

Ethostechnieken in de energiedrankdiscussie

Een analyse van de overtuigingsmiddelen die worden ingezet in Nederlandse nieuwsberichten en op internetforums

Jessica Jonker, s1134655

Dr. J.P. Burger

Masterscriptie Journalistiek en Nieuwe Media

Universiteit Leiden

Juli 2015

Voorwoord

Hoewel ik zelf geen fan ben van energiedrankjes, fascineert de discussie rondom de drankjes mij enorm. Waar sommige mensen over energiedrankjes praten alsof het sigaretten zijn ('heel erg ongezond!') zijn er ook mensen die de drankjes in hetzelfde lijstje zetten als cola ('Het is niet gezond, maar ook niet ongezond'). Toen de discussie in november 2014 weer nieuw leven in werd geblazen door kinderartsen die een verbod op de drankjes voor kinderen wilden, wist ik dat ik mijn scriptie aan deze discussie wilde wijden.

Na dit onderzoek bekijk ik de drankjes, maar vooral ook de mensen die ze drinken met andere ogen. Geen energiedrankdrinker kan gepasseerd worden zonder dat ik me afvraag wat zijn ethostechniek zou zijn als ik op dat moment zou vragen of energiedrank niet heel erg ongezond is. En geen nieuwsbericht in de krant of op internet ontkomt aan een snelle analyse: focust het medium zich alleen op de ethosdimensie 'deskundigheid', of gebruikt het een hele andere ethostechniek?

Het was interessant om te zien dat journalisten minder verschillende ethostechnieken inzetten dan forumdiscussianten. Meer verschillende ethostechnieken gebruiken is niet per definitie beter, maar in een tijd waarin de grens tussen leken en experts lijkt te vervagen, is het niet onaannemelijk dat ook de grens tussen de journalist en de burger vervaagt en het gebruik van ethostechnieken in de toekomst wellicht wat dichterbij elkaar gaat liggen. Misschien maak ik die ontwikkeling in mijn toekomstige loopbaan als journalist nog wel mee.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	1
1. Inleiding	2
1.1 Aanleiding.....	2
1.2 Wetenschappelijke relevantie	3
1.3 Maatschappelijke relevantie	4
1.4 Onderzoeksvraag.....	5
1.5 Opbouw	5
2. Theoretisch Kader.....	6
2.1 Gezagscrisis.....	6
2.2 Risicomaatschappij.....	7
2.3 Onderzoek naar alcohol.....	8
2.4 Retorica.....	10
2.5 Ethostechnieken	10
2.6 Journalistiek ethos en brongebruik	12
2.7 Samenvatting.....	13
3. Methode	15
3.1 Onderzoeksmethode	15
3.2 Materiaalselectie	16
3.2.1 Forumberichten.....	16
3.2.2 Nieuwsberichten.....	19
3.3 Ethische verantwoording.....	19
3.4 Betrouwbaarheid onderzoek.....	20
4. Resultaten	22
4.1 Analyse forumberichten	22
4.1.1 Debunkend, gelovig en onuitgesproken.....	22
4.1.2 Extra ethostechnieken	23
4.1.3 Afgevallen ethostechnieken	24
4.1.4 Blijvende ethostechnieken	24
4.1.5 Conclusie.....	27
4.2 Analyse nieuwsberichten	29
4.2.1 Beroep op een autoriteit	29
4.2.2 Conclusie.....	30

4.3 Samenvatting.....	32
5. Conclusie.....	34
5.1 Ethostechnieken.....	34
5.2 Forumberichten vs. nieuwsberichten.....	35
5.3 Gezagscrisis.....	35
5.4 Wetenschappelijke relevantie.....	36
5.5 Maatschappelijke relevantie.....	37
5.6 Journalistiek brongebruik.....	37
5.7 Samenvatting.....	38
6. Discussie.....	39
6.1 Limitaties van het onderzoek.....	39
6.2 Vervolgonderzoek.....	39
6.3 Algemeen discussiemodel.....	40
7. Literatuurlijst.....	41
8. Bijlagen.....	43
8.1 Overzicht forumdiscussies.....	43
8.2 Overzicht nieuwsberichten.....	44
8.3 Codeboek bij kwantitatieve inhoudsanalyse forum-en nieuwsberichten.....	46
8.4 Voorbeeld van analyse forumdiscussie.....	48
8.5 Overzicht door tweede codeur geanalyseerde nieuwsberichten.....	52

Samenvatting

Deze scriptie onderzoekt de ethostechnieken die op internetforums en in nieuwsmedia worden ingezet om anderen van de (on)gevaarlijkheid van energiedrank te overtuigen. Ethos is de indruk die de spreker maakt op het publiek. Het is niet iets wat een spreker zelf heeft, maar iets dat het publiek aan hem toeschrijft. Ethos onderscheidt zich van logos, doordat dit overtuigingsmiddel niet draait om wat de spreker precies zegt, maar om de spreker zelf.

De discussie rondom energiedrank wordt al jaren gevoerd, maar is recentelijk weer aangewakkerd door een oproep van kinderartsen om de energiedrankjes te verbieden voor kinderen. Het corpus is verzameld op diverse forums en uit Nederlandse kranten en tijdschriften. De ethostechnieken worden in kaart gebracht met behulp van zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve inhoudsanalyse.

Op de internetforums werden elf verschillende ethostechnieken aangetroffen. Van die elf technieken behoren er acht tot de ethosdimensie 'deskundigheid' en drie tot de dimensie 'welwillendheid'. Nieuwsmedia gebruiken minder verschillende ethostechnieken; slechts drie. Alle drie de technieken behoren tot de dimensie 'deskundigheid', waarmee uitkomsten van eerder onderzoek naar overtuigingstechnieken op internetforums en in nieuwsberichten bevestigd worden: de ethosdimensie deskundigheid wordt het meest gebruikt door zowel journalisten als forumdeelnemers.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Al jaren is er een discussie aan de gang tussen liefhebbers van energiedrank en mensen die de drankjes zien als een gevaar voor de gezondheid. In energiedrank zit namelijk veel suiker, cafeïne, taurine en glucurono-lacton om een oppeppend effect te bewerkstelligen (Voedingscentrum, z.j.). Door de jaren heen zijn er in verschillende nieuwsmedia berichten verschenen over het gevaar van de drankjes. Een van die artikelen leidde zelfs tot het stellen van Kamervragen aan minister Schippers (Rijksoverheid, 2012).

Afgelopen najaar riepen kinderartsen in verschillende nieuwsmedia op tot een verbod op de drankjes voor kinderen omdat ze gevaarlijk zouden zijn voor de gezondheid (Algemeen Dagblad, 2014). Verschillende middelbare scholen hebben de energiedrankjes al verboden, maar volgens de kinderartsen moet er in de supermarkten, net als voor alcohol en tabak, ook een leeftijdsgrens komen. Hartkloppingen, leverproblemen, rusteloosheid: kinderenartsen krijgen steeds meer te maken met kinderen die ziek zijn geworden van energiedrank, aldus een kinderarts (Algemeen Dagblad, 2014).

De energiedrankdiscussie is dus weer nieuw leven ingeblazen. Vanaf 13 december 2014 moet bovendien op elk blikje energiedrank vermeld staan dat het drankje een hoog cafeïnegehalte heeft en niet aanbevolen wordt aan kinderen en zwangere vrouwen (Voedingscentrum, z.j.). Maar ondanks alle waarschuwingen lijken de drankjes, die bestaan in allerlei soorten, maten, smaken en prijsklassen, niet minder populair te worden. Het energiedrankje is nog niet uit het straatbeeld verdwenen. Ook uit de reacties op het vernaculaire web (Howard, 2008a) blijkt dat niet iedereen gelooft in het gevaar van de drankjes. Op diverse forums, sociale netwerken en andere discussieomgevingen op het internet lijken burgers een andere waarheid aan te hangen dan instituties als de Nederlandse Vereniging voor Kindergeneeskunde.

In deze scriptie staat die gezagscrisis centraal, met de nadruk op *ethos*: de indruk die de spreker maakt op het publiek. Als de lezer iets aanneemt op basis van het ethos van de schrijver, dan gaat het hem of haar niet om de argumenten die de schrijver aanvoert maar om het feit dat *hij* het zegt (Braet, 2007, p.50). Welke ethostechnieken zetten nieuwsmedia in om hun lezers te overtuigen van hun gelijk en met welke ethostechnieken proberen burgers op internetforums elkaar te overtuigen? Aan de hand van een retorische analyse van nieuwsberichten en forumberichten tracht deze scriptie die vragen te beantwoorden.

1.2 Wetenschappelijke relevantie

Er is veel geschreven over en onderzoek gedaan naar het gevaar van energiedrankjes. Vooral de combinatie met alcohol is een populair wetenschappelijk onderwerp. Deze onderzoeken focussen zich echter vooral op de samenstelling van de drankjes en de gezondheidsrisico's die de drankjes met zich meebrengen. Deze onderzoeken hebben energiedrankjes dus bestudeerd vanuit een scheikundige of medische invalshoek, maar er zijn ook onderzoeken naar energiedrankjes die met een meer sociologisch oog te werk zijn gegaan. Zo is er onderzoek gedaan naar het energiedrankverbruik van jongeren en is het verband met het misbruiken van onder andere alcohol en tabak gelegd (Gallimberti et al., 2013). Ander onderzoek toonde aan dat smaak de meest voorkomende reden is voor adolescenten en jong volwassenen om energiedrank te kopen. Met datzelfde onderzoek werd ook aangetoond dat adolescenten en jongvolwassenen in te delen zijn in verschillende leeftijdscategorieën, die van elkaar verschillen als het gaat om percepties van onder andere energiedrankreclame, het merk energiedrank en eventuele veiligheidsrisico's (Bunting, Bagett & Grigor, 2013).

Dit onderzoek bestudeert energiedrank niet vanuit een scheikundige, medische of sociologische invalshoek, maar vanuit de journalistieke invalshoek: *journalism studies*. Deze scriptie gaat het bestaande onderzoek naar energiedrankjes aanvullen met een retorische analyse van de overtuigingsmiddelen die worden ingezet in nieuwsberichten en op online forums om anderen te overtuigen van de (on)gevaarlijkheid van de drankjes.

De energiedrankdiscussie doet denken aan een andere discussie van een aantal jaar geleden: de discussie rondom de zogeheten *alcopops*. Deze zoete, alcoholische mixdrankjes zijn en waren vooral populair bij de jeugd en dat was volgens verschillende partijen een slechte zaak. De drankjes zouden slecht voor het gebit zijn en de jeugd bovendien aanzetten tot overmatig alcoholgebruik. De alcopops –waarvan de Breezer waarschijnlijk het bekendste voorbeeld is- vertonen veel overeenkomsten met de energiedrankjes. Het zijn beide drankjes die vooral populair zijn bij de jeugd en waarover veel gediscussieerd wordt als het gaat om de (gezondheids)risico's die met het drinken van de drankjes verbonden zijn. Deze scriptie kan dan ook worden gezien als een aanvulling op het vele onderzoek dat gedaan is naar alcohol in het nieuws.

Zo bleek uit onderzoek dat alcopops door nieuwsmedia in Schotland onterecht zijn neergezet als illegale drugs met gevaarlijke gevolgen. De Schotse nieuwsmedia schetsten een probleem dat niet bestond (Forsyth, 2001). Australisch onderzoek naar dezelfde drankjes in het nieuws toonde aan dat mensen niet zomaar aannemen dat onderzoeksdata in nieuwsmedia juist zijn. Ze noemden allerlei redenen om de gepresenteerde onderzoeksdata rondom alcoholbeleidsvormen te wantrouwen (Fogarty, Chapman & Vermund, 2013).

Een andere opvallende uitkomst van onderzoek naar alcohol in het nieuws is dat de berichtgeving over alcohol niet overal ter wereld hetzelfde is. In het Verenigd Koninkrijk is verslaggeving over alcohol bijvoorbeeld vaak negatief geladen. Volksgezondheid speelt een centrale rol in de berichten en supermarkten worden in veel berichten aangewezen als oorzaak van alcoholisme (Nicholls, 2011). In de Zuid-Afrikaanse pers wordt alcoholconsumptie daarentegen zelden als gezondheidsrisico geframed. In tegenstelling tot de berichtgeving over alcohol in Europa en Noord-Amerika, wordt er in de Zuid-Afrikaanse nieuwsmedia bijna niet gesproken over de risico's van alcohol op lange termijn (Lawhon & Herrick, 2013).

De wetenschappelijke relevantie van deze scriptie is dus de aanvulling op het bestaande onderzoek naar energiedrankjes en de aanvulling op het vele onderzoek dat gedaan is naar alcohol in het nieuws. Bovendien sluit dit onderzoek aan bij eerder onderzoek naar de relatie tussen nieuwsmedia en online discussies, zoals dat van Burger en Vanderveen (2010) en Burger (2014). Burger (2014) deed onderzoek naar misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies en maakte daarbij gebruik van een schema met ethostechnieken. Door in dit onderzoek datzelfde schema te gebruiken en waar nodig aan te vullen en aan te passen, kan er in de toekomst wellicht een algemeen analysemodel gevormd worden.

1.3 Maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek raakt een belangrijke maatschappelijke ontwikkeling: de vervagende grens tussen experts en leken (Howard, 2008a). Door de opkomst van het vernaculaire web (forums, blogs, sociale netwerken etc.) kunnen individuen op het web informatie met elkaar uitwisselen en met elkaar in discussie gaan. Instituties zijn niet langer de absolute autoriteit, maar de gewone burger krijgt meer macht. Dit onderzoek kan meer inzicht bieden in de gezagscrisis door overtuigingsmiddelen in de berichten van nieuwsmedia (instituties) te vergelijken met de overtuigingsmiddelen in de berichten van forumdiscussianten (over het algemeen leken). Daarover meer in het theoretisch kader.

Gezien het feit dat deze scriptie als onderwerp het gevaar van energiedrankjes heeft en daarmee een medisch onderwerp aansnijdt, kan dit onderzoek ten slotte ook inzicht bieden aan gezondheidsvoorlichters. Inzicht in de manieren waarop leken elkaar van de (on)gevaarlijkheid van energiedrank overtuigen, kan medici helpen de gedachten en bezwaren rondom de drankjes te begrijpen. Die kennis kunnen zij mogelijk inzetten bij hun publieksvoorlichting. Zij kunnen er met andere woorden in het beste geval achter komen hoe zij mensen op een zo succesvol mogelijke manier kunnen voorlichten over (de gevaren van) energiedrankjes.

1.4 Onderzoeksvraag

In dit onderzoek worden Nederlandse nieuwsberichten en forumdiscussies over de (on)gevaarlijkheid van energiedrank vergeleken. Bij die vergelijking wordt gekeken naar de ethostechnieken die forumdiscussanten en journalisten gebruiken om de lezer te overtuigen. Het gaat in dit onderzoek dus niet over de gezondheidseffecten van energiedrankjes of andere gerelateerde zaken, maar over de middelen die worden ingezet door mensen die een mening hebben over de drankjes om anderen te overtuigen. De onderzoeksvraag is dan ook: Welke ethostechnieken worden in nieuwsmedia en op internetforums ingezet om anderen van de (on)gevaarlijkheid van energiedrank te overtuigen?

1.5 Opbouw

Allereerst zal in hoofdstuk 2 het theoretisch kader van dit onderzoek worden besproken. Achtereenvolgens zal worden ingegaan op de gezagscrisis, de risicomaatschappij, eerder onderzoek naar alcohol, retorica en ethostechnieken en ten slotte journalistiek ethos en brongebruik. In hoofdstuk 3 komt de methode van het onderzoek aan bod, waarin onder andere zal worden ingegaan op de materiaalselectie. In hoofdstuk 4 worden de resultaten van de analyse besproken en in hoofdstuk 5 volgt de conclusie. Tot slot volgt in hoofdstuk 6 de discussie waarin onder andere de limitaties van het onderzoek besproken worden en suggesties worden gedaan voor vervolgonderzoek.

2. Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk zal het theoretisch kader van dit onderzoek worden besproken. Als eerste zal worden gekeken in hoeverre de energiedrankdiscussie in de theorieën van de gezagscrisis en de risicomaatschappij past. Vervolgens wordt uitgebreider ingegaan op het vele, in de inleiding al aangestipte, onderzoek naar alcohol in het nieuws. Als laatste zal in dit hoofdstuk worden ingegaan op retorica en journalistiek brongebruik.

2.1 Gezagscrisis

De tijd dat vrijwel de enige internetgebruikers computerengineers waren die in hun vrije tijd webpagina's bouwden, is al een aanzienlijke tijd voorbij (Howard, 2008a, p.499). Een recentere ontwikkeling is het steeds gebruikelijker worden van communicatie via het internet op platformen als sociale media en forums. Steeds meer mensen hebben een blog of lezen die van anderen en ook het delen van foto's op het web wordt steeds gebruikelijker (Howard, 2008a, p. 490). Deze communicatie op het web, waarbij de inhoud zowel institutioneel als niet-institutioneel is, noemt Howard (2008a) het 'vernaculaire web'.

Het vernaculaire web kan dus omschreven worden als de verzameling van nieuwsgroepen, blogs, wiki's, lezersreacties op nieuwssites, sociale netwerken en andere ontmoetings- en discussieplekken op internet, die zich kenmerken door een niet-institutionele retoriek (Burger, 2014, p. 16). Het vernaculaire web biedt individuen nieuwe mogelijkheden. Zo hoeven zij niet eerst langs uitgevers of televisieproducenten te gaan met hun producten, maar kunnen zij ze direct aan het publiek op internet laten zien (Howard, 2008a, p. 491). Howard (2008b, p. 499) benadrukt echter wel dat er sprake is van hybriditeit: het vernaculaire web maakt altijd onderdeel uit van het institutionele: "the vernacular needs the institutional from which to distinguish itself, and in this way the vernacular takes part in the institutional."

De komst van het vernaculaire web heeft er dus voor gezorgd dat individuen op het web content kunnen delen en met elkaar in discussie kunnen gaan. In het geval van energiedrankjes kunnen mensen op forums hun ervaringen delen over ziek worden van energiedrank of juist vertellen dat ze al jaren vijf blikjes per dag drinken en er nog nooit last van hebben gehad. Mensen raadplegen niet langer meer een expert voor informatie, maar googelen zelf informatie en gaan discussies aan met andere niet-experts. De inhoud van deze discussies kan verschillen van wat instituties als nieuwsmidia en medische instellingen beweren. De autoriteit van experts wordt in twijfel getrokken. We spreken dan ook van een gezagscrisis: de grens tussen leek en expert vervaagt. Instituties hebben niet langer de absolute autoriteit (Howard, 2008a, p. 501). Het begrip *gezagscrisis* hangt ook samen met de term *risicomaatschappij*, waarover hieronder meer.

2.2 Risicomaatschappij

Zijn energiedrankjes een risico voor je gezondheid? Dat lijkt de belangrijkste vraag te zijn die de deelnemers aan de energiedrankdiscussie willen beantwoorden. Kranten noemen voorbeelden van mensen die ernstig ziek zijn geworden door de drankjes, artsen waarschuwen voor mogelijke gezondheidsrisico's en moeders van fanatieke energiedrankdrinkers uiten hun bezorgdheid op forums. Risico is een belangrijk thema in de energiedrankdiscussie.

Dat risico een belangrijk thema is in de discussie, verklaart Beck (1992) met zijn theorie over de risicomaatschappij. Door de modernisering van de maatschappij zijn er volgens hem andere soorten problemen en risico's ontstaan (Beck, 1992, p. 23). Voor de industriële revolutie waren er vooral risico's waar de mens geen invloed op had, de zogenaamde *external risks*. Overstromingen, vulkaanuitbarstingen of aardbevingen zijn daar voorbeelden van. Sinds de vooruitgang van de technologie en de wetenschap zijn er volgens Beck echter ook *manufactured risks*, risico's die het gevolg zijn van de modernisatie zelf (Beck, 1992, p. 21). Luchtvervuiling en rampen met kerncentrales zijn voorbeelden van manufactured risks. De manier waarop in de moderne samenleving met risico's wordt omgegaan, noemt Beck de *risicomaatschappij*.

De vooruitgang van de technologie en de wetenschap heeft ons veel goeds gebracht, maar ook veel nieuwe risico's. En die nieuwe risico's en problemen kunnen niet goed door de bestaande instituties worden opgevangen. Zoals De Vries (2005, p.11) zegt: "Tegen een ontploffende kerncentrale kun je je niet verzekeren – lees uw polis er maar op na- en tegen de gevaren van een stijgende zeespiegel door klimaatverandering evenmin." Verzekeraars, wetenschappers en politici kunnen bij problemen van dien aard niet van grote betekenis zijn. En dat leidt tot legitimiteitsproblemen. Beck had het in de jaren tachtig vooral over milieuproblemen, maar volgens De Vries (2005, p. 11) heeft zijn analyse een bredere strekking. Hij neemt daarbij als voorbeeld de risico's die met ongezonde leefwijzen samenhangen: "Als risico's samenhangen met onze leefwijzen, wie is er dan verantwoordelijk voor die leefwijzen?" (De Vries, p. 12).

De Vries meent dat de risicomaatschappij nieuwe verhoudingen met zich meebrengt tussen bestuurders, burgers en experts. Zij krijgen allen een nieuwe rol. Experts krijgen de rol van vertellers. Burgers kunnen niet zelf waarnemen dat energiedrank slecht voor je hart is of dat er een gat in de ozonlaag zit, dat kunnen ze weten als een expert ze dat heeft verteld. Tussen de burger en een risico staat dus altijd een expert, aldus De Vries (2005, p. 12). Die macht wordt de *definitiemacht* genoemd. Burgers vertrouwen experts nog wel als het gaat om het definiëren, het aanwijzen van problemen, maar niet zomaar als het gaat om het formuleren van oplossingen. Wetenschap en technologie zijn tenslotte een oorzaak van veel van de problemen. Bestuurders krijgen ook een nieuwe rol: zij lossen niet langer de problemen van de burger op via allerlei regelingen, maar zij articuleren problemen die ze van de expert doorkrijgen en moeten burgers tot initiatief proberen aan te zetten. De burger krijgt

dus meer verantwoordelijkheid en wordt individualistischer (2005, p.15).

De discussie over energiedrankjes op het vernaculaire web kan gezien worden als een logisch gevolg van die individualisering. Burgers vertrouwen experts nog wel als het gaat om de definitie van het probleem: energiedrankjes kunnen schadelijk zijn. Maar uiteindelijk mogen ze zelf beslissen of ze de drankjes blijven drinken en omdat experts niet meer de absolute autoriteit hebben, vragen ze ook andere burgers (die in hetzelfde schuitje zitten) op het vernaculaire web om advies.

2.3 Onderzoek naar alcohol

We hebben tot dusver gezien hoe de energiedrankdiscussie in de theorieën van de gezagscrisis en de risicomaatschappij past. Zoals in de inleiding al aangestipt, kan het onderzoek naar energiedrank bovendien gezien worden als een aanvulling op het vele onderzoek dat gedaan is naar alcohol in het nieuws. Hieronder volgt daarom een uitgebreider verslag van onderzoek naar alcohol in het nieuws.

In 2001 deed Forsyth onderzoek naar de mediaberichtgeving in Schotland rondom de zogeheten alcopops. In de jaren negentig verspreiden Schotse nieuwsmedia twee jaar lang berichten waarin beweerd werd dat de zoete, alcoholische mixdrankjes een gevaar zouden vormen voor de samenleving. Dat kinderen blootgesteld werden aan deze drankjes zou volgens de nieuwsmedia de oorzaak zijn van het toenemende alcoholisme bij volwassenen. Alcopops werden door de nieuwsmedia neergezet als illegale drugs. Forsyth (2001) onderzocht deze berichten en concludeerde dat de beweringen van de pers niet strookten met de werkelijkheid. Het probleem dat de nieuwsmedia schetsten, bestond helemaal niet. Zodra dat duidelijk werd, verdwenen deze verhalen daarom net zo snel als ze gekomen waren.

Recenter onderzoek naar alcopops (en andere alcohol) in het nieuws komt van Fogarty, Chapman en Vermund (2013). Zij hielden focusgroepen om de reactie van het publiek op nieuwsverslagen over twee alcoholbeleidsvoorstellen in Australië te onderzoeken. In de focusgroepen, die waren ingedeeld op basis van onderwijsniveau, vroegen de onderzoekers de deelnemers naar hun kennis over alcoholbeleidsvormen. Vervolgens bekeken en bespraken de deelnemers vier nieuwsverslagen over alcoholbelasting en alcoholreclames. De deelnemers bleken goed op te hoogte te zijn van de problemen die alcohol met zich meebrengt, maar dachten dat het verhogen van de prijs of het voorkomen van blootstelling aan reclames die problemen niet zouden oplossen. Ze noemden de belasting op alcopops van 2008 dan ook, zonder de echte effecten te kennen, een mislukking (Fogarty et al., 2013, p. 4). Veel deelnemers dachten dat goedkopere vervangers de plek van de alcopops zouden innemen en de alcoholconsumptie dus niet af zou nemen. De 'Drinking Culture' zou volgens hen niet vatbaar zijn voor reclames en belastingen. Toekomstig onderzoek zou er dan ook op gericht moeten zijn om de alcoholcultuur daar wel vatbaar

voor te maken. (Fogarty et al., 2013, p. 6). Een ander opvallend punt uit het onderzoek was dat veel deelnemers sceptisch waren over de gepresenteerde onderzoeksdata. Zij wantrouwden de statistieken in de nieuwsverslagen en gaven daarvoor verschillende redenen, zoals het niet specifiek genoeg zijn van de data (Fogarty et al., 2013, p. 4). Een duidelijke 'cut-through' boodschap in de berichtgeving over alcohol in de toekomst zou dan ook gewenst zijn (Fogarty et al., 2013, p. 6).

Nicholls (2011) onderzocht de verslaggeving over alcohol in het Verenigd Koninkrijk in twee periodes in 2008 en 2009. Hij deed een kwantitatieve inhoudsanalyse van de alcoholberichtgeving in zeven kranten en vier nieuwsprogramma's op televisie (Nicholls, 2011, p. 201). Uit deze analyse kon hij een paar opvallende zaken concluderen. Allereerst speelt volksgezondheid een centrale rol in de framing van de alcoholverslaggeving; vooral blijvende schade aan de lever kwam in veel nieuwsberichten terug. In de meeste gevallen waren de berichten negatief geladen. Een andere opvallende uitkomst van het onderzoek van Nicholls is dat er een duidelijk verschil te zien was tussen de berichtgeving over mannelijke en vrouwelijke alcoholgebruikers. Bij mannen en alcohol werd vaak over geweld gesproken, terwijl vrouwelijke drinkers geassocieerd werden met 'gewoon dronken' zijn. Als laatste is opvallend dat supermarkten in veel berichten worden aangewezen als oorzaak van alcoholisme (Nicholls, 2011, p. 205). Zij zouden hevig alcoholgebruik aanmoedigen door goedkoop alcohol aan te bieden.

Dat de berichtgeving over alcohol echter niet overal hetzelfde is, wees het onderzoek van Lawhon en Herrick (2013) uit. Zij vonden dat er te weinig onderzoek was gedaan naar de berichtgeving over alcohol en alcoholbeleid en dan vooral buiten Europa en Noord-Amerika (Lawhon & Herrick, 2013, p. 987). Zij onderzochten daarom de verslaggeving over alcohol in Zuid-Afrika. Zij bekeken hoeveel aandacht er tussen 2007 en 2011 was voor twee Zuid-Afrikaanse vormen van alcoholcontrolebeleid in twee regionale, Engelstalige kranten (2013, p. 989). Uit deze analyse concludeerden ze dat alcoholconsumptie in de Zuid-Afrikaanse pers zelden als uitdrukkelijk gezondheidsrisico wordt geframed. Als het over gezondheidsrisico's gaat in de media, zijn dat vaak de directe gevolgen van te veel alcohol zoals ongelukken. Er wordt zelden gesproken over alcohol als een risico voor de lange termijn (Lawhon & Herrick, 2013, p. 1013). Dit in tegenstelling tot de berichtgeving over alcohol in Europa en Noord-Amerika (zoals ook bovengenoemd onderzoek van Nicholls aantoonde), aldus Lawhon en Herrick (2013, p. 987).

Nu we een beeld hebben van de manier waarop de energiedrankdiscussie in de theorieën van de gezagscrisis en de risicomaatschappij past en van het vele onderzoek dat gedaan is naar alcohol in het nieuws, is het tijd voor de volgende stap. Dit onderzoek gaat over ethostechnieken en daarom maken we nu de stap naar de retorica.

2.4 Retorica

Retorica, letterlijk de leer van de welsprekendheid, is ontwikkeld in de klassieke oudheid. De eerste handleidingen die werden opgesteld bevatten adviezen voor zowel de inhoud, de verwoording en de ordening als de presentatie (Braet, 2007, p. 10). Een uitgebreid systeem dus met veel verschillende indelingen. Zo onderscheidt de klassieke retorica drie retorische situaties (rechtszaken, politieke vergaderingen en gelegenhedenbijeekomsten), vier stijldeugden (correctheid, duidelijkheid, aantrekkelijkheid en passendheid) en drie basisvoorwaarden voor communicatie (aandacht, begrip en aanvaarding) (Braet 2007, p.17).

De belangrijkste indeling voor deze scriptie is waarschijnlijk Aristoteles' onderverdeling in drie inhoudelijke overtuigingsmiddelen: ethos, pathos en logos. Met logos bedoelde Aristoteles de argumenten die een spreker opvoert om zijn verhaal aannemelijk te maken. Het gaat hierbij dus niet om de manier waarop de spreker de woorden uitspreekt of de kleding die hij aanheeft, maar puur om de woorden die hij uitspreekt. Bij pathos gaat het daarentegen juist om het opwekken van emoties. Dit overtuigingsmiddel was in de klassieke oudheid vooral heel populair bij rechtszaken. Emoties als verontwaardiging en medelijden konden van groot nut zijn bij het aanklagen of juist verdedigen van een verdachte (Braet, 2007, p. 53).

Ethos is de indruk die de spreker maakt op het publiek. Heel belangrijk is het om te benadrukken dat ethos niet iets is wat een spreker zelf heeft, maar iets dat het publiek aan hem toeschrijft. Ethos onderscheidt zich van logos, doordat dit overtuigingsmiddel niet draait om wat de spreker precies zegt, maar om de spreker zelf. Het gaat er om dat hij het zegt en niet iemand anders. Aristoteles rekende tot ethos niet de indruk die het publiek al bij voorbaat van de spreker heeft, maar dat wordt tegenwoordig wel gedaan (Braet, 2007, p. 50).

2.5 Ethostechnieken

Zoals hierboven genoemd, gaat het bij ethos om de indruk die de spreker maakt op het publiek. Volgens Aristoteles heeft ethos het meeste effect van de drie persuasie-middelen (Braet, 2007, p. 50). Bij het toewijzen van ethos maakt Aristoteles weer een driedeling. Volgens hem gaat het publiek op drie deelindrukken af: deskundigheid, eerlijkheid en welgezindheid (Braet, 2007, p. 50). Als een spreker dus een goede indruk wil maken op zijn publiek moet hij ze ervan overtuigen dat hij verstand van zaken heeft, de waarheid spreekt en de voorkeuren van het publiek lijkt te delen.

Deze scriptie sluit goed aan bij het onderzoek van Burger en Anemaet uit 2011. Zij deden onderzoek naar ethostechnieken in discussies op het internet over buitengewone ervaringen. Zij deden een literatuurstudie naar onder andere ethostechnieken, discursieve psychologie en online communicatie. Burger en Anemaet deden ook een kwalitatief onderzoek naar ethostechnieken in een steekproef van online discussies over *drink spiking*: iets in een drankje doen dat schade kan

toebrengen aan de drinker. Op basis van de eerder genoemde literatuurstudie en dit kwalitatieve onderzoek kwamen zij tot de volgende lijst met ethostechnieken (2011, p. 231):

Figuur 1 Ethostechnieken in online discussies over uitzonderlijke verhalen

Deskundigheid

- Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt.
- Een autoriteit aanhalen.
- Anticiperen op de tegenargumenten en vragen van de tegenstander die op jou als persoon of als bron betrekking hebben.
- Eigen deskundigheid benadrukken, door te verwijzen naar kennis, ervaring en opleiding.
- De afstand tot de bron van het verhaal variëren (uit de eerste, tweede of derde hand).

Eerlijkheid

- Zaken vermelden die in je nadeel lijken.
- Verwijzen naar de eigen eerlijkheid.

Welwillendheid

- De gemeenschappelijkheid benadrukken door eigenschappen van spreker of onderwerp te beklemtonen.
- Het publiek complimenteren en bedanken.
- Een gezamenlijke tegenstander zwart maken.

Bron: Burger (2014, p. 56)

Zoals de onderzoekers zelf aangeven, combineert het model bevindingen uit de klassieke en de moderne literatuur (Burger en Anemaet, 2011, p. 231). Zo zien we bijvoorbeeld duidelijk de driedeling van Aristoteles terug in het schema: deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid. Hierbij is opvallend dat er verhoudingsgewijs veel ethostechnieken zijn om de deskundigheid van de spreker te benadrukken. Ook geven Burger en Anemaet aan dat alle technieken gebruikt kunnen worden door zowel de voorstanders als de *debunkers* van in hun geval de verhalen over drink spiking (2011, p. 231).

Het onderzoek van Burger en Anemaet is zoals gezegd dus een steekproef. Van de 54 discussies die de onderzoekers vonden, hebben zij er 25 geanalyseerd. Die 25 discussies zijn willekeurig geselecteerd. De mogelijkheid bestaat dat er in de andere 29 discussies andere ethostechnieken voorkwamen die niet in het schema vermeld zijn. Bovendien geven de onderzoekers zelf aan dat nog gezien moet worden in hoeverre de resultaten te veralgemeniseren zijn voor andere online discussies: "The discussions in our sample probably differ from others in which personal experiences are not as centrally important (p. 237)."

Dat maakt een aansluitend onderzoek relevant: gebruiken de discussianten in de energiedrankdiscussie dezelfde ethostechnieken als de discussianten van drink spiking? Persoonlijke ervaring speelt in de energiedrankdiscussie wellicht een kleinere rol dan in het geval van de drink spiking- discussie. En verschillen die gevonden technieken veel van de technieken die Nederlandse nieuwsmedia inzetten? Zoals Burger en Anemaet zelf al aangeven in hun discussie: "More research is needed, but those who want to try this should be forewarned that content analysis of online discussions is a trying and often frustrating procedure. Still, rhetorical research stands to win by collecting and analyzing internet discussions: the Web is full of massive amounts of raw and juicy, largely un-moderated rhetorical material that can be collected unobtrusively."

Burgers proefschrift uit 2014 is het bewijs dat het schema van Burger en Anemaet goed toepasbaar is op mijn onderzoeksdata: hij gebruikte het schema met succes in zijn onderzoek naar misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies. Burger (2014) onderzocht dus net als in deze scriptie zowel nieuwsberichten als online discussies en focuste zich daarbij op retorica. Uit zijn onderzoek bleek dat van die drie ethosdimensies van Aristoteles, deskundigheid het meest gebruikt wordt door zowel journalisten als door forumdeelnemers. Een belangrijke ethostechniek is het variëren van afstand tot de bron van een verhaal (Burger, 2014, p. 296).

2.6 Journalistiek ethos en brongebruik

Sinds de twintigste eeuw is objectiviteit een kernelement van het journalistieke ethos (Burger 2014, p. 133). Er zijn echter ook journalisten die hun eigen ethos inzetten als middel om het publiek te overtuigen van de waarheid van hun verhalen. Zij beroepen zich op eigen waarneming en op de betrouwbaarheid van de opgevoerde bronnen.

Burger vond in zijn onderzoek een kloof tussen het vernaculaire domein en het domein van het nieuws (2014, p. 297). Journalisten beroepen zich op een beperkt aantal bronnen. Van die bronnen is het overgrote deel institutioneel, want die garanderen namelijk een regelmatige bron aan nieuws en een grote betrouwbaarheid. Niet-institutionele bronnen zijn minder bruikbaar als nieuwsbron: "deze hebben geen woordvoerders, sturen geen persberichten en zijn mede daardoor voor journalisten minder bruikbaar als nieuwsbron" (Burger 2014, p.180). Er is dus een eenzijdige keuze voor officiële bronnen binnen de journalistiek.

Nieuwsmedia krijgen vaak kritiek op de verslaggeving van risico's (Vasterman, Scholten & Ruigrok 2008, p.320). Zo zou volgens sommigen het wetenschappelijk perspectief op risico's zou door de media verwaarloosd worden. Vasterman et al. ontwikkelden een model om de verslaggeving over risico's in nieuwsmedia te beoordelen. Binnen dat model spelen zes vragen een rol: komen er voldoende verschillende bronnen aan bod, is er een dominant frame aanwezig, is er sprake van

risicoamplificatie, wordt er rekening gehouden met de risicobeoordeling van een leek, wordt er genoeg aandacht besteed aan de waarschijnlijkheid van het risico met betrekking tot wetenschappelijke data en als laatste zijn de nieuwsmedia voorzichtig met het gebruik van waarde geladen woorden die verbonden worden met bepaalde frames (Vasterman et al., 2008, p. 338)?

2.7 Samenvatting

De komst van het vernaculaire web heeft er voor gezorgd dat individuen op het web content kunnen delen en met elkaar in discussie kunnen gaan. Zij raadplegen niet langer meer een expert voor informatie, maar googelen zelf informatie en gaan discussies aan met andere niet-experts. De inhoud van deze discussies kan verschillen van wat instituties als nieuwsmedia en medische instellingen beweren en de autoriteit van experts wordt daarmee in twijfel getrokken. We spreken dan ook van een gezagscrisis: de grens tussen leek en expert vervaagt. Instituties hebben niet langer de absolute autoriteit (Howard, 2008a; 2008b).

Dat instituties niet langer de absolute autoriteit hebben, komt volgens Beck en De Vries omdat de instituties de nieuwe risico's en problemen die de modernisering heeft meegebracht, niet kunnen opvangen. Dit brengt nieuwe verhoudingen met zich mee tussen bestuurders, burgers en experts. Experts krijgen de rol van vertellers, de *definitiemacht*. Zij vertellen de burgers en bestuurders over nieuwe problemen en risico's waar ze zonder hen niets van wisten. Bestuurders krijgen ook een nieuwe rol: zij lossen niet langer de problemen van de burger op via allerlei regelingen, maar zij articuleren problemen die ze van de expert doorkrijgen en moeten burgers tot initiatief proberen aan te zetten. De burger krijgt dus meer verantwoordelijkheid en wordt individualistischer (Beck, 1992; De Vries, 2005).

Er is veel onderzoek gedaan naar alcohol in het nieuws waaruit onder andere bleek dat de berichtgeving over alcohol verschilt per land. Waar in het Verenigd Koninkrijk berichtgeving over alcohol vaak negatief geladen is en er in Schotland zelfs een alcoholprobleem geschetst werd dat er niet was, wordt in alcohol Zuid-Afrika zelden als uitdrukkelijk probleem omschreven (Forsyth, 2001; Lawhon & Herrick, 2013; Nicholls, 2001).

Retorica, en specifiek ethos, speelt een grote rol in deze scriptie. Bij ethos gaat het om de indruk die de spreker maakt op het publiek. Een spreker kan volgens Aristoteles een goede indruk maken op zijn publiek door ze ervan te overtuigen dat hij verstand van zaken heeft, de waarheid spreekt en de voorkeuren van het publiek lijkt te delen (Braet, 2007).

Deze scriptie sluit goed aan bij het onderzoek van Burger en Anemaet uit 2011. Zij deden onderzoek naar ethostechnieken in discussies op het internet over buitengewone ervaringen. Op

basis van een literatuurstudie en een kwalitatief onderzoek kwamen zij tot een lijst met ethostechnieken die een bruikbare basis vormt voor mijn onderzoek.

Journalisten beroepen zich in hun berichten op een beperkt aantal bronnen en dan vooral op institutionele bronnen. Die bronnen garanderen namelijk een regelmatige stroom aan nieuws en een grote betrouwbaarheid. Er is dus een eenzijdige keuze voor officiële bronnen binnen de journalistiek. Er is vaak kritiek op de verslaggeving van risico's in nieuwsmedia. Vasterman et al. (2008) hebben een model ontwikkeld dat zes criteria bevat om die verslaggeving te beoordelen.

3. Methode

In dit hoofdstuk zal de methode van dit onderzoek worden besproken. Als eerste zal worden ingegaan op de onderzoeksmethode. Vervolgens wordt uitleg gegeven over de materiaalselectie en als laatste komt de ethische verantwoording aan bod.

3.1 Onderzoeksmethode

De onderzoeksvraag van deze scriptie is: Welke ethostechnieken worden in nieuwsmedia en op internetforums ingezet om anderen van de (on)gevaarlijkheid van energiedrank te overtuigen? Om die ethostechnieken in kaart te kunnen brengen, wordt een kwalitatieve inhoudsanalyse in de vorm van een retorische analyse uitgevoerd.

Bij het in kaart brengen van de ethostechnieken wordt gebruik gemaakt van het schema dat bij het eerder besproken onderzoek door Burger en Anemaet (2011, p. 33) is opgesteld en door onder andere Burger (2014) is gebruikt bij zijn onderzoek naar drugs in drankjes.

Tabel 1: Ethostechnieken schema door Burger en Anemaet (2011)

Ethostechniek		Gelovig		Debunkend	
		N	%	N	%
1	Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	1	0,4	-	-
2	Beroep op een autoriteit	9	4,14	7	3,22
3	Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben	18	8,2	10	4,6
4	Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring	22	10,13	11	5,06
5	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.1: uit eerste hand	47	21,65	5	2,3
6	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.2: uit tweede hand	14	6,45	-	-
7	De afstand verkleinen tot de bron. Cat.3: uit derde hand	10	4,6	2	0,92
8	Zaken vermelden die in je nadeel lijken.	14	6,45	2	0,92
9	Naar de eigen eerlijkheid verwijzen	-	-	1	0,4
10	De gemeenschappelijkheid benadrukken	9	4,14	4	1,84
11	Het publiek complimenteren en bedanken	3	1,38	-	-
12	Een gezamenlijke tegenstander zwart maken	26	12,22	2	0,92
	Totaal	173		44	

Bron: Burger, 2014, p. 189

Een snelle blik op het schema leert ons dat het aannemelijk is te denken dat een deel van de ethostechnieken ook gebruikt zal worden in de energiedrankdiscussie. Mensen kunnen zeggen dat zij heel veel energiedrank drinken en nooit ergens last van hebben (de vierde ethostechniek), ze

kunnen zich beroepen op uitspraken van een voedingsdeskundige (de derde ethostechniek) of zelfs zeggen dat ze voedingsdeskundige zijn (ethostechniek vier). Toch kan niet zomaar aangenomen worden dat alle ethostechnieken voor zullen komen in de energiedrankdiscussie, omdat het schema specifiek is opgesteld voor discussies over folkloreverhalen en niet voor discussies over voeding en gezondheid. Dit onderzoek is dan ook niet alleen een kwantitatieve analyse waarbij simpelweg in het schema geturfd wordt hoe vaak elke ethostechniek voorkomt. Allereerst zal een kwalitatieve analyse uitgevoerd worden om het schema met ethostechnieken waar nodig uit te breiden en aan te passen. Dat nieuwe schema wordt vervolgens de basis voor de kwantitatieve analyse.

Zoals in het schema te zien is, wordt er zowel gekeken naar de believers als naar de debunkers. Burger maakt deze tweedeling in navolging van de Amerikaanse criminologe Pamela Donovan. Zij deed in 2002 onderzoek naar de manier waarop gebruikers van Usenet eind jaren negentig discussieerden over drie kwesties die vaak zijn benoemd als broodje aap. Zij richtte zich in haar onderzoek op degenen die de verhalen niet geloofden, de debunkers, maar ook op zij die dat wel doen, de believers (Burger, 2014, p. 9). Ook in dit onderzoek is het onderscheid tussen debunkend en gelovig relevant, want zowel voorstanders als tegenstanders van energiedrank mengen zich in de discussie.

Burger maakt in zijn onderzoek nog meer indelingen in navolging van Donovan. Zo onderscheidt hij verschillende stijlen van geloof: instrumenteel geloof, fervent geloof, ervaringsgeloof en debunking. Deze indeling speelt gezien de omvang van dit onderzoek in deze analyse echter geen rol.

3.2 Materiaalselectie

In dit onderzoek zullen nieuwsberichten en forumdiscussies onderworpen worden aan een retorische analyse. Deze nieuwsberichten en forumdiscussies zijn gevonden via een online database en een online zoekmachine. Hieronder volgt een toelichting van de materiaalselectie en een opsomming van de gemaakte keuzes bij de codering van de forum- en nieuwsberichten.

3.2.1 Forumberichten

Bij de analyse van de forumberichten beperkt dit onderzoek zich niet tot slechts één forum. De discussie wordt namelijk niet alleen gevoerd door bezorgde ouders, maar ook door groepen als kinderen en zwangere vrouwen.

De forumdiscussies zijn gevonden via Google 'energiedrank forum' en 'energydrink forum', periode 08-12-2010-08-12-2014. De gevonden forumdiscussies zijn vervolgens gefilterd op relevantie. Forumdiscussies die op basis van de titel en het startbericht leken te gaan over de gevaarlijkheid van

energiedrank namen soms na slechts een paar berichten al een andere wending en zijn daarom uit dit onderzoek weggelaten. Andersom waren er ook forumdiscussies die op het eerste oog niet relevant leken voor dit onderzoek, maar dat bij verder doorlezen wel degelijk waren. Die discussies zijn uiteraard wel meegenomen in dit onderzoek. Forumdiscussies die minder dan tien reacties hadden, zijn gezien de omvang van dit onderzoek afgefallen. Na deze selectie bleven de volgende forums¹ over:

Tabel 2: Overzicht geanalyseerde forums

Forum	Deelnemers	Aantal berichten	Aantal relevant
FOK	71	98	42
FOK	55	104	44
Sekswoordenboek	67	302	71
Scholieren	22 ²	27	19
Girlsceen	9	11	7
Bodynet	8	10	8
Partyflock	18	44	12
Scholieren	12	17	13
VIVA	23	27	19
FOK	27	100	19
Totaal	312	740	254

3.2.1.1 Irrelevante berichten

Er zijn op forums altijd mensen die dingen zeggen of benoemen die niet relevant zijn in de discussie. Reclames en te ongepaste reacties worden er door beheerders vaak uitgehaald, maar er blijven vaak nog veel irrelevante berichten over. Berichten die niet genoeg met energiedrank en de (on)gevaarlijkheid ervan te maken hebben, zijn niet meegenomen in deze analyse. Een voorbeeld van zo'n reactie is de reactie van Sylphide75 op het forum van VIVA. Zij reageert op de vraag van 767565 of het slecht is om een blikje energiedrank te drinken als je zwanger bent met het volgende antwoord:

¹ Zie bijlage 8.1 voor meer informatie over de forumdiscussies

² Een aantal deelnemers op dit forum heeft zijn/haar account verwijderd, waardoor er als naam bij de reactie 'verwijderd' staat. Die reacties zijn steeds als unieke deelnemer geteld, maar het is dus mogelijk dat er in werkelijkheid iets minder unieke deelnemers zijn.

“Na de derde maand gaat de moeheid over. Bij mij wel tenminste, bij alle drie de zwangerschappen. Gewoon gaan rusten als jij er behoefte aan hebt en als dat kan natuurlijk.”

Sylphide75 geeft haar ervaring met vermoeidheid tijdens de zwangerschap, maar negeert de vraag naar energiedrank. Haar reactie wordt in dit onderzoek dan ook als irrelevant bestempeld en niet meegenomen in de analyse.

3.2.1.2 Dubbele ethostechnieken

De forumberichten in deze analyse zijn geanalyseerd per bericht en niet per persoon. Dat wil zeggen dat als dezelfde discussiant op een ander moment in de discussie dezelfde techniek toepast, die techniek ook twee keer geteld wordt. Wanneer in een bericht twee keer dezelfde ethostechniek gebruikt wordt, wordt de techniek maar een keer geteld in het schema.

3.2.1.3 Emoticons

Op veel forums kunnen mensen gebruik maken van smileys of emoticons: afbeeldingen of combinaties van tekens waarmee emoties kunnen worden weergegeven. Sommige mensen gebruiken die te pas en te onpas; achter elke zin komt een lachend gezichtje. In de forumberichten uit het corpus van deze analyse hadden de emoticons en smileys echter vaak een versterkende betekenis.

Het is lastig om de precieze definitie van de figuurtjes te bepalen. Er zijn op het internet verschillende lijsten te vinden die proberen een vertaling of verklaring van de emoticons te bieden. Maar ook die lijsten bieden geen houvast, want het is de vraag of iedereen emoticons op dezelfde wijze gebruikt. De emoticon :) is bijvoorbeeld een lastige. Volgens ‘de lijsten’ zou deze emoticon zowel schaamte als lachen betekenen, maar veel mensen in mijn omgeving gebruiken hem ironisch.

De lastige definieerbaarheid van de emoticons en het feit dat ze iets versterken dat er toch al is, heeft me ertoe doen besluiten ze niet mee te nemen in mijn analyse.

3.2.1.4. Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt en verwijzen naar eigen ervaring

Het onderscheid tussen aangeven dat je wat je zegt, getest hebt en verwijzen naar eigen ervaring lijkt in eerste instantie lastig te maken. De technieken liggen dicht bij elkaar, maar de eerste is iets specifiek. Met de eerste ethostechniek wordt niet alleen verwezen naar de algemene eigen ervaring, maar naar een specifieke poging om op een bepaald moment een bepaalde bewering te toetsen. Reacties als die van Noox op het FOK-forum zullen dus onder de eerste ethostechniek vallen:

“Ik heb eens aantal jaar terug op 1 dag 9 blikjes vrij snel achter elkaar gedronken, (als wedstrijdje met een vriend), daar helemaal geen last van gehad en sliep 's nachts als een trein 😊”

Reacties als die van Acespade op het scholieren.com-forum onder de derde ethostechniek:

“Ik heb zelf een verslaving gehad en ik begon daadwerkelijk op energiedrank te leven. Ik had veel last van hartkloppingen. Verder ook veel last van slaapproblemen . Ik denk dat roken/ wiet tegelijk minder schadelijk is als energiedrank.”

3.2.2 Nieuwsberichten

De nieuwsberichten zijn verzameld via LexisNexis *Academic*. De zoekopdracht bestond uit de termen ‘Energiedrank’ en ‘Energydrink’. Uit de resultaten van die zoekopdracht zijn de berichten waarin energiedrank een te kleine rol speelde, verwijderd. Ook de berichten uit Vlaamse media zijn verwijderd, om de eenvoudige reden dat dit onderzoek een Nederlands onderzoek betreft. Als laatste zijn alle berichten die te veel op elkaar leken, vaak omdat het doorgeplaatste ANP-berichten waren, ook uit de resultaten gefilterd. Na al deze selecties bleven er nog te veel berichten over om te kunnen behandelen binnen de omvang van deze scriptie. Om het aantal zoekresultaten te beperken en het onderzoek zo actueel mogelijk te houden zijn daarom alleen de berichten van de afgelopen vijf jaar geselecteerd. Ook zijn, net als bij de forumberichten, alleen de berichten die echt gaan over de (on)gevaarlijkheid van energiedrank geselecteerd. Uiteindelijk bleven 42 nieuwsberichten over. Een compleet overzicht van de nieuwsberichten is opgenomen in de bijlagen.

Net als bij de forumberichten worden ook de nieuwsberichten per bericht geanalyseerd. Als een journalist zich in een nieuwsbericht bijvoorbeeld drie keer op een autoriteit beroept, wordt de ethostechniek dus maar één keer geteld in het schema.

3.3 Ethische verantwoording

Voordat in het volgende hoofdstuk zal worden ingegaan op de resultaten van de analyse, is het goed om stil te staan bij de ethische verantwoording van dit onderzoek. Mogen de berichten die mensen op een forum plaatsen zomaar gebruikt worden in mijn onderzoek? Peter Burger (2014, blz. 111) citeert bij de ethische verantwoording van zijn onderzoek Ess et al. (2002) en Eysenbach & Till (2001). Volgens hen zijn de belangrijkste overwegingen bij deze ethiekvraag de toegankelijkheid en kwetsbaarheid van de onderzochte groepen. “Bij forums die minder openbaar zijn (bijvoorbeeld door registratieprocedures), die relatief weinig leden hebben, waarvan de leden gestigmatiseerd worden en waar de gepercipieerde privacy hoog is, zal de onderzoeker meer maatregelen moeten nemen om

de data te anonimiseren, bijvoorbeeld door het forum een andere naam te geven, namen (ook nicknames) van gebruikers te vervangen door (andere) pseudoniemen en citaten zo te wijzigen dat ze niet meer met zoekmachines te herleiden zijn tot de bron.”

De forums die in deze analyse geanalyseerd worden zijn allemaal openbaar. De discussies zijn allemaal gemakkelijk te vinden via zoekmachines als Google. Iedereen die het wil, kan de reacties en discussies op de forums lezen. Het zijn grote forums, waarop vrijwel iedereen nicknames gebruikt. Dit wijst erop dat de forumgebruikers niet de indruk hebben in een privé-omgeving te discussiëren. Er is voor dit onderzoek, en in het bijzonder voor het citeren van de forumgebruikers, dan ook geen toestemming gevraagd aan de forumdiscussianten.

3.4 Betrouwbaarheid onderzoek

De betrouwbaarheid van dit onderzoek is onderzocht met behulp van Cohen's Kappa, een maat voor interbeoordelaarsbetrouwbaarheid. Na de kwalitatieve analyse zijn de gevonden ethostechnieken vastgelegd in een codeboek (zie bijlage 8.3). Met behulp van dit codeboek is de kwantitatieve analyse uitgevoerd; de forum-en nieuwsberichten zijn hiermee gecodeerd. Om de betrouwbaarheid van de kwantitatieve analyse te onderzoeken is achteraf willekeurig een van de forumdiscussies (Partyflock) uitgekozen en geanalyseerd door een tweede codeur. Die uitkomsten zijn vastgelegd en vervolgens is met Cohen's Kappa bepaald hoe sterk de coderingen van de eerste codeur en de coderingen van de tweede codeur overeenkwamen.

Uit de formule van Cohen's Kappa komt een waarde tussen de -1 en de 1. Als het gaat om de vraag vanaf welke waarde we kunnen spreken van een betrouwbaar onderzoek, wordt vaak gewezen op het onderzoek van De Wever, Schellens, Valcke en Van Keer (2006). Zij nemen naar aanleiding van eerdere onderzoeken de houding aan dat waarden onder de 0.4 als slecht beoordeeld worden en waarden tussen de 0.4 en 0.75 als redelijk tot goed. Is de waarde boven de 0.75, dan wordt dit door hen gezien als goed tot uitstekend (De Wever et al. 2006, p. 10).

Door de controle met Cohen's Kappa pas achteraf te doen, werd het risico gelopen dat de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van dit onderzoek te laag was. Dat is niet het geval gebleken, zoals de tabel hieronder getuigt. Om toch nog zekerder te zijn van een betrouwbaar onderzoek, zijn ook een aantal nieuwsberichten door een tweede codeur gecodeerd. Die nieuwsberichten zijn door de tweede codeur willekeurig geselecteerd, een overzicht van de gecodeerde berichten is te vinden in de bijlagen.

Tabel 3: Resultaten interbeoordelaarsbetrouwbaarheid forumdiscussie Partyflock

Ethostechniek	Cohens Kappa
Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	*
Beroep op een autoriteit	.876
Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben	1
Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring	.759
De afstand verkleinen tot de bron. Cat 1: uit eerste hand	**
De afstand verkleinen tot de bron. Cat 2: uit tweede hand	**
De afstand verkleinen tot de bron. Cat 3: uit derde hand	**
Betrouwbaarheid/geschiktheid van andermans bronnen in twijfel trekken	**
Een gezamenlijke tegenstander zwart maken	1
Het publiek begroeten/afscheid nemen	**
Meepraten/ het publiek gelijk geven	1

Tabel 4: Resultaten interbeoordelaarsbetrouwbaarheid nieuwsberichten

Ethostechniek	Cohens Kappa
Beroep op een autoriteit	1
Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring	.746
De afstand verkleinen tot de bron. Cat 2: uit tweede hand	.817

*Om een kappawaarde te berekenen, moet een variabele minimaal één keer gescoord worden door beide codeurs. In dit geval had de tweede codeur de variabele gescoord en de eerste codeur niet, waardoor de kappawaarde niet berekend kan worden.

** In deze gevallen was er totale overeenstemming: zowel de eerste als de tweede codeur vonden dat deze technieken niet voorkomen in het geanalyseerde forum. Er is dus een totale overeenstemming, maar de kappawaarde kan door de 0-waarden, zoals hierboven aangegeven, niet worden berekend.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van de analyse van zowel de forumberichten als de nieuwsberichten worden besproken. Allereerst zullen de resultaten van de analyse van de forumberichten uiteen worden gezet. De gevonden ethostechnieken en hun frequentie zullen, zoals eerder al aangegeven, schematisch worden weergegeven en iedere ethostechniek zal verduidelijkt worden aan de hand van een voorbeeld. Vervolgens zullen de resultaten van de analyse van de nieuwsberichten worden besproken op dezelfde wijze als de resultaten van de analyse van de forumberichten. De resultaten worden bewust in twee delen besproken: op deze manier kunnen de overeenkomsten en verschillen tussen beide corpussen het best worden vergeleken.

4.1 Analyse forumberichten

Hieronder zullen de resultaten van de analyse van de forumberichten worden besproken.

4.1.1 Debunkend, gelovig en onpartijdig

In eerdere onderzoeken van Burger is, zoals eerder al vermeld, onderscheid gemaakt tussen de mensen die geloven in een verhaal en de mensen die dat niet doen: de gelovers en de debunkers. Die indeling is in zekere zin ook te maken in de energiedrankdiscussie. Er zijn mensen die er van overtuigd zijn dat energiedrank slecht voor je is en er zijn mensen die dat onzin vinden. Maar er zijn ook een aantal mensen die niet in te delen zijn in die categorieën. Mensen die een neutraal antwoord geven op vragen of opmerkingen die forumdiscussianten stellen, zoals Sinfonia op het Girlscene-forum:

“Well, stop dan gewoon het te drinken. Het is toch niet cool.”

Sinfonia vindt energiedrankjes niet cool en ze vindt ook dat je er beter mee kunt stoppen als je er gezondheidsklachten van krijgt. Ze zegt echter niet dat energiedrankjes gevaarlijk zijn of ongezond, ze neemt niet nadrukkelijk een houding voor of tegen energiedrank aan. Reacties zoals die van Sinfonia verdienen daarom een eigen categorie: de onpartijdigen. Alle reacties van discussianten waarvan niet met zekerheid te zeggen is of ze gelovig of debunkend zijn zullen onder die categorie vallen.

Een ander voorbeeld van een reactie die in deze categorie past is die van Dipkip op het forum van FOK:

“Denk dat het gewoon sterk verschilt tussen mensen hoe ze reageren op dat soort spul. Ik kan er ook niet tegen, maar ik kan ook niet goed tegen koffie (trillende handen enzo). Daarom drink ik het nooit, en ja als je het dan toch drinkt heeft het natuurlijk veel meer effect dan op iemand die het gewend is. Het zelfde heb ik met alcohol, ik ben van twee glazen al flink aangeschoten en met drie ben ik wankel op mn benen. Als ik nou 3x per week ging drinken kon ik vast in no-time die hoeveelheden drinken zonder ook maar iets te merken. Maar als je maar 2x per jaar drinkt kun je serieus je dronken voelen van zo weinig.”

Dipkip geeft aan ook gezondheidsklachten te krijgen van energiedrank, maar beweert niet stellig dat de drankjes gevaarlijk zijn. Hij nuanceert het gevaar van energiedrank door te vertellen dat het per persoon verschilt en neemt daarin een rol in die valt tussen gelovig en debunkend: onpartijdig.

4.1.2 Extra ethostechnieken

Naast de extra categorie, onpartijdig, zijn er ook drie extra ethostechnieken gevonden ten opzichte van het schema van Burger en Anemaet.

Het publiek begroeten/ afscheid nemen

De eerste extra techniek is het publiek begroeten/afscheid nemen, een techniek die valt onder de ethosdimensie welwillendheid. Verschillende forumgebruikers sluiten hun berichten af door afscheid te nemen van de andere forumgebruikers of beginnen hun bericht juist met een begroeting om hen welwillend te stemmen. Een voorbeeld is Appelzientjuh die het zelfs allebei doet op het Girlscene-forum:

*“Halloo,
elke keer als ik energiedrink ben aan het drinken voel ik me hartstikke van de wereld af.
(...)
mijn vraag is is er iemand bij die hier dezelfde ervaring mee heeft?
of weet waar het aan zou kunnen liggen.
want gezond is het niet.
Liefs, Fenna”*

Meepraten/ het publiek gelijk geven

De tweede extra ethostechniek is meepraten/het publiek gelijk geven, een techniek die ook onder welwillendheid valt. Er zijn forumgebruikers die hun bericht beginnen met het gelijk geven van

andere gebruikers, zoals ItsSavannahx3 op het FOK-forum. Zij quote eerst een eerdere reactie om vervolgens aan te geven dat zij hetzelfde vindt:

“Op vrijdag 4 februari 2011 21:32 schreef CernunnosCeltic het volgende:

Ik drink elke dag 2-3blikjes, nooit zo iets opgemerkt.”

ik ook, alle soorten.

i love energiee.”

De betrouwbaarheid/geschiktheid van andermans bronnen betwijfelen

De derde extra ethostechniek is de betrouwbaarheid/geschiktheid van andermans bronnen betwijfelen. Deze categorie valt onder de ethosdimensie deskundigheid. Een voorbeeld is de reactie van Life 2.0 op het FOK-forum:

“tering dit is zelfs slecht voor de telegraaf 😊👍”

De reactie van Life 2.0 slaat op het bericht waarmee het forum gestart werd, een artikel waarin een arts geïnterviewd wordt over de gevaren van energiedrank. Life 2.0 plaatst na dit bericht nog veel meer debunkende berichten en dit bericht lijkt dan ook vooral bedoeld om anderen van zijn gelijk te overtuigen. Door een bron die het tegenovergestelde meent, af te kraken, hoopt hij mensen ervan te overtuigen dat hij deskundig is.

4.1.3 Afgevalen ethostechnieken

Er zijn niet alleen ethostechnieken toegevoegd aan het schema. Sommige ethostechnieken die Burger en Anemaet (2011) vonden in hun onderzoek, zijn in mijn analyse van de forumberichten niet gevonden en daarom verwijderd uit het schema. Het betreft de volgende ethostechnieken:

- Zaken vermelden die in je nadeel lijken
- Naar de eigen eerlijkheid verwijzen
- De gemeenschappelijkheid benadrukken
- Het publiek complimenteren en bedanken

4.1.4 Blijvende ethostechnieken

Uiteraard zijn er ook ethostechnieken uit het schema van Burger en Anemaet (2011) blijven staan. In totaal zijn acht ethostechnieken blijven staan.

Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt

Deze techniek is al eerder besproken in het vorige hoofdstuk. Met deze ethostechniek wordt verwezen naar een specifieke poging om op een bepaald moment een bepaalde bewering te toetsen, zoals Dropdown doet op het FOK-forum:

“Goed, om maar even inhoudelijk te reageren. 1 Blikje valt allemaal wel mee. Ik heb 1x 3,5 liter op 1 dag gedronken, doe het nooit weer 😊. Volgende ochtend flink wat bloed geroggeld, knallende koppijn de hele dag en op willekeurige momenten trips van 2-3 minuten 😊”

Beroep op een autoriteit

Verschillende forumgebruikers onderbouwen hun standpunt door te verwijzen naar websites of krantenartikelen. Maar er wordt ook naar andere autoriteiten verwezen, zoals de eigen tandarts en verloskundige. Biessie op het VIVA-forum is een voorbeeld van iemand die verwijst naar een website als beroep op een autoriteit:

“Op de site van het voedingscentrum staat dat zwangere vrouwen Max 1 blikje per dag mogen”

Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben

Als forumgebruikers vertellen dat ze zich heel ziek voelden na het drinken van een energiedrankje, vragen veel andere forumgebruikers zich af of die personen niet gewoon een zwakke gezondheid hebben. Om die vragen voor te zijn, verdedigen veel forumgebruikers zich al bij voorbaat. Ze melden dat ze normaal nooit last hebben van drankjes of niet snel ziek zijn. Appelzientjuh van het Girlscene-forum doet dit bijvoorbeeld met de woorden tussen haakjes:

“(..) Eenmaal daar werd ik duizelig, begon enorm te zweten, hartkloppingen, misselijk, zag zwart voor me ogen, en was totaal van de wereld af. Gewoon niet normaal meer, en nog nooit zo slecht gevoeld (dat wilt heel wat zeggen bij mij) (...)”

Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring

Onder deze categorie vallen mensen die verwijzen naar hun beroep en opleiding, zoals Acespade op het scholieren.com-forum:

“Ik werkte in een winkel en Redbull en energie dranken zijn uit de rotatie gehaald omdat ze 4 dagen lang op de zwarte lijst stonden. Omdat het te schadelijk was voor het lichaam.”

Onder deze categorie vallen ook de vele discussianten die stellen dat energiedrank slecht is door te verwijzen naar koffie, frisdranken en roken. Ze maken een vergelijking. Dat is een inhoudelijk argument (logos), maar interessant is wel dat de discussianten hiermee ook verwijzen naar hun eigen kennis. Ze willen geloofwaardiger overkomen door te strooien met hun kennis:

“Vroeger dronk ik ook die rotzooi, tot ik een keer het etiket las. Lees het etiket, ik kan me moeilijk voorstellen dat je die troep in je lichaam wil hebben. Dat gezegd hebbende moet ik terugdenken aan een bijbaantje tijdens mijn studententijd waar ik een weekje moest schoonmaken op de afdeling Verloskunde van een ziekenhuis. Daar zag ik zwangere vrouwen veel sigaretten roken in de rookruimte terwijl ze opgenomen waren vanwege een dreigende vroeggeboorte. Als zelfs dat geen motivatie is om (tijdelijk) te stoppen met roken, tja.”

Ten slotte worden in deze analyse ook de pogingen van forumdiscussianten om alternatieven aan te dragen, gerekend tot deze ethostechniek. Omdat ook dit een techniek is om geloofwaardiger over te komen door je kennis ten toon te spreiden. Op het forum van vrouwenblad VIVA past Quinty deze techniek toe:

“Drink water of thee, pers wat sinaasappels, koop een sapcentrifuge en maak smoothies, maar drink niet die gore shit. En accepteer gewoon die vermoeidheid.”

De afstand verkleinen tot de bron. Cat. 1: uit eerste hand

Wanneer forumdiscussianten een persoonlijk verhaal vertellen over hun ervaringen met energiedrank, krijgt dat bericht de codering ‘de afstand verkleinen tot de bron. Cat. 1: uit eerste hand’. Het eerder genoemde bericht van Appelzientjuh op het Girlscene-forum is hier een voorbeeld van:

“Eenmaal daar werd ik duizelig, begon enorm te zweten, hartkloppingen, misselijk, zag zwart voor me ogen, en was totaal van de wereld af.”

De afstand verkleinen tot de bron. Cat. 2: uit tweede hand

Bij deze ethostechniek vertellen discussianten over iemand uit hun omgeving: een kennis, een met name genoemde vriend of een plaatselijke bekendheid. Ze gebruiken die persoon als referentie, zoals xminator op het FOK-forum:

“Ik ken een jongen die er iets van 8 achtermekaar had gedronken en eindigde in het ziekenhuis met hartkloppingen. Dat was dus iemand die best jong is (20 jaar)”

De afstand verkleinen tot de bron. Cat. 3: uit derde hand

Bij deze categorie is de persoon waarnaar verwezen wordt onbekend. De hoofdpersoon wordt niet geïdentificeerd. Een voorbeeld hiervan komt van Little Phoebe op het Scholieren-forum:

“Ik hoorde laatst wel iets over een meisje dat er te veel van had gedronken en daar onwel van was geworden, maar het schijnt dat zij er 20 in 24 uur op had.”

Een gezamenlijke tegenstander zwart maken

Een niet veelgebruikte techniek waarmee geprobeerd wordt het publiek welwillend te stemmen door een gezamenlijke tegenstander zwart te maken. Van H tot Z doet dit op het Partyflock-forum, hij maakt ‘ze’ zwart, waarmee hij waarschijnlijk op de regering doelt:

“Ja niet normaal. Die blikjes kosten ook echt 25 cent ofzo, en ze zien de gevaren er niet van in. Gaan ze nu wel de leeftijd verhogen van alcohol van 16 naar 18, beter kijken ze hier eens na. Maar dat doen ze pas over 6 tot 8 jaar als er een hele generatie door naar de klote is gegaan.”

4.1.5 Conclusie

Aan het originele schema met ethostechnieken van Burger en Anemaet (2011) zijn dus een aantal technieken toegevoegd en er zijn een aantal technieken verwijderd. Acht ethostechnieken zijn blijven staan. Na het toevoegen en verwijderen van de gevonden en niet gevonden ethostechnieken komt het schema er als volgt uit te zien:

Tabel 5: Ethostechnieken in forumdiscussies

Ethostechniek		Gelovig		Onpartijdig		Debunkend		Totaal	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	-	-	-	-	1	0,3	1	0,3
2	Beroep op een autoriteit	25	8,4	8	2,7	6	2	39	13,1
3	Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben	10	3,4	3	1	-	-	13	4,4
4	Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring	142	47,8	9	3	50	16,8	201	67,7
5	De afstand verkleinen tot de bron. Cat 1: uit eerste hand	7	2,4	-	-	-	-	7	2,4
6	De afstand verkleinen tot de bron. Cat 2: uit tweede hand	8	2,7	-	-	1	0,3	9	3
7	De afstand verkleinen tot de bron. Cat 3: uit derde hand	3	1	-	-	-	-	3	1
8	Betrouwbaarheid/geschiktheid van andermans bronnen in twijfel trekken	-	-	-	-	9	3	9	3
9	Een gezamenlijke tegenstander zwart maken	1	0,3	-	-	-	-	1	0,3
10	Het publiek begroeten/afscheid nemen	4	1,3	1	0,3	1	0,3	6	2
11	Meepraten/publiek gelijk geven	5	1,7	-	-	3	1	8	2,7
	Totaal	205		21		71		297	

Er zijn een paar zaken die direct opvallen wanneer we naar het schema kijken. Allereerst zien we dat de meeste ethostechnieken afkomstig zijn van gelovers. Met 205 ethostechnieken staan zij qua aantal boven de 71 technieken van debunkers en de 21 technieken van de onpartijdigen. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat er veel meer gelovers dan debunkers zijn in de energiedrankdiscussies op forums. Op die cijfers is dit onderzoek echter niet gericht en interessanter is dan ook de volgende kwestie.

Figuur 2: Top 3 ethostechnieken op internetforums

1. Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring
2. Beroep op een autoriteit
3. Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben

Te zien is dat de techniek ‘verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring’ het meest gebruikt wordt op de forums. Ook een beroep doen op een autoriteit staat hoog op de lijst. Beide technieken vallen onder de dimensie deskundigheid. Welwillendheid is een minder populaire categorie, maar opvallender is het ontbreken van ethostechnieken die onder de categorie eerlijkheid vallen. Forumdiscussianten lijken het belangrijker te vinden om deskundig en welwillend over te komen, dan eerlijk. Ook is het mogelijk dat forumdiscussianten eerlijkheid niet benadrukken omdat ze ervan uitgaan dat die niet ter discussie staat.

Als we naar het verschil in gebruik van ethostechnieken tussen gelovigen, onpartijdigen en debunkers kijken, zien we geen hele grote verschillen. Wat wel opvalt, is dat gelovigen vaker meepraten met het publiek voordat ze hun eigen mening geven. Gelovigen gebruiken meer ethostechnieken uit de ethosdimensie welwillendheid dan onpartijdigen of debunkers. Een ander opvallend gegeven is dat debunkers vaak de betrouwbaarheid of geschiktheid van de bronnen van de tegenstander in twijfel trekken om zo deskundiger over te komen, terwijl onpartijdigen en gelovigen dit niet doen. Deze uitkomst doet denken aan een soortgelijke vondst van Burger in zijn onderzoek naar verkrachtingsdrugs. Hij vond dat debunkers vaak harde bewijzen en goede bronnen eisen voordat ze iets geloven en gelovigen in die zin harder moeten werken: “Het ethos van degenen die hun geloof baseren op eigen ervaringen met drugs in drankjes, is het kwetsbaarst: zij moeten dus het hardst werken aan hun betrouwbaarheid (Burger, 2014, p. 203).”

4.2 Analyse nieuwsberichten

Hieronder zullen de resultaten van de analyse van de nieuwsberichten worden besproken.

4.2.1 Beroep op een autoriteit

De meest gebruikte ethostechniek door nieuwsmedia is ‘beroep op een autoriteit’. Zo voeren journalisten deskundigen op in hun artikelen. NRC Next beroept zich bijvoorbeeld op het voedingscentrum:

“Patricia Schutte van het Voedingscentrum maakt een einde aan de onzekerheid over energiedranken. Onzekerheid die velen ook bezighoudt op internet. „Energiedranken, zoals

Red Bull, Burn, Monster en Bullit, zijn gewone frisdranken met veel calorieën door de aanwezige suikers."

Metro beroept zich op de Nederlandse Vereniging voor Kindergeneeskunde:

"Energiedrankjes zijn nergens goed voor", stelt kinderarts Rolf Pelleboer namens de NVK. "

En ten slotte wordt ook de GGD vaak opgevoerd als autoriteit, zoals door Dagblad van het Noorden, die gelijk een paar autoriteiten noemen:

"Energiedrankjes zijn misschien net zo slecht voor de gezondheid als alcohol, stelt een aantal medisch specialisten, voedingsdeskundigen en tandartsen. Nu het kopen van alcohol en sigaretten beneden de 18 jaar verboden is, zou de verkoop van energiedrankjes aan de jeugd ook aan banden gelegd moeten worden, bepleit cardioloog Janneke Wittekoek. GGD Nederland pleitte daar in 2012 ook al voor."

Op de tweede plaats van meest gebruikte ethostechnieken staat verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring. Als er in nieuwsberichten informatie wordt gegeven zonder dat die informatie aan een bron wordt toegeschreven, is die informatie gecodeerd als verwijzen naar eigen kennis. Een voorbeeld vinden we in het Haarlems Dagblad:

"Een 'overkill' aan energiedrank kan grote gevolgen hebben voor jongeren tussen de dertien en achttien jaar. Vooral bij kinderen met diabetes of een hartafwijking kan het leiden tot een beroerte, hartaanval of in het ergste geval, kan dit de dood tot gevolgen hebben."

Als laatste vertellen journalisten vaak iemand gesproken te hebben die ervaring heeft met energiedrankjes. Die persoon wordt opgevoerd in de nieuwsberichten, een techniek die valt onder de noemer 'de afstand verkleinen tot de bron Cat 2: uit tweede hand'. In onderstaand citaat uit het Noordhollands Dagblad is bijvoorbeeld sprake van deze ethostechniek:

"Het verbod is terecht, vinden Nick en zijn vriend Tom Kelly (15). „Sommigen zitten echt te stuiten in de les, vertelt Tom, die niet zo vaak energiedrankjes drinkt. "

4.2.2 Conclusie

Uit de analyse van de nieuwsberichten blijkt dat journalisten weinig verschillende ethostechnieken

gebruiken om hun publiek te overtuigen. Met slechts drie verschillende ethostechnieken gebruiken nieuwsmedia er veel minder dan de elf ethostechnieken van de forumgebruikers. Daarover later meer in het hoofdstuk over de resultaten van deze analyse. Om de vergelijking tussen het gebruik van ethostechnieken op internetforums en in nieuwsmedia zo makkelijk mogelijk te maken, zijn de bevindingen van de analyse van de nieuwsberichten in hetzelfde schema gezet als bij de bevindingen van de analyse van de forumberichten:

Tabel 6: Ethostechnieken in nieuwsberichten

Ethostechniek		Gelovig		Onpartijdig		Debunkend		Totaal	
		N	%	N	%	N	%	N	%
1	Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Beroep op een autoriteit	31	41,9	8	10,8	2	2,7	41	55,4
3	Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben	-	-	-	-	-	-	-	-
4	Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring	17	23	5	6,8	2	2,7	24	32,4
5	De afstand verkleinen tot de bron. Cat 1: uit eerste hand	-	-	-	-	-	-	-	-
6	De afstand verkleinen tot de bron. Cat 2: uit tweede hand	8	10,8	1	1,4	-	-	9	12,2
7	De afstand verkleinen tot de bron. Cat 3: uit derde hand	-	-	-	-	-	-	-	-
8	Betrouwbaarheid/geschiktheid van andermans bronnen in twijfel trekken	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Een gezamenlijke tegenstander zwart maken	-	-	-	-	-	-	-	-
10	Het publiek begroeten/afscheid nemen	-	-	-	-	-	-	-	-
11	Meepraten/publiek gelijk geven	-	-	-	-	-	-	-	-
	Totaal	56		14		4		74	

Net als bij het onderzoek van Burger naar verhalen rondom de Smileybende (2014) blijkt ook uit deze analyse dat nieuwsmedia vooral gebruik maken van ethostechnieken die te maken hebben met deskundigheid. Een beroep doen op een autoriteit is het populairst, gevolgd door verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring en de afstand verkleinen tot de bron: uit tweede hand.

Opvallend is dat nieuwsmedia weinig lijken te geven om eerlijkheid en welwillendheid. Wellicht denken ze dat ze niet hoeven te bewijzen eerlijk en welwillend te zijn, omdat ze al een bepaalde reputatie genieten. Maar dat is giswerk.

Figuur 3: Top 3 ethostechnieken in nieuwsberichten

1. Beroep op een autoriteit
2. Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring
3. De afstand verkleinen tot de bron Cat 2: uit tweede hand

Wat verder opvalt is dat er veel meer gelovige nieuwsberichten dan onpartijdige of debunkende zijn. Er zijn geen grote verschillen in ethosgebruik te zien tussen de categorieën gelovig, onpartijdig en debunkend. Al gebruiken de schrijvers van gelovige berichten vaak de vijfde ethostechniek uit het schema: de afstand verkleinen tot de bron Cat 2: uit tweede hand, en debunkende en onpartijdige schrijvers niet.

4.3 Samenvatting

Uit de analyse van de forumberichten blijkt dat er in de energiedrankdiscussie geen twee, maar drie partijen zijn. Naast de gelovigen en de debunkers zijn er ook de onpartijdigen. Zij uiten wel hun kennis over de energiedrankjes, maar zijn op basis van die uiting niet in te delen bij de gelovers of debunkers. Ze houden zich wat dat betreft afzijdig.

Die extra categorie is niet de enige toevoeging aan het ethostechniekenschema van Burger en Anemaet (2011) dat als basis van dit onderzoek dient. Onder de dimensie welwillendheid komen de ethostechnieken 'het publiek begroeten/afscheid nemen' en 'meepraten/het publiek gelijk geven' erbij. Als laatste versterkt de ethostechniek 'betrouwbaarheid/geschiktheid van andermans bronnen betwijfelen', de categorie deskundigheid.

Vier categorieën die in het onderzoek van Burger en Anemaet wel werden gevonden, kwamen in de forumberichten van deze analyse niet voor en werden dus uit het schema verwijderd. Acht ethostechnieken bleven staan.

De populairste ethostechniek op de forums is verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring. Een techniek die onder de ethosdimensie deskundigheid valt. Deskundigheid blijkt een veelgebruikte manier te zijn om anderen te overtuigen, getuigt de relatief hoge score van de bovenste

ethotechnieken in het schema. Een beroep doen op een autoriteit is de op een na meest gebruikte techniek. Mensen verwijzen naar kranten, dokters, tandartsen maar vooral ook naar websites om anderen van hun gelijk te overtuigen. Opvallend is het ontbreken van ethotechnieken die onder de categorie 'eerlijkheid' vallen. Forumdiscussianten lijken het belangrijker te vinden om deskundig en welwillend over te komen, dan eerlijk.

Er zijn geen hele grote verschillen te zien in het ethostechiekengebruik van gelovigen, onpartijdigen en debunkers. Wel gebruiken gelovigen meer ethotechnieken uit de ethosdimensie welwillendheid dan onpartijdigen of debunkers en trekken debunkers vaak de betrouwbaarheid of geschiktheid van de bronnen van de tegenstander in twijfel, terwijl onpartijdigen en gelovigen dit niet doen.

Als we naar de analyse van de nieuwsberichten kijken, zien we een soortgelijke uitkomst. Nieuwsmedia zetten geen ethotechnieken in om eerlijk over te komen. Wellicht denken ze dat ze niet hoeven te bewijzen eerlijk te zijn, omdat ze al een bepaalde reputatie genieten. Maar dat is giswerk. Opvallend is bovendien ook dat nieuwsmedia geen ethotechnieken inzetten om hun welwillendheid te tonen.

Net als bij de forumdiscussianten is de categorie deskundigheid bij de nieuwsmedia het populairst. De meestgebruikte ethotechniek is 'een beroep doen op een autoriteit'. Er zijn geen grote verschillen te zien tussen de categorieën gelovig, onpartijdig en debunkend. Al gebruiken de schrijvers van gelovige berichten vaak de zesde ethotechniek uit het schema: de afstand verkleinen tot de bron Cat 2: uit de tweede hand, en debunkende en onpartijdige schrijvers niet.

Opvallend is verder dat journalisten maar drie verschillende ethotechnieken inzetten om hun publiek te overtuigen: een beroep doen op een autoriteit, verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring en de afstand verkleinen tot de bron Cat 2: uit de tweede hand.

5. Conclusie

In dit hoofdstuk zullen uit de hierboven besproken resultaten de nodige conclusies worden getrokken. De conclusies worden besproken aan de hand van de hoofdvraag:

Welke ethostechnieken worden in nieuwsmedia en op internetforums ingezet om anderen van de (on)gevaarlijkheid van energiedrank te overtuigen?

Allereerst zullen de gevonden ethostechnieken nogmaals worden genoemd. Vervolgens worden de overeenkomsten en verschillen tussen het gebruik van ethostechnieken op internetforums en in nieuwsberichten besproken. Hierbij zal een koppeling gemaakt worden naar eerder onderzoek.

5.1 Ethostechnieken

Op internetforums worden de volgende technieken ingezet om de (on)gevaarlijkheid van energiedrank te bewijzen:

- Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt
- Beroep op een autoriteit
- Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben
- Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring
- De afstand verkleinen tot de bron. Cat 1: uit eerste hand
- De afstand verkleinen tot de bron. Cat 2: uit tweede hand
- De afstand verkleinen tot de bron. Cat 3: uit derde hand
- Betrouwbaarheid/ geschiktheid van andermans bronnen in twijfel trekken
- Een gezamenlijke tegenstander zwart maken
- Het publiek begroeten/afscheid nemen
- Meepraten/publiek gelijk geven

Nieuwsmedia gebruiken slechts drie technieken om de (on)gevaarlijkheid van energiedrank aan te tonen:

- Beroep op een autoriteit
- Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring
- De afstand verkleinen tot de bron. Cat 2: uit tweede hand

5.2 Forumdiscussies vs. nieuwsberichten

Waar op internetforums elf verschillende ethostechnieken zijn gevonden, zijn dat er in de nieuwsberichten maar drie. Een groot verschil. De geanalyseerde nieuwsmedia zetten alleen ethostechnieken in die hun deskundigheid versterken en ook bij forumdiscussianten is deskundigheid de belangrijkste ethosdimensie. Deze bevinding komt overeen met de resultaten van het onderzoek van Burger (2014) naar misdaadsagen in het nieuws. Uit zijn onderzoek bleek namelijk dat van de drie ethosdimensies van Aristoteles, deskundigheid het meest gebruikt wordt door zowel journalisten als door forumdeelnemers.

Een verschil is echter dat uit Burgers onderzoek (2014, p. 296) bleek dat een van de belangrijkste ethostechnieken daarbij het variëren van afstand tot de bron van een verhaal is (Burger, 2014, p. 296), terwijl die techniek in mijn corpus veel minder vaak gebruikt werd. Variëren van afstand tot de bron staat bij de forums niet eens in de top drie van meest gebruikte ethostechnieken. Bij de nieuwsberichten komt 'de afstand verkleinen tot de bron Cat 2: uit tweede hand' pas op de derde plek. Een mogelijke verklaring voor dit verschil is het onderwerp waarover gediscussieerd wordt in de nieuwsberichten en op de forums. Bij de onderwerpen uit Burgers onderzoek, de Smileybende en drugs in drankjes, speelt de vraag of de verschijnselen echt voorkomen een grote rol. Er zijn mensen die niet geloven dat er drugs in drankjes gedaan wordt en dat er helemaal geen Smileybende bestaat. De waarheid van die verhalen moet bewezen worden door naar mensen te verwijzen die kennis hebben gemaakt met de Smileybende of ervaring hebben met drugs in hun drankje. Energiedrankjes kan iedereen uitproberen door naar de supermarkt te lopen en voor minder dan een euro een blikje energiedrank te proberen. Over de Smileybende moet je gehoord hebben van iemand en die persoon vervolgens ook noemen in je verhaal. Waar je je in het eerste geval dus kunt beroepen op je eigen ervaring, moet je je in het geval van de Smileybende beroepen op de ervaring van je vriend of de vriend van je vriend.

Opvallend is verder dat zowel de forumgebruikers als de journalisten geen gebruik maken van de ethosdimensie eerlijkheid. Journalisten maken bovendien geen gebruik van de ethosdimensie welwillendheid. Forumgebruikers doen dit wel, zij begroeten het publiek bijvoorbeeld of maken een gezamenlijke tegenstander zwart.

5.3 Gezagscrisis

De komst van het vernaculaire web heeft er, zoals in het theoretisch kader aangegeven, voor gezorgd dat individuen op het web content kunnen delen en met elkaar in discussie kunnen gaan. Op forums wordt volop gediscussieerd over energiedrank. Mensen vertellen over hartkloppingen en ziek worden van energiedrank of zeggen juist nooit last te krijgen van hun gezondheid na het drinken van veel energiedrank. Mensen raadplegen niet langer meer een expert voor informatie, maar googelen

zelf informatie en gaan discussies aan met andere niet-experts. Af en toe wordt een tandarts of huisarts geciteerd of wordt er verwezen naar de uitspraken van experts in krantenartikelen, maar in de meeste gevallen wordt verwezen naar websites als Wikipedia of naar de eigen ervaring. Het gaat wellicht te ver om te beweren dat de inhoud van de forumdiscussies veel verschilt van wat instituties als nieuwsmedia en medische instellingen beweren, omdat ook veel mensen overtuigd zijn van het gevaar van energiedrankjes. Dat de autoriteit van experts in twijfel wordt getrokken, is wel duidelijk. Het maakt veel forumgebruikers niet uit wat artsen beweren of wat voor waarschuwing er op een blikje energydrink staat, zij hebben geen negatieve ervaringen met energiedrank en dus is het spul niet gevaarlijk. We kunnen dan ook wel zeggen dat instituties niet langer de absolute autoriteit hebben.

5.4 Wetenschappelijke relevantie

In het eerste hoofdstuk van deze scriptie benoemde ik dat dit onderzoek een aanvulling is op het bestaande onderzoek naar energiedrankjes en op het vele onderzoek dat gedaan is naar alcohol in het nieuws. Als de resultaten van dit onderzoek met die van de besproken onderzoeken naar alcohol worden vergeleken, vallen een aantal zaken op.

Allereerst worden energiedrankjes niet door nieuwsmedia neergezet als illegale drugs, zoals alcopops in Schotland (Forsyth, 2001). Hoewel dit onderzoek geen focusgroepen bevat, is net als bij het onderzoek van Fogarty et al. (2013) te zeggen dat blijkt dat de gewone burger sceptisch is over nieuwsverslagen. Forumdiscussianten beroepen zich vrijwel nooit op nieuwsberichten als autoriteit en als iemand het wel doet, staan er gelijk veel meer anderen klaar om de beweringen van de nieuwsmedia te ontkrachten.

Nicholls (2011) vond in zijn onderzoek dat in nieuwsberichten over alcohol, volksgezondheid een centrale rol speelt. Ook bij de nieuwsberichten over energiedrank is dat het geval, hoewel deze conclusie getrokken wordt op basis van het geselecteerde corpusmateriaal en niet op het ruwe materiaal dat LexisNexis leverde. Voor de analyses in dit onderzoek heeft een selectie plaatsgevonden die alle berichten die niet over het gevaar of de ongevaarlijkheid van energiedrank gingen, liet afvallen. Veel berichten die niet over volksgezondheid gingen, zijn dus al uit het onderzoek gefilterd voor de analyse begon.

Veel berichten over energiedrank zijn net als de berichten over alcohol negatief geladen. De laatste overeenkomst tussen de uitkomsten van Nicholls' onderzoek en het onderzoek dat voor u ligt, is dat supermarkten in zowel nieuwsberichten over alcohol als in nieuwsberichten over energiedrank worden aangewezen als schuldigen. Net als alcohol zou energiedrank namelijk te weinig kosten. Deze lage prijs zou aanzetten tot hevig gebruik van de dranken.

Naast de aanvulling op het bestaande onderzoek naar energiedrank en naar alcohol in het nieuws, sluit dit onderzoek aan bij eerder onderzoek naar de relatie tussen nieuwsmedia en online discussies, zoals dat van Burger en Vanderveen (2010) en Burger (2014). Daarover meer in het volgende hoofdstuk.

5.5 Maatschappelijke relevantie

Aan het begin van dit onderzoek werd verteld dat dit onderzoek inzicht zou kunnen bieden aan gezondheidsvoorlichters. Inzicht in de manieren waarop leken elkaar van de (on)gevaarlijkheid van energiedrank overtuigen, kan medici helpen de gedachten en bezwaren rondom de drankjes te begrijpen. Als zij weten welke technieken het vaakst gebruikt worden door burgers om elkaar te overtuigen, kunnen zij dezelfde soort ethostechnieken wellicht inzetten bij hun medische publieksvoorlichting.

Nu gebleken is dat forumgebruikers elkaar vooral overtuigen door te verwijzen naar hun eigen kennis en ervaring, is mijn advies aan gezondheidsvoorlichters dan ook om daar iets mee te doen. Uiteraard kunnen de voorlichters niet zeggen: "Drink het niet, want ik dronk het ooit en ik voelde me ziek". Ze kunnen de ethostechniek daarentegen bijvoorbeeld wel verwerken op websites of in flyers. Zo kunnen in voorlichtingsfolders 'slachtoffers' van energiedrank sprekend opgevoerd worden en zo hun eigen ervaringen delen.

5.6 Journalistiek brongebruik.

In het theoretisch kader van dit onderzoek werd de kloof die Burger vond in zijn onderzoek tussen het vernaculaire domein en het domein van het nieuws al aangestipt (2014, p. 297). Volgens hem is er een eenzijdige keuze voor officiële bronnen binnen de journalistiek. Ook uit dit onderzoek blijkt dit eenzijdige brongebruik. Journalisten laten kinderartsen, gezondheidsdeskundigen en schooldirecteuren aan het woord, maar laten de gewone burger vaak links liggen. In berichtgeving over scholen die de drankjes verbieden, worden nog wel eens scholieren gevraagd naar hun energiedrankgebruik maar het blijft in die gevallen vaak maar bij één quote. Opvallend is dat nieuwsmedia artsen laten beschrijven wat voor klachten ze zien in hun praktijk, maar dat er in geen enkel artikel iemand wordt opgevoerd die last heeft van die klachten. Op forums staan diverse ervaringen van mensen die hartkloppingen (of erger) kregen van energiedrank, maar zij krijgen geen plaats in de geanalyseerde nieuwsberichten.

Als we kijken naar het analysemodel van Vasterman et al. (2008) om de verslaggeving van risico's te beoordelen zien we dat journalisten dus in elk geval niet aan twee van de zes criteria: voldoende verschillende bronnen aan bod laten komen en rekening houden met de risicobeoordeling van de leek.

5.7 Samenvatting

Op internetforums maakt men gebruik van elf verschillende ethostechnieken. Journalisten gebruiken er in hun nieuwsberichten een stuk minder: slechts drie. Deskundigheid is bij allebei de groepen de meest gebruikte ethosdimensie. Dit komt overeen met eerder onderzoek van Burger (2014). Zowel forumgebruikers als journalisten maken geen gebruik van de ethosdimensie eerlijkheid. Ook maken journalisten geen gebruik van de ethostechniek welwillendheid. Forumgebruikers doen dit wel, zij begroeten het publiek bijvoorbeeld of maken een gezamenlijke tegenstander zwart.

In de forumdiscussies wordt af en toe een tandarts of huisarts geciteerd of wordt er verwezen naar de uitspraken van experts in krantenartikelen, maar in de meeste gevallen wordt verwezen naar websites als Wikipedia of naar de eigen ervaring. Het maakt veel forumgebruikers niet uit wat artsen beweren of wat voor waarschuwing er op een blikje energydrink staat, zij hebben geen negatieve ervaringen met energiedrank en dus is het spul niet gevaarlijk. Instituties en experts hebben niet langer de absolute autoriteit.

De uitkomsten van dit onderzoek vertonen verschillen en overeenkomsten met de onderzoeken naar alcohol in het nieuws. Energiedrankjes worden door nieuwsmedia niet neergezet als illegale drugs. Wel is het overgrote deel van de nieuwsberichten negatief geladen en supermarkten worden in nieuwsberichten over het gevaar van alcohol én in nieuwsberichten over energiedrank vaak aangewezen als schuldigen. Net als alcohol zou energiedrank namelijk te weinig kosten en deze lage prijs zou aanzetten tot hevig gebruik van de dranken.

Nu gebleken is dat forumgebruikers elkaar vooral overtuigen door te verwijzen naar hun eigen kennis en ervaring, is mijn advies aan gezondheidsvoorlichters dan ook om daar iets mee te doen. Zij kunnen de ethostechniek verwerken op websites of in flyers. In voorlichtingsfolders kunnen 'slachtoffers' van energiedrank sprekend opgevoerd worden en zo hun eigen ervaringen delen.

Uit dit onderzoek blijkt net als uit eerder onderzoek van Burger (2014) dat er in de journalistiek sprake is van eenzijdig brongebruik. Journalisten laten vooral institutionele bronnen aan het woord en negeren over het algemeen de ervaringen en verhalen van de burger. De geanalyseerde nieuwsmedia voldoen dus in elk geval niet aan de twee criteria uit het model van Vasterman et al. (2008): voldoende verschillende bronnen aan bod laten komen en rekening houden met de risicobeoordeling van de leek.

6. Discussie

In dit hoofdstuk worden eerst de limitaties van het onderzoek besproken en vervolgens worden drie suggesties gedaan voor vervolgonderzoek om daarna in te gaan op een mogelijk algemeen analysemodel.

6.1 Limitaties aan het onderzoek

De forum- en nieuwsberichten die in dit onderzoek zijn geanalyseerd zijn vormen, zoals in de methode al vermeld, niet al het beschikbare materiaal over de energiedrankdiscussie. Zo zijn alleen de forum- en nieuwsberichten van de afgelopen vijf jaar geanalyseerd en de forumdiscussies die bestaan uit minder dan tien reacties zijn niet meegenomen. Dit onderzoek doet dan ook slechts een uitspraak over een deel van de forum- en nieuwsberichten die gaan over de energiedrankdiscussie.

Een tweede beperking aan dit onderzoek is dat het geen antwoord geeft op het waarom achter het gebruik van de ethostechnieken op internetforums en in nieuwsberichten. We weten nu dat nieuwsmidia vaak een beroep doen op een autoriteit en dat forumdiscussianten vaak verwijzen naar de eigen kennis, en we kunnen wel bedenken waarom ze dat doen, maar we kunnen dat niet met zekerheid zeggen. Het lijkt mij dan ook interessant om hier een vervolgonderzoek naar te doen, daarover hieronder meer.

6.2 Vervolgonderzoek

De energiedrankdiscussie wordt niet alleen gevoerd op internetforums, maar ook op sociale media. Vooral onder de berichten die nieuwsmidia als de NOS en het RTL Nieuws plaatsen op Facebook, kunnen soms heftige discussies plaatsvinden tussen voor- en tegenstanders van energiedrank. Het zou dan ook interessant zijn om met een vervolgonderzoek te kijken naar de ethostechnieken die bij de discussies op kanalen als Facebook worden ingezet en zo het onderzoek naar ethostechnieken in de energiedrankdiscussie aan te vullen. Op deze manier kan ook een bijdrage geleverd worden aan een algemeen analyse model, waarover in paragraaf 6.3 meer.

Wat ook interessant zou kunnen zijn, is een vervolgonderzoek naar de beweegredenen van journalisten en forumdiscussianten om bepaalde ethostechnieken in te zetten. Uit dit onderzoek is bijvoorbeeld gebleken dat journalisten vaak een beroep doen op een autoriteit, maar op de vraag waarom ze dat doen geeft dit onderzoek, zoals hierboven al aangestipt, geen antwoord. Om wel een antwoord te kunnen formuleren op die vraag zou een vervolgonderzoek in de vorm van focusgroepen gedaan kunnen worden. Journalisten en forumdiscussianten kunnen op die manier gevraagd worden naar hun motieven en overwegingen om een bepaalde ethostechniek in te zetten. Op die manier kunnen de cijfers die in het onderzoek dat voor u ligt gevonden zijn, verklaard worden.

Ook kunnen journalisten op deze manier gewezen worden op hun eenzijdige brongebruik, zodat ze in de toekomst wellicht wat meer gaan variëren in hun bronnen.

De laatste suggestie voor vervolgonderzoek die ik zou willen doen is een onderzoek naar de Shisha-pen en andere elektronische sigaretten. Het is de laatste tijd wat stil rondom dit onderwerp in de media, maar het is net als het drinken van energiedrank een omstreden onderwerp. Een analyse van de nieuwsberichten en de discussies op forums of sociale media rondom dit onderwerp zou een mooie aanvulling kunnen zijn op al het onderzoek naar de relatie tussen nieuwsmedia en online discussies.

6.3 Algemeen discussiemodel

Dit onderzoek naar energiedrank in nieuwsmedia en op het vernaculaire web, sluit aan bij eerder onderzoek naar de relatie tussen nieuwsmedia en online discussies, zoals dat van Burger en Vanderveen (2010) en Burger (2014). Door hetzelfde schema dat Burger (2014) gebruikte bij zijn onderzoek naar misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies te gebruiken in mijn analyse, is er weer een stap in de richting van een algemeen analysemodel gezet.

De uitkomsten van mijn onderzoek bevestigen veel van de eerdere conclusies van Burger (2014). Zo worden nieuwsmedia door forumgebruikers in de energiedrankdiscussie nauwelijks geaccepteerd als autoriteit. Een enkele discussiant noemt weleens een nieuwsartikel, maar het bericht krijgt dan vooral symbolische autoriteit doordat de gebruiker er enkel naar verwijst om het eigen ethos te versterken (Burger, 2014, p. 279). En ook het eenzijdige brongebruik van journalisten dat Burger aantrof in zijn onderzoek, wordt door mijn onderzoek bevestigd.

Er zijn echter ook verschillen tussen de onderzoeken als we kijken naar de ethostechniekentabel van Burger en Anemaet (2011) en naar de aanpassingen die nodig waren om de tabel op mijn onderzoek van toepassing te laten zijn. Er zijn drie technieken aan het schema toegevoegd en vier technieken zijn weggelaten.

Om in de toekomst een algemeen analysemodel te kunnen opstellen om retorische constructies in nieuwsmedia en online discussies te kunnen onderzoeken, is dus nog wel wat werk nodig. Wellicht bieden toekomstige onderzoeken een oplossing voor de ethostechnieken die in mijn onderzoek voorkomen en in eerder onderzoek van Burger niet (en andersom). Als er nog meer onderzoeken zijn gedaan naar retorische constructies in nieuwsmedia en online discussies kunnen de (verschillende) uitkomsten bekeken worden en kan worden nagegaan welke verschillen relevant zijn en welke verwaarloosbaar. Een algemeen analysemodel is naar mijn idee nog ver weg, maar lijkt me gezien de grote overeenkomst tussen de besproken onderzoeken niet onmogelijk.

7. Literatuurlijst

- Algemeen Dagblad. (2014, 3 november). Geelzucht? Nee, vijf blikjes energiedrank per dag. Geraadpleegd op <http://www.ad.nl/ad/nl/4560/Gezond/article/detail/3781484/2014/11/03/Geelzucht-Nee-vijf-blikjes-energiedrank-per-dag.dhtml>
- Braet, A. (2007). *Retorische Kritiek: Hoe beoordeel je overtuigingskracht?* Den Haag: Sdu.
- Bunting, H., Baggett, A., Grigor, J. (2013). Adolescent and young adult perceptions of caffeinated energy drinks. A qualitative approach. *Appetite*, 65, 132-138.
- Burger, P. (2014). *Monsterlijke verhalen: Misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies*. Den Haag: Boom Lemma.
- Burger, P., Anemaet, L. (2011). Exploring everyday ethos. Ethos techniques in online discussions about extraordinary experiences. In Haaften, T., van, Jansen, H., Jong, J. de, Koetsenruijter, W. (red), *Bending Opinion. Essays on Persuasion in the Public Domain* (pp. 219-240). Leiden: Leiden University Press.
- Fogarty, A.S., Chapman, S., Vermund, S.H. (2013). "Like Throwing a Bowling Ball at a Battle Ship" Audience Responses to Australian News Stories about Alcohol Pricing and Promotion Policies: A Qualitative Focus Group Study. *PLOS ONE*, 8 (6), 1-7.
- Forsyth, A. J. M. (2001). A design for strife: alcopops, licit drug — familiar scare story. *International Journal of Drug Policy*, 12, 59-80.
- Gallimberti, L., Buja, A., Chindamo, S., Vinelli, A., Lazzarin, G., Terraneo, A., ... Baldo, V. (2013). Energy drink consumption in children and early adolescents. *European Journal of Pediatrics*, 172(10), 1335-1340.
- Howard, R.G. (2008a). The Vernacular Web of Participatory Media. *Critical Studies in Media Communication*, 25 (5) 490-513.
- Howard, R.G. (2008b). Electronic hybridity. The persistent processes of the vernacular web. *Journal of American Folklore*, 121, 192-218.
- Lawhon, M., Herrick, C. (2013). Alcohol Control in the News: The Politics of Media Representations of Alcohol Policy in South Africa. *Journal of Health Politics, Policy and Law*, 38(5), 987-1021.
- Nicholls, J. (2011). UK news reporting of alcohol: An analysis of television and newspaper coverage. *Drugs: education, prevention and policy*, 18(3), 200–206.
- Rijksoverheid. (2012, 4 juli). Beantwoording Kamervragen over het artikel 'Energiedrank de supermarkt uit'. Geraadpleegd op <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en->

publicaties/kamerstukken/2012/07/04/beantwoording-kamervragen-over-het-artikel-energiesuiker-
de-supermarkt-uit.html

Vasterman, P., Scholten, O., & Ruigrok, N. (2008). A Model for Evaluating Risk Reporting: The Case of UMTS and Fine Particles. *European Journal of Communication*, 23(3), 319-341.

Voedingscentrum. (z.j.). Energiedrankjes. Geraadpleegd op
<http://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/energiesuiker.aspx>

Vries, de, G. (2005). Politiek, expertise en individuele verantwoordelijkheid in een risicosamenleving.
in Boutellier, H. (2006). *Leven in de risicosamenleving*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Wever, B. de, Schellens, T., Valcke, M., & Keer, H. van. (2006). Content Analysis Schemes to Analyze
Transcripts of Online Asynchronous Discussion Groups: A Review. *Computers and Education*, 46(1), 6-
1.

8. Bijlagen

8.1 Overzicht forumdiscussies

Forum	URL	Gestart op	Aantal reacties
Fok!	http://forum.fok.nl/topic/1602267/1/999	04-02-2011	98
Fok!	http://forum.fok.nl/topic/1717424/1/25	01-10-2011	104
Seks-woordenboek	http://forum.sekswoordenboek.nl/index.php?topic=239945.0	29-11-2011	302
Scholieren	http://forum.scholieren.com/showthread.php?t=1860036	23-05-2012	27
Girlsceen	http://forum.girlscene.nl/forum/beauty-health-hair/kan-niet-tegen-energiesdrank-263279.0.html	14-02-2013	11
Bodynet	http://forum.bodynet.nl/dagelijkse-voeding/60790-suikervrije-energiesdrank-echt-suikervrij.html	26-06-2013	10
Partyflock	http://partyflock.nl/topic/1146205:Na-tien-jaar-geen-energiesdrank	27-06-2013	44
Scholieren	http://forum.scholieren.com/showthread.php?t=1886964	07-01-2014	17
VIVA	http://forum.viva.nl/forum/zwanger/energydrank-tijdens-zwangerschap/list_messages/219627	24-01-2014	27
Fok!	http://forum.fok.nl/topic/2085921/1/25	16-03-2014	100

8.2 Overzicht nieuwsberichten

	Nieuwsberichten	Aantal woorden
1.	Zes blikjes Red Bull in de grote pauze De Gooi- en Eemlander, 29 November 2011	527
2.	De haken en ogen aan en blikje energiedrank; voeding Trouw, 23 februari 2011	553
3.	Energiedrankfabrikant Monster aangeklaagd Reformatorisch Dagblad, 23 oktober 2012	299
4.	Energiedrank erg overschat Metro, 3 oktober 2012	294
5.	Campagne tegen slecht tienergebit Leeuwarder Courant, 2 oktober 2013	93
6.	Arts wil leeftijdsgrens energydrinks Distrifood, 8 november 2014	175
7.	'Van energydrinks krijg je een boost' Trouw, 14 juni 2014	616
8.	De boosdoeners in een blikje energiedrank Brabants Dagblad, 25 maart 2014	106
9.	Steeds meer scholen willen energiedrankjes verbieden. DE Jozefmavo deed het al. – 'slechte' blikjes energy in de ban Brabants Dagblad, 25 maart 2014	586
10.	Blikje nog steeds populair bij jongeren De Stentor, 4 februari 2014	777
11.	Ook blikje energydrink ligt onder vuur Dagblad van het Noorden, 14 januari 2014	516
12.	Energiedrankje zet aan tot alcoholgebruik Het Parool, 7 mei 2011	466
13.	Stuiterend in de les dankzij energiedrank Noordhollands Dagblad, 30 november 2011	294
14.	Negatieve invloed op de lessen, Noordhollands Dagblad, 29 november 2011	305
15.	Niet iedereen krijgt vleugels van Red Bull Spits, 31 oktober 2011	180
16.	Zijn energiedrankjes schadelijk?; next question NRC Next, 27 oktober 2011	386
17.	Verslavende vleugels Dagblad De Limburger, 15 oktober 2011	834
18.	Energiedrankjes maken kinderen eerder dik dan fit Nederlands Dagblad, 15 juni 2011	493
19.	Een stoot cafeïne in het kinderebrein BN DeStem, 5 juni 2012	540
20.	Energiedrank van het plein? Provinciale Zeeuwse Courant, 2 juni 2012	479
21.	Slapeloosheid en irritatie Provinciale Zeeuwse Courant, 2 juni 2012	137
22.	Waarschuwing op blikjes energiedrank Algemeen Dagblad, 1 juni 2012	106
23.	Energiedrank in de verdrukking De Gelderlander, 1 juni 2012	133

	Nieuwsberichten	Aantal woorden
24.	Van energiedrank in de hitte ga je volledig 'out' De Gelderlander, 1 juni 2012	234
25.	Red Bull: negen klontjes suiker Leeuwarder Courant, 1 juni 2012	224
26.	Stuiteren in de klas door cafeinebommetjes Trouw, 1 juni 2012	556
27.	Geen schoolmelk, maar een pure cafeïne-bom Algemeen Dagblad, 31 mei 2012	522
28.	Tientallen jongeren ziek door pepdrank Brabants Dagblad, 31 januari 2012	248
29.	Energiedrankjes Reformatorisch Dagblad, 6 oktober 2012	153
30.	Energiedranken/Pep uit een blikje Het financiële Dagblad, 4 mei 2013	505
31.	Energiedrank 'rotzooi' De Twentsche Courant Tubantia, 4 december 2013	168
32.	'Energiedrank pas vanaf 16 jaar' Dagblad van het Noorden, 23 november 2013	152
33.	'Het is wel een soort verslaving'; Energiedranken kunnen bij jongeren veel schade aanbrengen Haarlems Dagblad, 19 maart 2014	445
34.	Weg met energiedrank Noordhollands Dagblad, 18 januari 2014	526
35.	'Beter niet of bij uitzondering drinken' IJmuider Courant, 17 januari 2014	196
36.	Energiedrank voor jeugd te goedkoop Metro, 14 januari 2014	386
37.	Blik ellende; Geen pilsje op je 17 ^e wel 24 energiedrankjes op je 12 ^e , De Telegraaf, 13 januari 2014	1094
38.	Energiedrankjes zijn puur vergif Metro, 5 november 2014	169
39.	'Het is ook een beetje stoer doen' De Volkskrant, 2014	797
40.	Straks mag u kind dit niet meer Het Parool, 4 november 2014	1352
41.	'Verbod energiedrank 13-minners' De Gooi- en Eemlander, 3 november 2014	181
42.	Consumptie energiedrank risicovol voor jongeren Nederlands Dagblad, 15 oktober 2014	230

8.3 Codeboek bij kwantitatieve inhoudsanalyse forum- en nieuwsberichten

Irrelevant

Een bericht wordt als irrelevant beschouwd wanneer het niet genoeg met energiedrank en de (on)gevaarlijkheid daarvan te maken heeft.

Codering per bericht

In een bericht kunnen meerdere verschillende ethostechnieken gebruikt worden. Al die technieken zullen worden gecodeerd. Wanneer in een bericht echter twee keer dezelfde ethostechniek gebruikt wordt, wordt de techniek maar een keer geteld in het schema. De forum- en nieuwsberichten in de analyse worden geanalyseerd per bericht en niet per persoon of per krant of tijdschrift. Dat wil zeggen dat als dezelfde discussiant op een ander moment in de discussie dezelfde techniek toepast, die techniek ook twee keer geteld wordt.

Emoticons

Omdat het lastig is de precieze betekenis van emoticons te achterhalen en omdat ze vaak iets versterken dat er toch al is, worden emoticons niet meegenomen in de analyse.

Ethostechnieken forumberichten

Hieronder een overzicht van de ethostechnieken die gevonden zijn in de kwalitatieve analyse met daarin een korte omschrijving als handleiding bij het coderen van de forumberichten in de kwantitatieve analyse.

Ethostechniek 1 : Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt

Met deze ethostechniek wordt niet alleen verwezen naar de eigen algemene ervaring, maar naar een specifieke poging om op een bepaald moment een bepaalde bewering te toetsen.

Ethostechniek 2: Beroep op een autoriteit

Wanneer forumgebruikers hun standpunt onderbouwen door naar websites of krantenartikelen te verwijzen, wordt dit gecodeerd als beroep op een autoriteit. Uiteraard geldt dit ook voor verwijzingen naar autoriteiten als de eigen tandarts en de verloskundige.

Ethostechniek 3: Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben

Als forumgebruikers zich bij voorbaat al verdedigen tegen mogelijk commentaar of al antwoord geven op mogelijke vragen die betrekking hebben op hen als persoon of als bron, krijgen deze berichten de codering anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben.

Ethostechniek 4: Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring

Onder deze categorie vallen mensen die verwijzen naar hun beroep en opleiding om deskundiger over te komen. Ook discussianten die stellen dat energiedrank slecht is door te verwijzen naar koffie, frisdranken en roken, vallen in deze categorie. Ten slotte worden in deze analyse ook de pogingen van forumdiscussianten om alternatieven aan te dragen, gerekend tot de ethostechniek 'verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring'. Omdat ook dit een techniek is om geloofwaardiger over te komen door je kennis ten toon te spreiden.

Ethotechniek 5: De afstand verkleinen tot de bron. Cat. 1: uit eerste hand

Wanneer forumdiscussianten een persoonlijk verhaal vertellen over hun ervaringen met energiedrank, krijgt dat bericht de codering de afstand verkleinen tot de bron. Cat. 1: uit eerste hand.

Ethotechniek 6: De afstand verkleinen tot de bron. Cat. 2: uit tweede hand

Bij deze ethotechniek vertellen discussianten over iemand uit hun omgeving: een kennis, een met name genoemde vriend of een plaatselijke bekendheid. Ze gebruiken die persoon als referentie.

Ethotechniek 7: De afstand verkleinen tot de bron. Cat. 3: uit derde hand

Bij deze categorie is de persoon waarnaar door de forumdiscussiant naar verwezen wordt als referentie, onbekend. De hoofdpersoon wordt niet geïdentificeerd.

Ethotechniek 8: Betrouwbaarheid/ geschiktheid van andermans bronnen in twijfel trekken

Door een bron die het tegenovergestelde meent, af te kraken, hopen mensen anderen ervan te overtuigen dat ze deskundig zijn.

Ethotechniek 9: Een gezamenlijke tegenstander zwart maken

De titel spreekt al behoorlijk voor zich. Wanneer geprobeerd wordt het publiek welwillend te stemmen door een gezamenlijke tegenstander zwart te maken, krijgt het bericht deze codering.

Ethotechniek 10: Het publiek begroeten/ afscheid nemen

Verschillende forumgebruikers sluiten hun berichten af door afscheid te nemen van de andere forumgebruikers of beginnen hun bericht juist met een begroeting om hen welwillend te stemmen.

Ethotechniek 11: Meepraten/publiek gelijk geven

Een techniek die ook onder welwillendheid valt. Er zijn forumgebruikers die hun bericht beginnen met het gelijk geven van andere gebruikers voor ze hun eigen mening roepen.

Ethotechnieken nieuwsberichten

Hieronder een overzicht van de ethotechnieken die gevonden zijn in de kwalitatieve analyse met daarin een korte omschrijving als handleiding bij het coderen van de nieuwsberichten in de kwantitatieve analyse.

Ethotechniek 1: Beroep op een autoriteit

Wanneer journalisten een deskundige of instantie opvoeren in hun artikel, beroepen ze zich op een autoriteit en krijgt het nieuwsbericht deze codering.

Ethotechniek 2: Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring

Als er in nieuwsberichten informatie wordt gegeven zonder dat die informatie aan een bron wordt toegeschreven, is die informatie gecodeerd als verwijzen naar eigen kennis

Ethotechniek 3: Afstand verkleinen tot de bron. Cat 2: uit tweede hand

Journalisten vertellen iemand gesproken te hebben die ervaring heeft met energiedrankjes. Die persoon wordt opgevoerd in de nieuwsberichten.

8.4 Voorbeeld van analyse forumdiscussie

Forum: Girlsceen

Gestart op: 14-2-2013

Aantal reacties: 11

Aantal unieke reacties: 9

appelzientjuh

« Gepost op: 14 februari 2013, 17:04:18 »



Berichten: 6

haloo,
elke keer als ik energiedrink ben aan het drinken voel ik me hartstikke van de wereld af.
de eerste paar keren had ik het niet in de gaten, en voelde ik me ineens slecht.
nu ben ik laatst op stap geweest en één slokje energiedrank genomen.
nog niet eens een blikje ofzo.
eenmaal daar aan werd ik duizelig, begon enorm te zweten, hartkloppingen, misselijk, zag zwart voor me ogen, en was totaal van de wereld af.
gewoon niet normaal meer, en nog nooit zo slecht gevoeld (dat wilt heel wat zeggen bij mij)
ik weet absoluut zeker dat het aan het drinken ligt.
mijn vraag is is er iemand bij die hier dezelfde ervaring mee heeft?
of weet waar het aan zou kunnen liggen.
want gezond is het niet.

liefs, Fenna. 

Gelovig; - Publiek begroeten/afcheid nemen

- Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben

- De afstand verkleinen tot de bron. Cat 1: uit eerste hand

Davillage



Berichten: 3.242



« Reactie #1 Gepost op: 14 februari 2013, 17:05:00 »

misschien ben je overgevoelig? zou het niet meer drinken iig

Me gusta

<http://www.marktplaats.nl/verkopers/21357274.html> >> leuke merkklaren!

Irrelevant

Eevee



Berichten: 4.426

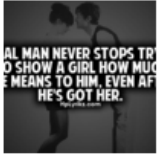


« Reactie #2 Gepost op: 14 februari 2013, 17:07:45 »

Ik zou een keer de ingrediënten bestuderen, dan snap je al aardig waarom :)

Gelovig; - Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring

appelzientjuh



Berichten: 6

« Reactie #3 Gepost op: 14 februari 2013, 17:09:51 »

Citaat van: Eevee op 14 februari 2013, 17:07:45

Ik zou een keer de ingrediënten bestuderen, dan snap je al aardig waarom :)

jaa precies taurine en die shit allemaal.

Gelovig; - Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring
- Meepraten/ het publiek gelijk geven

Spookkatje



Berichten: 48.914

You can only paint with the colours you've got.



« Reactie #4 Gepost op: 14 februari 2013, 17:13:37 »

Altijd al geweten dat het rotzooi was.
Niet meer drinken dus.

À loving heart is forever young

Gelovig; - Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring

Uncommonhearts



Berichten: 3.084

we accept the love we think we
deserve



« Reactie #5 Gepost op: 14 februari 2013, 17:16:44 »

Niet meer over nadenken en gewoon zonder energiedrank door het leven gaan!

You have to be the bravest person in the world to go out every day, being yourself, when no one likes who you are.

Irrelevant

MrRosedaley



Berichten: 8.773

Ramptoerist

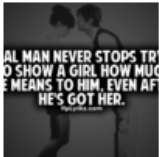
« Reactie #6 Gepost op: 14 februari 2013, 17:16:48 »

Ach, zo erg lijkt me dit niet. Het is toch troep.

"La vida es mi tortura y la muerte será mi descanso." - Romeo and Juliet ♥ HS

Irrelevant

appelzientjuh



Berichten: 6



« Reactie #7 Gepost op: 14 februari 2013, 17:34:09 »

ja idd!

Irrelevant

Sinfonia



Berichten: 11.877

I am the enslaved solitaire



« Reactie #8 Gepost op: 14 februari 2013, 18:55:23 »

well, stop dan gewoon met het te drinken.
Het is toch niet cool.

"I don't know where you get your delusions, laser brain."

[lk blog](#) Kryolan foundation palette review

Onpartijdig; - Anticiperen op tegenargumenten en vragen die op jou als persoon of als bron betrekking hebben

MAC



Berichten: 3.449

« Reactie #9 Gepost op: 14 februari 2013, 19:20:58 »

Je kan nog beter water uit de sloot drinken dan die gore chemische troep.
Zit zoveel troep in dat drinken, snap niet dat mensen dat willen drinken 🙄

[Blog](#) | [Instagram](#) | [Twitter](#)

Gelovig; - Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring

xAMMA



Berichten: 1.427



« Reactie #10 Gepost op: 14 februari 2013, 19:33:01 »

drink het maar niet meer. het is super ongezond en echt nergens goed voor. en jou klachten klinken nou ook niet echt goed

You are my sunshine

Gelovig; - Verwijzen naar eigen kennis, opleiding of ervaring

8.5 Overzicht door tweede codeur geanalyseerde nieuwsberichten

	Artikel	Woorden
1	Zes blikjes Red Bull in de grote pauze De Gooi- en Eemlander, 29 November 2011	527
2	De haken en ogen aan en blikje energiedrank; voeding Trouw, 23 februari 2011	553
3	Energiedrankfabrikant Monster aangeklaagd Reformatorisch Dagblad, 23 oktober 2012	299
4	Energiedrank erg overschat Metro, 3 oktober 2012	294
5	Campagne tegen slecht tienergebit Leeuwarder Courant, 2 oktober 2013	93
6	Arts wil leeftijdsgrens energydrinks Distrifood, 8 november 2014	175
7	'Van energydrinks krijg je een boost' Trouw, 14 juni 2014	616
8	De boosdoeners in een blikje energiedrank Brabants Dagblad, 25 maart 2014	106
9	Steeds meer scholen willen energiedrankjes verbieden. DE Jozefmavo deed het al. – 'slechte' blikjes energy in de ban Brabants Dagblad, 25 maart 2014	586
10	Blikje nog steeds populair bij jongeren De Stentor, 4 februari 2014	777
11	Ook blikje energydrink ligt onder vuur Dagblad van het Noorden, 14 januari 2014	516
12	Energiedrankje zet aan tot alcoholgebruik Het Parool, 7 mei 2011	466
13	Energiedrankjes zijn puur vergif Metro, 5 november 2014	169
14	Straks mag u kind dit niet meer Het Parool, 4 november 2014	1352
15	Consumptie energiedrank risicovol voor jongeren Nederlands Dagblad, 15 oktober 2014	230