internet*. New York: Macmillan.
- Gearhart, S., & Zhang, W. (2014). Gay bullying and online opinion expression: Testing spiral of silence in the social media environment. *Social Science Computer Review*, 32(1), 18-36. doi:10.1177/0894439313504261
- Graham, T., & Wright, S. (2015). A tale of two stories from "below the line": Comment fields at the Guardian. *The International Journal of Press/Politics*, 20, 317-338. doi:10.1177/1940161215581926
- Han, S. H., & Brazeal, L. M. (2015). Playing nice: Modeling civility in online political discussions. *Communication Research Reports*, 32(1), 20-28.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Boston, MA: Beacon.
- Honeycutt, C. & Herring, S.C. (2009) Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter. *Proceedings of the Forty-second Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-42)*. Los Alamitos, CA: IEEE Press.
- Hwang, H., Borah, P., Namkoong, K., & Veenstra, A. (2008, May). Does civility matter in the blogosphere? Examining the interaction effects of incivility and disagreement on citizen attitudes. *Paper presented at the 58th Annual Conference of the International Communication Association*, Montreal, QC, Canada.
- Hwang, H., Kim, Y., & Huh, C. U. (2014). Seeing is believing: Effects of uncivil online debate on political polarization and expectations of deliberation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(4), 621-633.
- Kwon, K. H., & Cho, D. (2015). Swearing effects on citizen-to-citizen commenting online: A large-scale exploration of political versus nonpolitical online news sites. *Social Science Computer Review*, online first. doi:10.1177/0894439315602664
- Karlsson, M., Bergström, A., Clerwall, C., & Fast, K. (2015). Participatory journalism – the (r)evolution that wasn't. Content and user behavior in Sweden 2007-2013. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20, 295-311. doi:10.1111/jcc4.12115
- Kruikemeier, S. (2014). How political candidates use Twitter and the impact on votes. *Computers in Human Behavior*, 34, 131-139. doi:10.1016/j.chb.2014.01.025
- Lavrusik, V. (2013). *Improving conversations on Facebook with replies*. Opgehaald via <https://www.facebook.com/notes/facebook-journalists/improving-conversations-on-facebook-with-replies/578890718789613>

- McCluskey, M., & Hmielowski, J. (2011). Opinion expression during social conflict: Comparing online reader comments and letters to the editor. *Journalism*, 13, 303-319. doi: 10.1177/1464884911421696
- Meier, A. J. (1995). Defining Politeness: universality in appropriateness. *Language Science*, 17(4), 345-356.
- Miyata, K., Yamamoto, H., & Ogawa, Y. (2015). What affects the spiral of silence and the hard core on Twitter? An analysis of the nuclear power issue in Japan. *American Behavioral Scientist*, online first. doi:10.1177/0002764215580618
- Noci, J.D., Domingo, D., Masip, P., Micó, J. L & Ruiz, C. (2012). Comments in news, democracy booster or journalistic nightmare: Assessing the quality and dynamics of citizen debates in Catalan online newspapers. *International Symposium of Online Journalism*, 2(1), 46-64.
- Örnebring, H. (2008). The consumer as producer – of what? *Journalism Studies*, 9(5), 771-785. doi:10.1080/14616700802207789
- Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New Media & Society*, 6(2), 259-283.
- Rieder, B. (2013). Studying Facebook via data extraction: The Netvizz application. In *Proceedings of the 5th Annual ACM Web Science Conference* (pp. 346-355). New York, NY: ACM.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2005). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Ruiz, C., Domingo, D., Mico, J. L., Diaz-Noci, J., Masip, P., & Meso, K. (2011). Public sphere 2.0? The democratic qualities of citizen debates in online newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 16, 463-487 doi:10.1177/1940161211415849
- Rowe, I. (2015). Civility 2.0: A comparative analysis of incivility in online political discussion. *Information, Communication & Society*, 18(2), 121-138. doi:10.1080/1369118X.2014.940365
- Santana, A. D. (2014). Virtuous or vitriolic: The effect of anonymity on civility in online newspaper reader comment boards. *Journalism Practice*, 8(1), 18-33.
- Semaan, B. C., Robertson, S. P., Douglas, S., & Maruyama, M. (2014). Social media supporting political deliberation across multiple public spheres: Towards depolarization. *Proceedings of the 17th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, 1409-1421.
- Sobieraj, S., & Berry, J.M. (2011). From incivility to outrage: political discourse in blogs, talk radio, and cable news. *Political Communication*, 28, 19-41. doi:10.1080/10584609.2010.542360
- The Post Online (2015). Het groot reageren via Facebook-comments FAQ-topic. Dit is onze uitspraak, daar moet u het mee doen. *The Post Online* (blogpost), 4 maart 2015. Opgehaald via <http://cult.tpo.nl/2015/03/04/het-groot-reageren-via-facebook-comments-faq-topic/>
- Torres Da Silva, M. (2013). Online forums, audience participation and modes of political discussion: readers' comments on the Brazilian presidential election as a case study. *Communication & Society/ Comunicación y Sociedad*, 23(4), 175-193.
- Trilling, D. (2013). *Following the news: Patterns of online and offline news consumption*. Proefschrift, Universiteit van Amsterdam. Opgehaald via <http://hdl.handle.net/11245/1.394551>
- Trilling, D. (2015). Two different debates? Investigating the relationship between a political debate on TV and simultaneous comments on Twitter. *Social Science Computer Review*, 33(3), 259-276. doi:10.1177/0894439314537886
- Vargo, C. J., & Hopp, T. (2015). Socioeconomic status, social capital, and partisan polarity as predictors of political incivility on Twitter : A congressional district-level analysis. *Social Science Computer Review* (online first). doi:10.1177/0894439315602858
- Vergeer, M., & Hermans, L. (2008). Analysing online political discussions. *Javnost – The Public*, 15(2), 37-55. doi:10.1080/13183222.2008.11008969
- Wardle, C., & Williams, A. (2010). Beyond user-generated content: A production study examining the ways in which UGC is used at the BBC. *Media, Culture & Society*, 32(5), 781-799. doi:10.1177/0163443710373953
- Zamith, R., & Lewis, S. C. (2014). From public spaces to public sphere. *Digital Journalism*, 2(4), 558-574. doi:10.1080/21670811.2014.882066

- Zhou, X., Chan, Y., & Peng, Z. (2008). Deliberativeness of online political discussion. *Journalism Studies*, 9, 759-770. doi: 10.1080/14616700802207771
- Ziegele, M., Breiner, T., & Quiring, O. (2014). What creates interactivity in online news discussions? An exploratory analysis of discussion factors in user comments on news items. *Journal of Communication*, 64, 111-138. doi:10.1111/jcom.12123
- Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. *Symposium on Motivation*, 237-307.