

# Hebben de aanvallen van politici op andere partijen invloed op hoe burgers over de kiezers van deze partijen denken?

Patrick van Erkel, Artemis Tsoulou-Malakoudi & Corinna Oschatz

Beste deelnemer aan het Burgerpanel,

Tussen maart en april 2024 nam u deel aan een onderzoek uitgevoerd door de Universiteit Antwerpen en de Universiteit van Amsterdam, waarin we onderzochten welke impact aanvallen van politici op andere politieke partijen op de polarisatie van burgers in België had. Allereerst willen wij u bedanken voor uw tijd en bijdrage aan dit onderzoek! Dit rapport heeft tot doel inzicht te verschaffen in het doel, het opzet en de belangrijkste bevindingen van het onderzoek.

## 1. Doel van het onderzoek

Uit eerder onderzoek in de Verenigde Staten blijkt dat negatieve communicatie van politici een invloed kan hebben op de (negatieve) emoties en houdingen van burgers ten opzichte van politieke partijen (Martin & Nai, 2024) en hun kiezers (Sood & Iyengar, 2016). Eerdere studies hebben aangetoond dat negatieve campagnevoering, die meestal wordt gedefinieerd als “elke kritiek van de ene kandidaat op de andere” (Geer, 2006, p. 23), maar ook onbeleefdheid affectieve polarisatie kunnen verergeren. Affectieve polarisatie verwijst naar een fenomeen waarbij individuen in toenemende mate negatieve gevoelens koesteren tegenover aanhangers van tegengestelde politieke partijen (Broockman et al., 2023; Brooks & Geer, 2007). Bovendien benadrukt onderzoek over dit onderwerp dat zowel de focus als de toon van negatieve communicatie een cruciale rol spelen bij het vormgeven van de perceptie van kiezers en emotionele reacties.

Het type aanval heeft betrekking op het onderwerp in kwestie. Hierbij wordt er onderscheid gemaakt tussen thema-gebaseerde aanvallen, die verwijzen naar het meer inhoudelijk aanvallen van een politicus of partij op bepaalde politieke kwesties of beleid, en karakter-gebaseerde aanvallen die een partij of politicus eerder aanvallen op hun persoonlijkheid of kwaliteiten. In de bestaande literatuur is enig bewijs dat erop wijst dat op karakter-gebaseerde negatieve aanvallen een sterker effect hebben op kiezers (Finkel & Geer, 1998; Lau & Pomper, 2001, 2004), hoewel ander onderzoek vindt dat issue-

gebaseerde aanvallen beter kunnen werken om het doelwit in diskrediet te brengen (Hopmann et al., 2018; Pfau & Burgoon, 1989).

De toon van een negatieve aanval daarentegen verwijst naar de mate van onbeleefdheid in de boodschap. Uit eerder onderzoek blijkt dat onbeleefde aanvallen de bestaande conflicten tussen partijdige groepen eerder zullen intensiveren dan civiele aanvallen, doordat zij de negatieve evaluaties van burgers over de beoogde partijen en hun kandidaten versterken (Brooks & Geer, 2006), maar ook over hun kiezers (Nai & Maier, 2023).

Ons onderzoek bouwt voort op deze bevindingen uit het tweepartijensysteem in de Verenigde Staten door de specifieke effecten van verschillende soorten negatieve aanvallen in het Belgische meerpartijensysteem te onderzoeken op basis van een experimenteel ontwerp. Hiermee proberen wij een genuanceerd inzicht te verschaffen in hoe verschillende soorten negatief elitediscours de houding van burgers ten opzichte van andere kiezers kunnen beïnvloeden.

Concreet had ons onderzoek drie doelen:

1. Onderzoeken of negatieve aanvallen van politieke elites affectieve polarisatie onder burgers veroorzaken, in het bijzonder vijandigheid tegenover aanhangers van tegenpartijen, in het Belgische (of eigenlijk Vlaamse) meerpartijensysteem.
2. Onderzoeken hoe verschillende soorten negatieve aanvallen – op basis van hun focus (issue-gebaseerd versus karakter-gebaseerd) en toon (beleefd versus onbeleefd) – deze affectieve polarisatie beïnvloeden.
3. Om de effecten van negatieve aanvallen in de context van België, een meerpartijensysteem, te onderzoeken. Gezien het complexe politieke landschap van België, met meerdere partijen en coalities, biedt het een unieke omgeving om de dynamiek van affectieve polarisatie in een meerpartijensysteem te begrijpen.

## Hypotheses

Op basis van het bestaande onderzoek en onze doelstellingen formuleerden we de volgende verwachtingen:

- **Hypothese 1 (H1):** *Blootstelling aan een aanval van de eigen partij op een politieke partij zal resulteren in meer negatieve gevoelens jegens aanhangers van die partij vergeleken met het niet worden blootgesteld aan een aanval.*

- **Hypothese 2 (H2):** *Blootstelling aan een op karakter gebaseerde aanval zal resulteren in meer negatieve gevoelens jegens aanhangers van de aangevallen politieke partij dan blootstelling aan een thema-gebaseerde aanval.*
- **Hypothese 3 (H3):** *Blootstelling aan een onbeleefde aanval zal resulteren in een sterkere affectieve polarisatie richting aanhangers van de aangevallen politieke partij dan blootstelling aan een beleefde aanval.*

## 2. Ontwerp van de studie

Om onze hypothesen te testen, hebben we gebruik gemaakt van een zogenaamd ‘survey-embedded experiment’. Deelnemers werden willekeurig toegewezen aan een controlegroep of aan een van de vier experimentele groepen, zodat elke deelnemer werd blootgesteld aan een ander type fictieve tweet van een politicus uit de ‘eigen’ partij (dat wil zeggen een fictieve politicus die tot de voorkeurspartij van elke respondent behoorde, ook wel de ‘in-partij’<sup>1</sup> genoemd) waarin een andere partij (namelijk een andere partij dan de partij waarop de respondenten van plan zijn te stemmen bij de komende verkiezingen, ook wel de ‘out-partij’ genoemd) werd bekritiseerd. De controlegroep werd ook blootgesteld aan een tweet van de politicus van de partij, maar in deze tweet twitterde de politicus alleen dat zijn partij en de uitgaande partij nog niet 'op één lijn' staan.

De vier versies van de experimentele tweets verschilden op twee dimensies:

- **Focus:** issue-gebaseerde versus karakter-gebaseerde aanval
- **Toon:** Beleefde versus onbeleefde aanval

### Voorbeeldscenario's:

- **Beleefde thematische aanval:** "Het debat van vandaag bevestigt voor mij en de hele [in-party] fractie dat het onrealistische, dure en inhumane beleidsvoorstel van [out-party] geen echte oplossing biedt voor de problematiek van het stijgende aantal asielzoekers in Vlaanderen."
- **Onbeleefde thematische aanval:** "Het debat van vandaag bevestigt voor mij en de hele [in-party] fractie dat het ruggengraatloze, onnozele en moreel failliete beleidsvoorstel van [out-party] catastrofaal zou zijn voor de problematiek van het stijgende aantal asielzoekers in Vlaanderen."

---

<sup>1</sup>De in-partij van de respondenten werd bepaald door de partij die zij hadden geselecteerd als van plan om op te stemmen als er op die dag verkiezingen zouden worden gehouden.

- **Beleefde karakteraanval:** "In het debat van vandaag kwam de [out-party] op mij en de hele [in-party] fractie over als ongeïnspireerd, ongeorganiseerd en verdeeld. Dit maakt hen een ongeschikte keuze om Vlaanderen te vertegenwoordigen in de volgende regering."
- **Onbeleefde karakteraanval:** "In het debat van vandaag kwam de [out-party] op mij en de hele [in-party] fractie over als ruggengraatloos, onnozel en moreel failliet. Dit maakt hen een ondragelijke keuze om Vlaanderen te vertegenwoordigen in de volgende regering."

Na blootstelling aan een van deze tweets of aan de controlegroep werd aan de deelnemers een reeks vragen gesteld om hun gevoelens ten opzichte van de aanhangers van de aangevallen out-partij te meten. Deze vragen waren bedoeld om affectieve polarisatie vast te leggen, waarbij deelnemers hun gevoelens beoordeelden op een schaal van 0 (zeer negatief) tot 100 (zeer positief).

### 3. Voornaamste bevindingen

In totaal werden 8401 leden van het burgerpanel uitgenodigd, waarbij 3245 leden de vragenlijst volledig beantwoorde. Een responspercentage van 38,6%. De belangrijkste bevindingen voor elke hypothese worden hieronder samengevat.

- **Hypothese 1:** We vonden geen algemeen effect van negatieve aanvallen op gevoelens jegens aanhangers van de aangevallen out-partij.
- **Hypothese 2:** De focus van de aanval (issue versus karakter) had geen significante invloed op de gevoelens jegens aanhangers van de out-party.
- **Hypothese 3:** De toon van de aanval (civiel versus onbeleefd) had geen significante invloed op de gevoelens tegenover aanhangers van de out-party.
- **Hypothese 4:** Ideologische afstand temperde het effect van negatieve aanvallen op de gevoelens jegens aanhangers van de beoogde out-party niet significant.

### Conclusie en volgende stappen

Ons onderzoek heeft geen significant bewijs gevonden ter ondersteuning van de hypothese dat negatieve aanvallen op de verwachte manier affectieve polarisatie aandrijven. De bevindingen suggereren dat noch de focus, noch de toon van de negatieve aanvallen een significante impact hadden op de affectieve polarisatie, en er zijn verschillende redenen waarom dat zo zou kunnen zijn.

Een eerste mogelijke verklaring voor het gebrek aan effecten van onze fictieve tweets is het toch al hoge niveau van de negatieve gevoelens van burgers jegens kiezers van buiten de partij. Het is inderdaad mogelijk dat een enkele korte negatieve aanval in de vorm van een tweet, die slechts op

één bepaald moment wordt getoond, niet voldoende is om te leiden tot een nog grotere vijandigheid jegens de beoogde partijdige groep en haar kiezers. Toekomstig onderzoek zou deze beperking daarom op twee manieren kunnen aanpakken: ofwel door verschillende aanvallen over een langere periode te laten zien, ofwel door zich te concentreren op het effect van dergelijke aanvallen op individuen die om te beginnen niet zo gepolariseerd zijn.

Een tweede verklaring zou te wijten kunnen zijn aan het feit dat, in onze fictieve tweets, de negatieve aanvallen “uitgaand” waren, wat betekent dat de bron van de aanval behoorde tot de eigen partij en gericht was op een uitgaande partij. Toekomstig onderzoek zou daarom kunnen onderzoeken of de negatieve aanvallen van politici invloed hebben op de affectieve polarisatie van burgers wanneer de aanval “inkomend” is, dus wanneer een politicus van een minder geliefde partij de voorkeurspartij van de burger aanvalt.

Wij danken u hartelijk voor uw deelname. Uw betrokkenheid was cruciaal voor het succes van dit onderzoek.

Hartelijke groeten,

Patrick van Erkel

Artemis Tsoulou-Malakoudi

Corinna Oschatz

Universiteit Antwerpen en Universiteit van Amsterdam

## Referenties

- Broockman, D. E., Kalla, J. L., & Westwood, S. J. (2023). Does Affective Polarization Undermine Democratic Norms or Accountability? Maybe Not. *American Journal of Political Science*, 67(3), 808–828. <https://doi.org/10.1111/ajps.12719>
- 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. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2007.00233.x>
- Finkel, S. E., & Geer, J. G. (1998). A Spot Check: Casting Doubt on the Demobilizing Effect of Attack Advertising. *American Journal of Political Science*, 42(2), 573–595. <https://doi.org/10.2307/2991771>
- Geer, J. G. (2006). *In Defense of Negativity: Attack Ads in Presidential Campaigns*. University of Chicago Press. <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/l/bo3680300.html>
- Hopmann, D. N., Vliegenthart, R., & Maier, J. (2018). The effects of tone, focus, and incivility in election debates. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 28(3), 283–306. <https://doi.org/10.1080/17457289.2017.1394310>
- Lau, R. R., & Pomper, G. M. (2001). Effects of Negative Campaigning on Turnout in U.S. Senate Elections, 1988-1998. *The Journal of Politics*, 63(3), 804–819. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00088>
- Lau, R. R., & Pomper, G. M. (2004). *Negative Campaigning: An Analysis of U.S. Senate Elections*. Rowman & Littlefield.
- Martin, D., & Nai, A. (2024). Deepening the rift: Negative campaigning fosters affective polarization in multiparty elections. *Electoral Studies*, 87, 102745. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2024.102745>
- Nai, A., & Maier, J. (2023). The Role of Media in Political Polarization | Mediatized Campaign Attacks Fuel Affective Polarization if Perceived as Negative: Experimental Evidence With American Voters. *International Journal of Communication*, 17(0), Article 0.
- Pfau, M., & Burgoon, M. (1989). The efficacy of issue and character attack message strategies in political campaign communication. *Communication Reports*, 2(2), 53–61. <https://doi.org/10.1080/08934218909367484>